

Fabian Schäfer; Peter Mühleder

Konnektiver Zynismus und Neue Rechte. Das Beispiel des YouTubers Adlersson

2020

<https://doi.org/10.25969/mediarep/13642>

Veröffentlichungsversion / published version

Zeitschriftenartikel / journal article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Schäfer, Fabian; Mühleder, Peter: Konnektiver Zynismus und Neue Rechte. Das Beispiel des YouTubers Adlersson. In: *Zeitschrift für Medienwissenschaft*. Heft 22: Medium | Format, Jg. 12 (2020), Nr. 1, S. 130–149. DOI: <https://doi.org/10.25969/mediarep/13642>.

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Creative Commons - Namensnennung - Nicht kommerziell - Keine Bearbeitungen 4.0/ Lizenz zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu dieser Lizenz finden Sie hier:

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>

Terms of use:

This document is made available under a creative commons - Attribution - Non Commercial - No Derivatives 4.0/ License. For more information see:

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>

KONNEKTIVER ZYNISMUS UND NEUE RECHTE

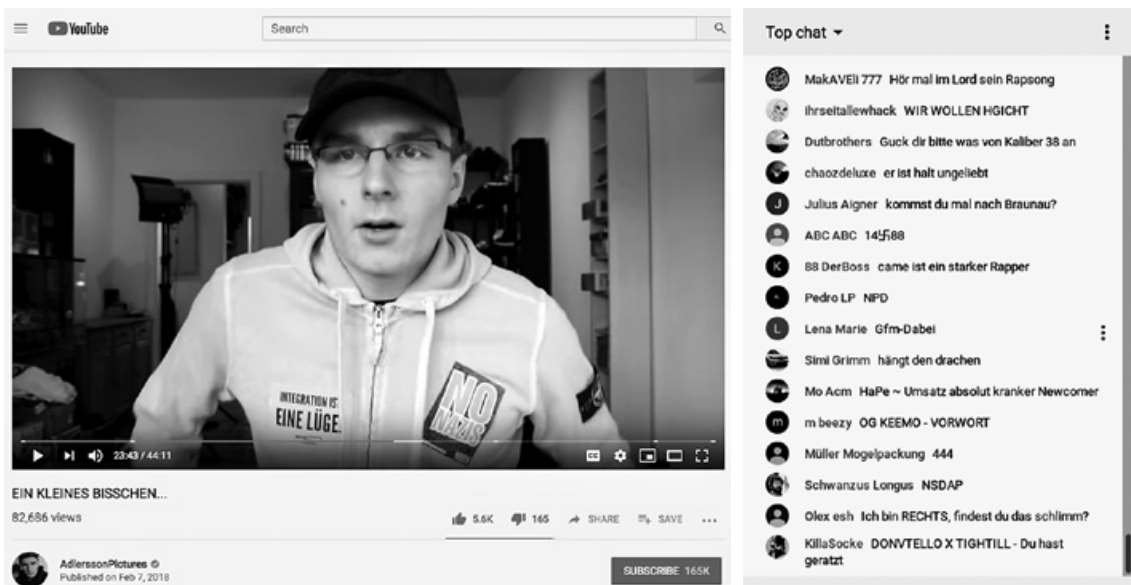
Das Beispiel des YouTubers Adlersson

I. Der Dresdner YouTuber Adlersson: «Aber der Beat ist geil!»

Im Jahr 2018 wurde der Dokumentarfilm *Lord of the Toys* der beiden Dokumentarfilmer Pablo Ben Yakov und André Krummel auf dem Leipziger DOK-Festival mit der *Goldenen Taube* ausgezeichnet. Diese Entscheidung der Jury sorgte für einen mittelgroßen Skandal, wurde doch bereits im Vorfeld der Premiere über den Protagonisten des Films, den Dresdner YouTuber Max Herzberg alias Adlersson, u. a. in *Die Welt* und in der *Sächsischen Zeitung* kritisch berichtet.¹ Während die *Sächsische Zeitung* noch einen eher milden Ton anschlug, vermeldete *Die Welt*, dass Adlersson Nazi-Jargon «plündere» und «eine Art pop-politische Leichenfledderei» betreibe, die diesen Jargon «wachkitzelt». In der sich aufgrund dieser medialen Aufmerksamkeit im Vorfeld bereits abzeichnenden Diskussion um den Film ging es vor allem um die Frage, ob die beiden Dokumentarfilmer durch ihre vermeintliche Distanzlosigkeit zum filmischen Sujet den teilweise unmissverständlich antisemitisch-rassistischen oder homophob-sexistischen Aussagen des Protagonisten eine Bühne bereiten. Die Gegenposition, die sich auch in der Jurybegründung wiederfindet, geht davon aus, dass der Film eine vom Gebrauch sozialer Medien durchdrungene Lebenswelt von (Dresdner bzw. ostdeutschen) Jugendlichen zeigt und dadurch auch denjenigen einen tiefgründigen Einblick in diese Welt gewährt, die den älteren Generationen angehören und/oder diese Medien selbst nicht nutzen.

Zwei Beispiele verdeutlichen, warum nicht nur der Film selbst, sondern auch der YouTuber Max Herzberg derart polarisieren kann. Der Erfolg des YouTubers begründet sich in einem für die heutige Internet-Kultur typischen ambigen Humor, der auch seinen YouTube-Kanälen hunderttausende Abonnent_innen und Millionen von Videoabrufen beschert hat. Charakteristisch für Adlersson ist, dass er trotz seines antisemitischen und frauenverachtenden Humors seine politische Haltung absichtlich in der Schwebe hält und dadurch eine möglichst breite Anschlussfähigkeit für ein breiteres Nutzer_innenspektrum aufrechterhalten kann.

¹ Alexej Hock: Den Fans gibt er «ein kleines bisschen Hitler», in: *Die Welt*, 6.2.2018, www.welt.de/vermischtes/plus173262382/YouTuber-Max-Herzberg-Den-Fans-gibt-er-ein-kleines-bisschen-Hitler.html (12.2.2020); Henry Berndt: Beruf: Youtuber, in: *Sächsische Zeitung*, 22.7.2017, web.archive.org/web/20170721231721/https://www.sz-online.de/nachrichten/beruf-youtuber-3732730.html (12.2.2020). Alle YouTube-Kanäle von Max Herzberg wurden am 4.3.2020 permanent gesperrt bzw. gelöscht. Bisher gibt es dafür weder von ihm noch von YouTube eine offizielle Begründung. Herzberg ruft u. a. auf Instagram (ca. 192.000 Follower; Stand: 19.3.2020) dazu auf, seinem Kanal auf der Plattform Twitch sowie dem Kanal seines Vaters zu folgen.



In dem Video mit dem Titel «Ein kleines bisschen ...» <rezensiert> Adlersson den bereits erwähnten Zeitungsartikel aus der *Welt*, der mit der Schlagzeile «Den Fans gibt er <ein kleines bisschen Hitler>» betitelt ist.² Er setzt sich darin mit dem im Artikel geäußerten Vorwurf auseinander, er würde in seinen Videos mit «Nazi-Inhalten kokettieren». In dem *Welt*-Artikel erklärt er diese Attitüde mit seiner ostdeutschen Herkunft, wo eben «sehr viele so rechts» seien, weshalb man halt so aufwachse.³ Er betrachte es «nicht als rechts, wenn man mal was [Rechtes] raushaut», denn «rechte Witze» und rechter «Humor» kämen in seinem Freundeskreis und seinem sozialen Milieu «immer an, das sorgt immer für Lacher». Adlerssons zynische Haltung äußert sich darin, dass er sich selbst trotz seines rechten, grenzüberschreitenden Humors als völlig unpolitisch versteht (wobei auf den Begriff des Zynismus noch genauer eingegangen wird). In der Mitte des Videos klebt er sich ostentativ zwei Aufkleber auf die Brust, einen der Identitären Bewegung (IB) und einen zweiten der Linksjugend Solid, der ihm offensichtlich von Fans zugeschickt wurde:

So, ich trage jetzt diese Aufkleber. Habe ich mich jetzt verändert, im Vergleich zu vor drei Minuten, wo ich noch keinen getragen hab? Bin ich jetzt rechts? Bin ich jetzt links? Oder heben diese Aufkleber sich irgendwie auf? Alles Bullshit! [...] Ich will nicht aussagen, dass, wenn ich an meinem Schrank linke und rechte Aufkleber [habe], dass sich die beiden Aufkleber aufheben und ich damit wieder unpolitisch bin, nein, ich will damit sagen, dass es absolut scheißegal ist, was ich an meinem Schrank kleben hab. [...] Und wenn ich da politische Aufkleber dranmache, dann interessiere ich mich immer noch nicht für Politik.⁴

Abb. 1 Screenshot aus Adlerssons YouTube-Video *Ein kleines bisschen ...*, 2018

Abb. 2 Screenshot aus dem Chat zu einem Livestream Adlerssons, 2018

² Max Herzberg: Ein kleines bisschen ..., 7.2.2018, www.youtube.com/watch?v=KGhlQEKHF1U (12.2.2020).

³ Da hat Adlersson nicht unrecht, denn die jüngst erneut erschienene Rechtsextremismus-Studie der Universität Leipzig aus diesem Jahr kommt zu dem Schluss, dass in Ostdeutschland fast die Hälfte der Menschen eine «ausländerfeindliche» Einstellung teilen, siehe Oliver Decker, Elmar Brähler (Hg.): *Flucht ins Autoritäre. Rechtsextreme Dynamiken in der Mitte der Gesellschaft*, Leipzig 2018, www.otto-brenner-stiftung.de/wissenschaftsportal/informationsseiten-zu-studien/leipziger-autoritarismusstudie-2018 (12.2.2020).

⁴ Herzberg: Ein kleines bisschen ...

Auch Adlerssons Fans beherrschen das bewusste Spiel mit der Grenzüberschreitung. Während rechtsradikale Codes und Zeichen in den (vermutlich moderierten) Kommentaren seiner YouTube-Kanäle nur äußerst selten vorkommen, sind sie in den nicht aufgezeichneten und veröffentlichten Chats zu seinen Livestreams allgegenwärtig. In der Analyse eines über zwölf Stunden gesammelten Samples (ca. 15.000 Kommentare)⁵ eines solchen Livestreams findet sich der szenetypische Code <88> unter den 20 häufigsten verwendeten Zeichenfolgen in den Chat-Beiträgen, immer wieder auch in Verbindung mit <AfD>. Hinzu kommen zahlreiche weitere eindeutige Codes wie <444>, <1488>, <SS> oder <HH> und das Swastika-Symbol etc.

Den Umgang in Adlerssons Community mit diesen rechten Codes (sowie Adlerssons ambigue und bewusst zynische Haltung dazu) veranschaulichen auch die folgenden beiden Vorkommnisse im Stream. Zu einem scheinbar willkürlichen Zeitpunkt des Streams beginnen plötzlich sehr viele User_innen den Chat seitenweise mit dem Code <88> zu spammen. Der Anlass dafür ist, dass Adlersson kurz zuvor den 88-sten Like an ein YouTube-Video vergeben hat, ohne es selbst zu bemerken, weshalb er verwirrt auf die Häufung deszenebekannten Codes reagiert: «Ich weiß auch nicht, warum die das alle spammen – es nervt. Aber macht, was ihr wollt, wenn's euch Spaß macht.»

Viel deutlicher zeigt sich Adlerssons Haltung, als er wenig später eine mit einer Geldspende versehene Nachricht eines Users über die Superchat-Funktion im Live-Chat erhält, auf dessen Profilbild das Symbol der rechtsextremen IB zu sehen ist: «ich bin jüdischer rechtsradikaler spiel chris aris». Adlersson antwortet zwar, dass er Chris Aris nicht kenne, folgt aber dem Aufruf und spielt den Song «NAZI feat. SILAS ARES» des «bekanntesten Musiker[s] der nationalistischen Rap-Szene».⁶ Er merkt an, dass es sich bei dem Musikstück um «rechtes Gedankengut handelt», behauptet aber auch, dass das Video, solange es «auf YouTube ist [...], ja nicht verboten sein» kann. Auch wenn in diesem Kommentar das ausschließlich an den YouTube-Regularien orientierte Wertesystem Adlerssons sehr klar zum Ausdruck kommt, bricht er die Wiedergabe später ab und merkt abschließend an, dass einige Inhalte «sicher richtig» seien, auch wenn er nicht mit «allem konform» gehe. «Aber der Beat ist geil», fügt er noch hinzu. Der Chat füllt sich zu diesem Zeitpunkt wieder mit eindeutigen Neonazi-Codes und -Symbolen, was Adlersson sarkastisch-teilnahmslos mit den Worten quittiert: «Jetzt gib't ja wieder schöne Kommentare hier – na ja.»

An diesen Beispielen wird deutlich, dass ein bestimmter rechtslastiger Jargon bzw. eindeutige szenetypische Codes nicht nur aus ideologischer Überzeugung verwendet zu werden scheinen, sondern dass dies vielmehr zum gängigen sprachlichen und symbolischen Repertoire bestimmter YouTube-Communities gehört, durch das sich die Mitgliedschaft zu dieser Community ausdrückt, und zwar mittels eines geteilten Humors. Diese Feststellung soll dieses Handeln nicht beschönigen, sondern ist vor dem Hintergrund, dass die Follower_innen Adlerssons sehr divers sind, als Warnung zu verstehen. Denn es ist davon

⁵ Die Daten des Livestreams wurden von uns am 5./16.12.2018 gesammelt und lokal gespeichert. Aus datenschutzrechtlichen Gründen können sie nicht bereitgestellt werden.

⁶ Max Nahrhaft, Anselm Schindler: Der rechte Rapper aus Ebersberg, in: *Süddeutsche Zeitung*, 3.3.2017, www.sueddeutsche.de/muenchen/ebersberg/ebersberg-video-botschaften-von-ganz-rechts-1.3404015 (12.2.2020).

auszugehen, dass viele User_innen diese Codes und Symbole gerade nicht ideologisch und im vollen Bewusstsein um deren wahre Bedeutung verwenden und so mit ihrem nicht minder zynischen Handeln zu deren Verbreitung im Netz und damit zu ihrer sprachlichen Normalisierung beitragen.

Neben dieser sprachlich-inhaltlichen Ebene spielen im Falle von YouTube aber auch medientechnologische Bedingungen eine besondere Rolle. Die Kommunikationswissenschaftlerin Zeynep Tufekci und der Journalist Paul Lewis haben während des US-Wahlkampfes im Jahr 2016 anhand ihrer jeweiligen Studien belegt, dass der YouTube-Algorithmus so konstruiert ist, dass User_innen von Kanälen mit gemäßigten Inhalten ohne große Umwege zu radikaleren Kanälen weitergeleitet würden. Tufekci und Lewis zufolge kann er in einer stark polarisierten politischen Konstellation wie der US-Wahl daher entscheidenden Einfluss auf die politische Meinungsbildung ausüben.⁷ Wir gehen davon aus, dass YouTube nicht per se als Radikalisierungsbeschleuniger funktionieren kann,⁸ sondern dass im Fall von rechten Inhalten ein solcher Mechanismus deshalb funktioniert, weil Medientechnologie (die Affordanz der Plattform-Konnektivität) und Medieninhalte (ein als ambiguer Humor auftretender Zynismus) miteinander verbunden sind (womit sich im Umkehrschluss auch die weit verbreitete These begründen ließe, warum linke Influencer_innen weitaus weniger erfolgreich sind als rechte).⁹

Wir bezeichnen dieses enge Ineinandergreifen von medientechnologischer Affordanz der sozialen Medien und grenzüberschreitendem rechtslastigem Humor als «konnektiven Zynismus». Die Verbindung besteht darin, dass sowohl der geteilte zynisch-ambigüe Humor (inhaltliche Ebene) als auch die Plattform-Konnektivität (medientechnologische Ebene) eine sich wechselseitig verstärkende *phatische* Funktion erfüllen, weil sie das Gefühl von Gemeinschaftszugehörigkeit und parasozialer Verbundenheit («Konnektivität») erzeugen und aufrechterhalten. Der Anthropologe Bronislaw Malinowski, auf den diese Verwendung des Begriffs «phatisch» zurückgeht, versteht darunter «a type of speech in which ties of union are created by a mere exchange of words».¹⁰ Neben dem Erzählen von Witzen oder dem gemeinsamen Tratschen nennt Malinowski auch das Grüßen als Beispiel für diese Form der Kommunikation, die eine «phatische Gemeinschaft» (*phatic communion*) erzeugt.¹¹ Das Grüßen umfasst verbale wie nonverbale Zeichen (Winken oder Anlachen), die inhaltsleer erscheinen, aber gleichwohl eine soziale Funktion erfüllen und eine «atmosphäre of sociability» erschaffen können.¹² Mit «phatischer Kommunikation»¹³ lassen sich also sowohl inhaltsleersprachliche als auch nonverbal-signalhafte Formen der Gemeinschaftsbildung beschreiben, die weitere (z. B. referenzielle oder emotive) Kommunikation her- und sicherstellen.¹⁴

Der Clou an sozialen Medien ist nun, dass sie die phatische Kommunikationsfunktion der Sprache zu einem zentralen Element ihrer Plattformarchitektur machen. Auf sozialen Medien konstituiert sich die phatische Kommunion anhand kommunikativer Operatoren wie Gefällt-mir-Buttons, @-Zeichen,

⁷ Zeynep Tufekci: YouTube, the Great Radicalizer, in: *The New York Times*, 10.3.2018, www.nytimes.com/2018/03/10/opinion/sunday/youtube-politics-radical.html (12.2.2020). Paul Lewis: «Fiction Is Outperforming Reality»: How YouTube's Algorithm Distorts Truth, in: *The Guardian*, 2.2.2018.

⁸ Vgl. dazu auch Julia Ebner: *Radikalisierungsmaschinen. Wie Extremisten die neuen Technologien nutzen und uns manipulieren*, Berlin 2019; Patrick Stegemann, Sören Musyal: *Die rechte Mobilmachung. Wie radikale Netzaktivisten die Demokratie angreifen*, Berlin 2020.

⁹ Jessie Daniel kommt in Bezug auf das Verhältnis von Twitter und der Entstehung der Alt-Right in den USA zu einer ganz ähnlichen Schlussfolgerung, vgl. Jessie Daniels: The Algorithmic Rise of the «Alt-Right», in: *Contexts*, Bd. 17, Nr. 11, 2018, 60–65; dies: Twitter and White Supremacy: A Love Story, in: *CUNY Academic Works*, 19.10.2020, academicworks.cuny.edu/hc_pubs/344/ (14.2.2020).

¹⁰ Bronislaw Malinowski: The Problem of Meaning in Primitive Languages, in: C. K. Ogden, I. A. Richards (Hg.): *The Meaning of Meaning*, London 1923, 296–336, hier 315.

¹¹ Ebd., 314.

¹² Ebd., 314 f.

¹³ Ein Begriff, den erstmals Jean Baudrillard benutzt, siehe Jean Baudrillard: *Paradoxe Kommunikation*, Bern 1989, 14–16.

¹⁴ Bernhard Gröschel schlägt hingegen vor, die «phatische Funktion» in die beiden Teilfunktionen «kontaktiv» (also «medial» auf das physische Kontaktmedium bezogen) und «soziativ» (auf soziale Verbindung als «phatische Gemeinschaft» gerichtet) zu unterscheiden. Diese Unterscheidung ist jedoch idealtypisch zu verstehen, denn beide treten immer nur in Kombination miteinander auf. Vgl. Bernhard Gröschel: *Sprachliche Kommunikation und Sprachfunktionen*, in: Klaus D. Dutz, Hans J. Wulff: *Kommunikation, Funktion und Zeichentheorie. Zur Terminologie der Semiotik*, Münster 1983, 15–45.

Hashtags oder Retweets, durch die sich mit dem einfachen Klicken eines Buttons oder der Verwendung eines Symbols eine phatische Funktion ausführen lässt. Deren Gebrauch ist auf sozialen Medien genauso habitualisiert wie in den von Malinowski beschriebenen Alltagssituationen. Zizi Papacharissi erläutert dies am Beispiel des Hashtags, den sie als «conversational marker» bzw. «adressivity marker» bezeichnet.¹⁵ Demnach liege die Wirkung des funktionalen Operators Hashtag in einem «emotiven und kollektivierenden» Gefühl von Gemeinschaft, die die besondere «konnektive Affordanz der sozialen Medien» auszeichnet.¹⁶

In der angloamerikanischen Medienwissenschaft haben sich in Bezug auf diese konnektive Funktionalität der sozialen Medien die Begriffe «phatic technology»¹⁷ und «phatic culture»¹⁸ eingebürgert. Laut Vincent Miller hat die auf sozialen Medien vorherrschende «phatische Kultur» zu einer «Verflachung» der sozialen Netzwerke und damit zu einem Anstieg der nicht-dialogischen und nicht-informativischen Kommunikation geführt. Verkürzt ausgedrückt bedeutet dies, dass auf sozialen Medien Likes mehr zählen als das bessere Argument oder die satirische Qualität eines Witzes. Die sozialen Medien unterliegen den Regeln einer Aufmerksamkeitsökonomie, die Carolin Gerlitz und Anne Helmond als «Like economy» bezeichnet haben.¹⁹ Aufmerksamkeitsökonomie und phatische Kommunikation hängen zusammen, betont Miller, denn die Nutzer_innen sozialer Medien müssten ihre Kommunikation und den «Ausdruck von Intimität komprimieren», um mit der drastisch angestiegenen «Ausdehnung» ihrer sozialen Netzwerke Schritt halten zu können. Damit ist nicht nur die Kompression von Sprache durch gängige Abkürzungen gemeint, sondern vor allem die weniger zeitaufwendige phatische Kommunikation mittels der genannten funktionalen Operatoren, durch die sowohl «Beachtung signalisiert» als auch «Aufmerksamkeit eingefordert» werden könne.²⁰

II. Formen der Konnektivität auf der Video-Plattform YouTube

Für den Fall von YouTube lassen sich drei Formen von Konnektivität unterscheiden: *artikulierte*, *verhaltensmäßige* und *algorithmische* Konnektivität. danah boyd und Kate Crawford verstehen unter «artikulierter» Konnektivität die stabileren und sichtbaren Verbindungen zwischen User_innen, die sich anhand der Freundes- oder Followerlisten als klassisches soziales Netzwerk abbilden lassen.²¹ Sie unterscheiden diese von der «verhaltensmäßigen» Konnektivität, die sich aus dem individuellen Nutzer_innenverhalten ergibt. Dazu gehören sowohl gepostete audiovisuelle oder textuelle Inhalte als auch das Liken oder Teilen von Posts anderer User_innen. Entscheidend ist, dass die sich aus dieser Konnektivität ergebenden Netzwerke weitgreifender sind als die artikulierten Netzwerke, da ein geposteter Kommentar oder Tweet sich weit über das eigene Follower_innen-Netzwerk hinaus verbreiten kann.

¹⁵ Zizi Papacharissi: *Affective Publics. Sentiment, Technology, and Politics*, New York 2015, 34 f.

¹⁶ Ebd., 27 u. 9; Hier und im Folgenden Übers. d. Verf.

¹⁷ Victoria Wang, John V. Tucker, Tracey E. Rihll: On phatic technologies for creating and maintaining human relationships, in: *Technology in Society*, Bd. 33, Nr. 1, 2011, 44–51.

¹⁸ Vincent Miller: New Media, Networking and Phatic Culture, in: *Convergence*, Bd. 14, Nr. 4, 2008, 387–400.

¹⁹ Carolin Gerlitz, Anne Helmond: The Like economy: Social buttons and the data-intensive web, in: *New Media & Society*, Bd. 15, Nr. 8, 2013, 1348–1365.

²⁰ Miller: *New Media, Networking and Phatic Culture*, 395. Übers. F. S./P. M.

²¹ danah boyd, Kate Crawford: Critical Questions for Big Data: Provocations for a Cultural, Technological, and Scholarly Phenomenon, in: *Information, Communication & Society*, Bd. 15, Nr. 5, 2011, 662–679.

Eines der Hauptziele der Plattformarchitektur von YouTube besteht darin, User_innen so lange wie möglich innerhalb des geschlossenen <Ökosystems> zu halten. Dies wird durch vorgeschlagene Videos (<related videos>) und die Autoplay-Funktion (2014 testweise eingeführt, seit 2015 deaktivierbare Standardeinstellung) erreicht. Der unbekannt Algorithmus, der hinter den Videovorschlägen steckt, wird als «collaborative filtering analysis» beschrieben, weil er sowohl «das Ergebnis einer algorithmischen Berechnung» als auch der «aggregierten Sehgewohnheiten» ist.²² Wir bezeichnen diese Form der Plattform-Nutzer_innen-Konnektivität aufgrund des ihr zugrunde liegenden geheimen Algorithmus als *algorithmische Konnektivität*. In unserer Analyse der algorithmischen Konnektivität gehen wir davon aus, dass algorithmische Videovorschläge im Zusammenspiel mit der sich in grenzüberschreitenden Witzen ausdrückenden phatischen Kommunikation eine nicht zu unterschätzende Gefahr darstellen: Denn offenbar können Nutzer_innen nicht nur durch andere Nutzer_innen, sondern auch durch die algorithmische Funktionsweise der Plattform in die Richtung von ähnlich extremen oder gar immer extremeren politischen Positionen mobilisiert werden. Die Analyseergebnisse vorwegnehmend lässt sich festhalten, dass die Konnektivität auf YouTube zum einen phatische Anteile aufweist, die zur Herausbildung eines bestimmten Vlog-Genres der Jugendkultur beigetragen haben, und zum anderen durch die Videovorschläge algorithmisch generiert ist. Was wir als konnektiven Zynismus bezeichnen, beruht schließlich auf dem Zusammenspiel von verhaltensmäßiger Konnektivität (die sowohl gepostete Inhalte als auch die phatische Verwendung funktionaler bzw. <parasprachlicher> Operatoren umfasst) und algorithmischer Konnektivität.

Mittels datenbasierter Zugänge lassen sich diese Formen der Konnektivität abbilden und analysieren. Wie viele andere soziale Medien stellt auch YouTube sogenannte APIs (*application programming interfaces*) zur Verfügung, welche es erlauben, auf Daten und Dienste der Plattform zuzugreifen. Voraussetzung dafür ist ein (kostenloser) Google Developer Account, mit dem sich über ein verhältnismäßig einfaches technisches Verfahren zahlreiche gut strukturierte Daten zu Kanälen, Videos und Kommentaren auf YouTube abfragen lassen.²³ In unserer Forschung haben wir auf diese Weise sämtliche über die API verfügbaren (öffentlichen) Informationen zu den Kanälen von Max Herzberg (*AdlerssonPictures* und *AdlerssonReview*) sowie zweier Protagonisten der Identitären Bewegung (*Malenki* und *Martin Sellner*) gesammelt und daraus einen durchsuchbaren Index und Textkorpus erstellt. Dadurch erhielten wir einen quantitativen Einblick in diese Kanäle. Es soll jedoch bereits an dieser Stelle erwähnt sein, dass es sich hierbei um eine Momentaufnahme handelt, also nur der zum Zeitpunkt der Datenabfrage aktuelle Stand der Kanäle wiedergegeben werden kann. Die Entwicklung der Kanäle im zeitlichen Verlauf (z. B. die Entwicklung der Abonnent_innenzahlen, gelöschte Videos und Kommentare) lassen sich nur beschränkt rekonstruieren.²⁴ Ergänzend haben wir Daten der Social-Media-Monitoring-Seite *Social Blade*

²² Jane Arthurs, Sophia Drakopoulou, Alessandro Gandini: Researching YouTube, in: *Convergence*, Bd. 24, Nr. 1, 2018, 3–15, hier 10 f.

²³ Das pyg-Tool ermöglicht die Beschaffung von Kommentardaten und Video-Metadaten ganzer Kanäle über die YouTube-API. Vgl. Peter Mühleder, Florian Rämisch: *diggr/pyg*: v1.0.0, in: *Zenodo*, 5.7.2019, zenodo.org/record/3269158/files/XkxT6opCcuU (18.2.2020).

²⁴ Für die folgende Auswertung haben wir zwei Datensammlungen zu den YouTube-Kanälen angefertigt, einen zur Zeit der Kontroverse um den Film *Lord of the Toys* im Oktober 2018 und einen weiteren im Februar 2020.

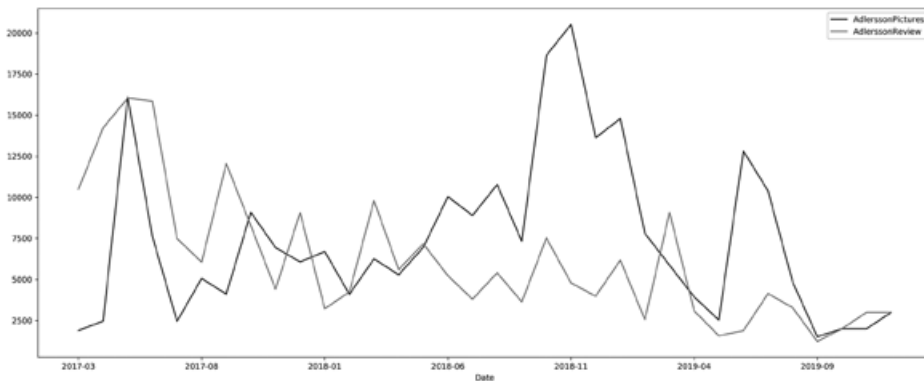


Abb. 3 Entwicklung der Neuabonnent_innen der Kanäle *AdlerssonPictures* und *AdlerssonReview*

herangezogen, welche u. a. Daten zu den Neuabonnent_innen für YouTube-Kanäle liefert, sowie stichprobenartig Livestreams auf Adlerssons Kanälen und in deren Umfeld verfolgt – die jedoch nicht aufgezeichnet werden können und nicht über die APIs abrufbar sind – und die darin stattfindenden Chats aufgezeichnet.

Während es auf diese Weise möglich ist, einen Überblick über die Kanäle zu bekommen, erhält man über die API nur geringe Informationen darüber, wie Kanäle (oder auch Videos oder User_innen) zueinander in Beziehung stehen. So liefert sie keine Angaben über die Nutzer_innen, die einen Kanal abonniert haben. Wir sind jedoch der Ansicht, dass genau diese (algorithmisch erzeugten) Relationen einen wichtigen Aspekt der Konnektivität auf sozialen Medien darstellen. Deshalb analysieren wir einerseits das Kommentarverhalten der Nutzer_innen, um festzustellen, zu welchem Zeitpunkt welche Kanäle konsumiert werden. Andererseits ermöglicht eine Beobachtung der Weboberfläche der jeweiligen Kanäle einen Einblick in die algorithmische Verbundenheit der Kanäle.

Besonders Letzteres ist von großer Bedeutung, da sich der im Hintergrund arbeitende Algorithmus nur als «Black Box» betrachten lässt, d. h., es bleibt für uns verborgen, wie diese Verbindungen zwischen Kanälen von YouTube berechnet werden.²⁵ Zumindest lässt sich aber das Verhalten dieser Black Box beobachten, wodurch wir eine Verortung eines Kanals in seinem Umfeld aus der Sicht eines neutralen Nutzers (also gewissermaßen im *default*-Modus, sprich, ohne dass das personalisierte Nutzer_innenverhalten einbezogen wird) bestimmen können. Dadurch, dass wir uns nur für die beobachtbaren «inputs and outputs» der Black Box und nicht für ihre «internal complexity»²⁶ interessieren, können wir zwar nicht nachvollziehen, *wie* ein Algorithmus arbeitet, aber zumindest sehen, *was* er macht. Wie bei den Daten, welche wir über die API abfragen konnten, ist auch hier zu bedenken, dass es sich um Momentaufnahmen handelt. Die von uns untersuchten algorithmischen Relationen sind nicht stabil und unterliegen einer stetigen Veränderung. So stellte YouTube im Mai 2019 das *related-channel*-Feature ein, was die Nachvollziehbarkeit der algorithmischen Zusammenhänge von YouTube-Kanälen seither weiter erschwert.

²⁵ Vgl. Nicholas Diakopoulos: Algorithmic Accountability. Journalistic Investigation of Computational Power Structures, in: *Digital Journalism*, Bd. 3, Nr. 3, 2015, 398–415. Frank Pasquale; *The Black Box Society: The Secret Algorithms That Control Money and Information*, Cambridge 2015.

²⁶ Bruno Latour: *Pandora's Hope. Essays on the Reality of Science Studies*, Cambridge 1999, 304.

	<i>AdlerssonPictures</i>	<i>AdlerssonReview</i>
Videos	975	649
Abonnent_innen	167.562	282.873
Kommentare	121.367	307.113
Kommentator_innen	34.604	115.788

Tabelle 1 Statistiken der Kanäle *AdlerssonPictures* und *AdlerssonReview*,
Stand: 11.11.2018

III. Adlerssons Kanäle und deren algorithmisch-konnektives YouTube-Umfeld

Der Content von Max Herzbergs Kanal *AdlerssonReview* fällt in die Kategorie der Unboxing-Videos und wurde mit dem Öffnen von unaufgefordert von seinen Fans an ihn geschickten Spendenpaketen begonnen. Bei Herzbergs zweitem Kanal *AdlerssonPictures* handelt es sich hingegen um einen klassischen Vlog, in dem er z. B. Videos von den Urlaubsreisen mit seiner Ex-Freundin oder von Saufabenden mit seinen Freunden teilt.

Ausgehend von den User_innenstatistiken zeigt sich, dass der Kanal *AdlerssonReview* der populärere der beiden Kanäle ist, und zwar sowohl hinsichtlich der Abonnent_innenzahl als auch der auf dem Kanal aktiven Kommentator_innen. Wie oben erwähnt, ist es aufgrund der fehlenden Abonnent_innendaten nicht möglich nachzuvollziehen, wie sehr sich die Abonnent_innen beider Kanäle überschneiden. Allerdings lässt sich anhand der aktiven Kommentator_innen zumindest feststellen, dass von insgesamt rund 144.000 kommentierenden User_innen lediglich knapp 10 Prozent auf beiden Kanälen aktiv sind. Dies legt die Vermutung nahe, dass beide Kanäle ein weitgehend eigenständiges Publikum besitzen.

Während *AdlerssonReview* der Kanal mit der größeren User_innenzahl ist, wies *AdlerssonPictures* lange Zeit ein deutlicheres Wachstum an Abonnent_innen auf. Die mediale Aufregung um den Dokumentarfilm von Pablo Ben Yakov und André Krummel hatte dabei auch Auswirkungen auf den Vlog *AdlerssonPictures*. In den Monaten nach der Aufführung des Films beim DOK-Festival sowie infolge der medialen Berichterstattung nahm die Anzahl der neuen Abonnent_innen stark zu, während sich bei *AdlerssonReview* keine derartig deutliche Entwicklung erkennen lässt.

Betrachtet man das Umfeld der Kanäle mittels der algorithmischen Konnektivität der *related channels*, so lässt sich erkennen, dass die beiden Kanäle insbesondere mit drei anderen subkulturellen Szenen auf YouTube konnektiv verbunden sind: der Hip-Hop-, Videospiele- und der Lifestyle-Szene. *AdlerssonReview* ist dabei (zumindest auf YouTube) ein Teil der deutschen Hip-Hop-Community,

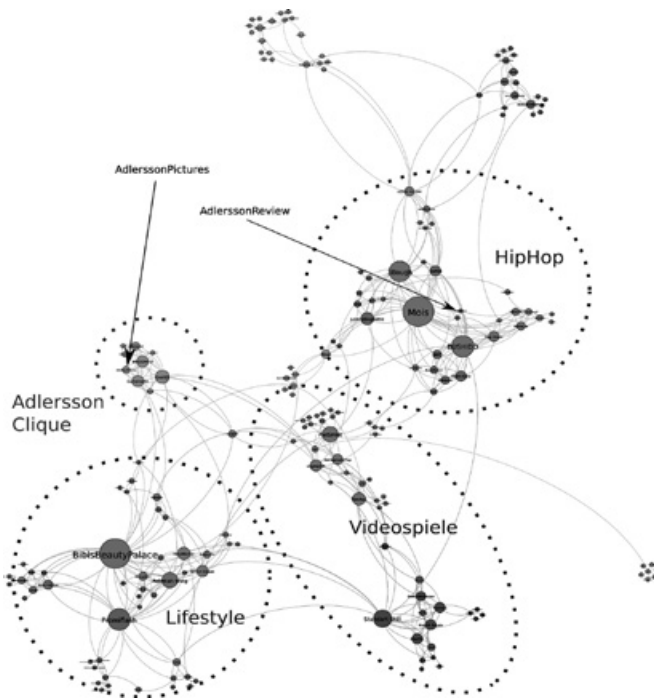


Abb. 4 Netzwerkvisualisierung des Umfelds von *AdlerssonPictures* und *AdlerssonReview*, basierend auf der algorithmischen Konnektivität der *related channels*

²⁷ Hierbei haben wir für die aktuellsten 30 Videos der Kanäle die empfohlenen Videos erfasst. Diese Abfrage wurde pro Video 30 Mal wiederholt, da sich die Zusammensetzung der Liste empfohlener Videos von Abfrage zu Abfrage ändern kann. Dadurch lässt sich für jedes *related video* dessen Empfehlungswahrscheinlichkeit errechnen. Aus dieser Liste wurden in einem nächsten Schritt die jeweils 20 am häufigsten empfohlenen Videos als Ausgangspunkt für eine weitere Abfrage auf zweiter Ebene verwendet. Fasst man nun die Videos der gleichen Kanäle zusammen, lässt sich darstellen, mit welcher Wahrscheinlichkeit man von einem Kanal über die Empfehlungen des YouTube-Algorithmus zu einem anderen Kanal gelangt.

während *AdlerssonPictures* zusammen mit anderen Kanälen eine Art Clique bildet, welche sich teils auch aus Adlerssons sozialem Umfeld zusammensetzt, das einen sehr ähnlichen Content (nämlich ebenfalls Vlogs) produziert. Diese Clique lässt sich jedoch (im Gegensatz zu *AdlerssonReview*) nicht eindeutig einem subkulturellen Themengebiet (z. B. einem Musikgenre oder einem Hobby wie Videospiele) zuordnen, sondern bildet ein eigenes thematisches Umfeld.

Diese thematische Einordnung durch den YouTube-Algorithmus können wir durch ein auf den empfohlenen Videos basierendes Experiment²⁷ ergänzen. Tabelle 2 zeigt jeweils die zehn am häufigsten empfohlenen Kanäle.

Das Ergebnis zu *AdlerssonPictures* zeigt, dass sich die empfohlenen Videos primär aus einem bestimmten Teil der deutschen Vlogger_innen-Szene zusammensetzen: den Kanälen von *MontanaBlack*, *Exs195*, *KomaKarsten* und *TANZVERBOT*. Die Kanäle dieser Gruppe sind zwar unterschiedlich populär, sie erwecken jedoch einen homogenen Eindruck: junge Männer, zwischen 20 und 30 Jahre alt, die über ihren Lebensalltag berichten und sich auch oft stark aufeinander beziehen (in sogenannten *reaction videos*). Darüber hinaus gibt es noch eine Reihe von Kanälen (*Richtiger Kevin*, *HARAM GÜRKCHEN*, *OfficialVideoChamp*, *DieCrew*), die Livestreams und anderen Content dieser YouTuber erneut hochladen.

Im Gegenzug dazu finden sich im Umfeld von *AdlerssonReview* sehr oft Kanäle, die Produkte präsentieren, insbesondere aus den Bereichen Technik und Mobilfunk (*Felixba*, *China-Gadgets.de*, *OwnGalaxy*, *iKnowReview*) oder Fashion und Luxusartikel (*mib*, *justin*, *Jeremy Fragrance Germany*). Die meisten dieser

<i>AdlerssonPictures</i>	<i>AdlerssonReview</i>
INKOGNITO	AdlerssonPictures
OfficialVideoChamp	mih
HARAM GÜRKCHEN	justin
AdlerssonReview	INKOGNITO
Exsl95	China-Gadgets.de
Richtiger Kevin	Jeremy Fragrance Germany
TANZVERBOT	Felixba
JP Performance	Jorginho
KomaKarsten	OwnGalaxy
Die Crew	iKnowReview

Tabelle 2 Die zehn jeweils am häufigsten empfohlenen Kanäle, basierend auf den empfohlenen Videos

Kanäle sind zwar auch *<personality-driven>* und demografisch gesehen den YouTube_innen im Umfeld von *AdlerssonPictures* sehr ähnlich, jedoch nicht (oder weniger stark) auf das Privatleben ihrer Betreiber_innen bezogen. Die thematische Ähnlichkeit (Hip-Hop) ist weniger von Bedeutung als die Art der Videos (Unboxing bzw. Produktpräsentationen).

Darüber hinaus zeigt ein Vergleich der beiden Kanäle Adlerssons, dass *AdlerssonReview* algorithmisch viel stärker im deutschen YouTube-Mainstream verankert ist, da die durch den Algorithmus vorgeschlagenen Videos aus einem deutlich diverseren Set an Kanälen stammen.²⁸ Mit seinen Kanälen ist Adlersson also mehreren (jugend-)kulturellen Kontexten zuzuordnen: zum einen einem bestimmten sozialen Jugendmilieu, welches sich über Vlogs konstituiert, in denen *<intime>* bzw. *<authentische Erfahrungen>* vermittelt werden und das zudem auch stark mit dem Videospiele-Bereich verbunden ist.²⁹ Zum anderen ist Adlersson, abseits dieses medial erzeugten Ausdrucks eines sozialen Milieus, mit seinen Unboxing-Videos und -Reviews aber auch einer professionalisierten (oder zumindest professionell erscheinenden), konsumorientierten YouTube-Community zuzuordnen.

IV. Algorithmische und verhaltensmäßige Konnektivität zur Neuen Rechten

Die Analyse der empfohlenen Videos des Kanals *AdlerssonPictures* belegt eine gewisse Nähe zur rechten bzw. verschwörungstheoretischen YouTube-Szene (z. B. die Kanäle NuoViso.TV, klagemauerTV, «achse:ostwest» und Tell The Truth), wenn auch nur am Rande. Diese werden auch nicht direkt in den empfohlenen Videos von *AdlerssonPictures* verlinkt, lassen sich aber über den Umweg der Kanäle

²⁸ 246 Videos im Falle von *AdlerssonReview* im Vergleich zu 146 auf *AdlerssonPictures*.

²⁹ Arthurs u. a.: *Researching YouTube*, 8.

*Internet Kammerjäger*³⁰ und *Tobias Meier* in nur wenigen Schritten erreichen. Auch wenn beide Kanäle nur wenige Abonnent_innen haben, erreichen sie durch die Bereitstellung von Aufzeichnungen von Livestreams Adlerssons, in denen er sich für politisch provokante Aussagen zu rechtfertigen versucht (bzw. darlegt, wie etwas sich aus seiner Sicht <wirklich> zugetragen hat), relativ hohe Klickzahlen (die meistgesehenen Videos wurden jeweils ca. 100.000 Mal angeklickt).³¹

Diese Verbindung zu eindeutig neu-rechten bzw. verschwörungstheoretischen Kanälen bedeutet jedoch nicht, dass ein Besuch dieser Kanäle immer in die neu-rechte Szene führt. Betrachtet man beispielsweise die beiden Videos des Kanals *Tobias Meier*, so finden sich unter den empfohlenen Videos auch Empfehlungen von Kanälen wie *Galileo* oder *ARTEde*. Mit anderen Worten, Beiträge von Rundfunkanstalten und von neu-rechten Verschwörungstheoretiker_innen können unkommentiert und völlig austauschbar nebeneinanderstehen.

Wenngleich diese algorithmische Verbindung uneindeutig bleibt, zeichnet eine inhaltliche Auseinandersetzung mit den Videos auf den Kanälen *Internet Kammerjäger* und *Tobias Meier* ein differenzierteres Bild. In einem auf *Tobias Meier* bereitgestellten Livestream-Video nimmt Adlersson u. a. zum Vorwurf Stellung, er würde aktiv Propaganda für die Identitäre Bewegung machen. Während er in diesem Video einerseits verneint, dass die IB aus seinem Verhalten Nutzen ziehen könne, öffnet er für alle Zuschauer_innen einsehbar auf seinem im Video sichtbaren PC-Desktop den Instagram-Account des führenden Leipziger IB-Aktivistin Alex Malenki (Alexander Kleine) und fordert die Zuschauer_innen seines Livestreams (laut eigenen Angaben ca. 4.500) unverblümt auf, diesem zu folgen.³²

[H]ier mal Grüße gehen raus an dieser Stelle, dem könnt ihr auch mal folgen. [...] Das ist einer von der Identitären Bewegung, für die, die's nicht interessiert, das ist [...] eine neue Bewegung, die durchaus rechts geprägt ist. [...] Aber das sind auf jeden Fall keine Nazis oder Ähnliches, auch keine Rechtsextremen und auch keine Gewalttätigen, was weiß ich, das sind Leute, die vielleicht noch irgendwo aufs Hausdach klettern und 'ne Fahne hochhalten mit ihrer Botschaft drauf. [...] Ähm ja – jedenfalls mag ich diesen Mann, der ist einfach cool.³³

Im Anschluss versucht Adlersson, auch den Instagram-Account von Martin Sellner, dem Kopf der IB, zu zeigen, nur um sich daran zu erinnern, dass dessen Account inzwischen gesperrt wurde. Der Historiker Volker Weiß, der zur extremen Rechten forscht, schreibt: «Vor allem die Person Sellners zeigt, dass es mit der Abgrenzung der IB gegenüber dem Neonazismus nicht weit her ist. Sellner [...] gehörte zuvor zum Zirkel des Neonazis Gottfried Küssel, der mit seiner Gruppe das 2011 vom österreichischen Innenministerium stillgelegte Webportal *Alpen-donau.info* betrieb. Die staatliche Intervention gegen den offenen Neonazismus führte direkt zur Ausweichgründung der Identitären.»³⁴ Trotz personeller und inhaltlicher Anbindungen zur «alten Rechten» und zum Neonazi-Milieu versuche die IB mittels einer Medienstrategie, die gezielt ein «subkulturelles Image» pflege und «routiniert mit popkulturellen Codes» arbeite, zu verhindern,

³⁰ Die Videos auf dem Kanal *Internet Kammerjäger* wurden inzwischen entfernt.

³¹ Der Kanal *Tobias Meier* enthält nur zwei Videos, jeweils Livestream-Aufzeichnungen von Herzberg. *Internet Kammerjäger* enthielt neben den Herzberg-Videos auch noch eine Vielzahl an «lustigen» Clips, die der Kanalbetreiber selbstironisch als «Informationsmüll» bezeichnete.

³² Vgl. dazu auch Karla Sommerlich: Niemand will Teil der «Identitären Bewegung» sein, in: *Belltower.News*, 27.9.2019, www.belltower.news/artikel/niemand-will-teil-der-%E2%80%99Cidentit%C3%A4ren-bewegung%E2%80%99D-sein-14132 (12.2.2020); Anonym: Mitglieder der Identitären Bewegung Leipzig, in: *Ibster Watch*, 11.6.2017, ibster.noblogs.org/mitglieder-der-identitaren-bewegung-leipzig/ (12.2.2020).

³³ Tobias Meier: Max Adlersson | Statement zur Filmkritik und politischen Einstellung, 4.11.2018, www.youtube.com/watch?v=thjOaewryZc (25.2.2020).

³⁴ Volker Weiß: Die autoritäre Revolte. Die Neue Rechte und der Untergang des Abendlandes, Stuttgart 2017, 109.

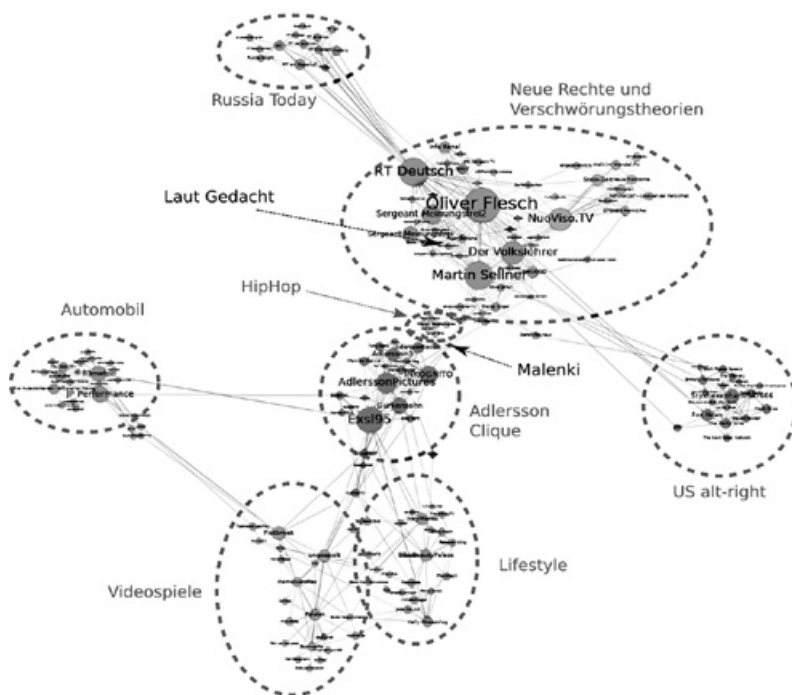


Abb. 5 Netzwerkvisualisierung des Umfelds der Kanäle von Alex Malenki (*Malenki* und *Laut Gedacht*)

dass sie in einem Zusammenhang mit dem gesehen werde, «was landläufig mit rechts in Verbindung gebracht wird».³⁵ Es kann konstatiert werden, dass auch Adlersson die IB in seinen Videos als völlig unproblematische politische Bewegung darstellt, fernab von nationalsozialistischem bzw. rechtsextremem Gedankgut, und damit diese Selbstbeschreibung der IB übernimmt.

In diesem Zusammenhang ist es außerdem aufschlussreich, dass Adlersson und Malenki eine sehr ähnliche Medienstrategie betreiben. Auch Malenki ist primär auf zwei Kanälen aktiv, einem «privaten» Vlog und einem professionell produzierten Medienkanal (*Laut Gedacht*). Dieser wird von der Initiative «Ein Prozent» finanziert, die Volker Weiß als «Netzwerk äußerst rechter Politiker und Aktivisten» beschreibt, die im «Stile einer NGO [...] Aktionen gegen die Flüchtlingspolitik der Regierung finanzieren».³⁶ Nimmt man den Vlog von Malenki zum Ausgangspunkt einer Analyse der algorithmischen Konnektivität, so zeigt sich, dass Malenki einerseits Verbindungen zum bereits skizzierten Jugendmilieu um Adlersson und ähnlichen YouTuber_innen aufweist (*AdlerssonPictures*, *Exsel95* und *INCOGNITO*), man über seine *related channels* aber andererseits auch zu rechtsextremen Kanälen wie dem von Martin Sellner oder *Der Volkslehrer* gelangt.

Die milieuhafte Verwandtschaft zwischen Adlersson und Malenki zeigt sich nicht nur algorithmisch-konnektiv und lässt sich entsprechend visualisieren, sondern drückt sich in Form von verhaltensmäßig-konnektiven *shoutouts*, also durch das persönliche Referenzieren eines befreundeten Kanals in einem Video, auch inhaltlich aus. So tätigt Malenki beispielsweise in

³⁵ Ebd., 93 u. 107.

³⁶ Zum innerem Kreis der Initiative gehören laut Weiß neben «Götz Kubitschek der Journalist Jürgen Elsässer des extrem rechten Compact-Magazins, der «eurokritische» Jurist Karl Albrecht Schachtschneider und der AfD-Politiker Hans-Thomas Tillschneider». Weiß: *Die autoritäre Revolte*, 24.

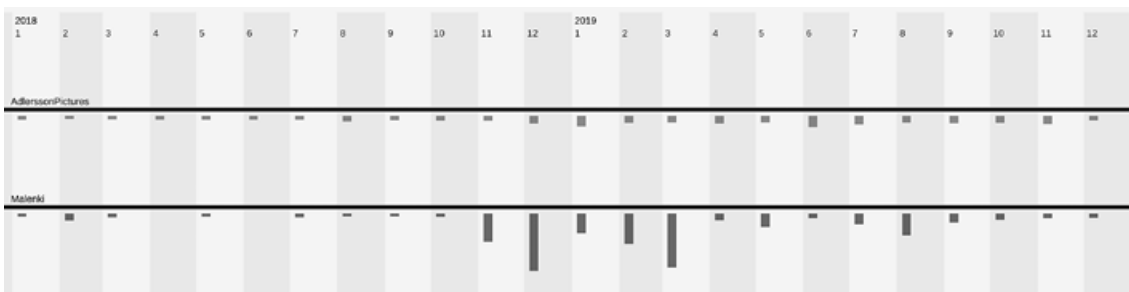
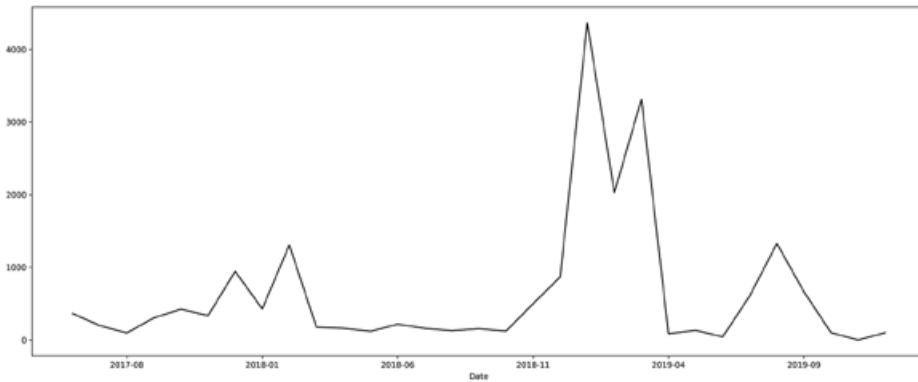


Abb. 6 Entwicklung der Neuabonnent_innen des Kanals *Malenki* je Monat. Das Interview mit Adlersson erschien Ende November 2018

Abb. 7 Nutzer_innenbewegungen zwischen *AdlerssonPictures* und *Malenki*. Die Länge der Balken repräsentiert die Anzahl der neu gewonnenen Kommentator_innen vom jeweils anderen Kanal

einem seiner populärsten Videos, in dem er ausgerechnet Martin Sellner in Wien trifft, einen solchen *shoutout* an Adlersson. Solche *shoutouts* zeigen natürlich nicht nur eine inhaltliche Nähe, sondern sind auch als gegenseitige Werbung zu sehen, wie es sich auch im reziprok Featurn in Videos ausdrücken kann. So besucht Malenki nicht nur Sellner in Wien, sondern im November 2018 auch Adlersson in Dresden und führt mit diesem ein fast einstündiges Videointerview, in dem er sich mit ihm fast schon servil über dessen vermeintlich unpolitische Haltung unterhält, ihn aber immer wieder zu eindeutigen Positionierungen zu verleiten versucht.³⁷

Es kann an dieser Stelle zusammenfassend festgehalten werden, dass die Überlappungen der beiden sozialen Milieus vor allem im Medium der Vlogs inhaltlich zum Ausdruck gebracht werden und durch das Featurn und die *shoutouts* unterstrichen werden. Malenki schlägt somit geschickt eine Brücke zwischen der neu-rechten YouTube-Szene und die Adlersson umgebende jugendkulturelle Community auf YouTube. Umso problematischer erscheint es, wenn Adlersson Malenki durch seine *shoutouts* und gemeinsamen Auftritten zu mehr Aufmerksamkeit und Abonnent_innen verhilft. Dies lässt sich auch durch das Kommentarverhalten der Nutzer_innen beobachten: Insbesondere in den Monaten nach der Medienberichterstattung um die Dokumentation begannen vermehrt Nutzer_innen, die zuvor auf Adlerssons Kanälen aktiv waren, im Anschluss auch Malenkis Kanal zu frequentieren und dort Kommentare zu hinterlassen.

³⁷ Das Interview mit Adlersson ist mittlerweile mit Abstand das populärste Video auf Malenkis YouTube-Kanal geworden.

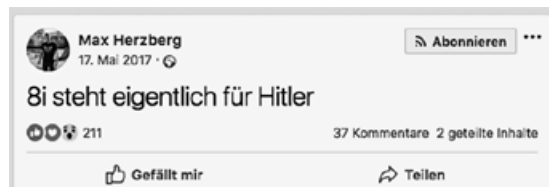


Abb. 8 Post auf dem privaten Facebook-Account von Max Herzberg, 17.5.2017

V. Qualitative Analyse der verhaltensmäßigen Konnektivität durch den Gebrauch des ambigen Codes <8i>

In unserer Datenanalyse haben wir uns auch die Kommentare zu Adlerssons Videos genauer angeschaut und auf rechtslastige Kommentare hin durchsucht. In den Kommentaren sind zwar eindeutig rechtsradikale Abkürzungen eine Seltenheit (<88> = 121; <HH> = 62; <SS> = 140). Selbst die Abkürzung der rechtspopulistischen Partei AfD taucht in unserem Kommentar-Korpus nur 371 Mal auf. Um dem verhaltensmäßig-konnektiven Zynismus Adlerssons auf die Schliche zu kommen, muss man sich jedoch anderen, viel ambigueren Symbolen und Codes zuwenden; z. B. der Verwendung des Codes <8i>, der in unserem Adlersson-Korpus 34.252 Mal auftaucht. Adlersson selbst benutzt den Code seit 2014, als dieser auf dem Instagram-Account von Kong (alias vito8i), der der Bodybuilding-Szene zuzuordnen ist, vermutlich zum ersten Mal verwendet wurde. Die Verwendung dieses Codes in den Kommentaren zu Adlerssons Videos begann im Jahr 2016 und erreichte ihren bisherigen Höhepunkt 2017. In den Kommentaren wird an Adlersson in dieser Zeit immer wieder die Frage gerichtet, was <8i> denn eigentlich bedeutet, wodurch es sich für eine Weile zu einem *running gag* entwickelt, dass Adlersson behauptet, das nicht zu wissen, und empfiehlt, doch bitte bei Kong selbst nachzufragen.

Das Interessante an diesem Code ist also, dass im Grunde niemand genau sagen kann (oder explizit sagen will), wofür er steht. Auf einschlägigen Diskussionsforen findet sich eine ganze Reihe von Erklärungen: 1.) <8i> ist ein Smiley, 2.) <8i> repräsentiert einen Arm mit einem angespannten Bizeps, 3.) die Buchstabenkombination bedeutet <Bruder>, abgeleitet von dem arabischen Wort *akbi* bzw. *achi* (8 = acht + i), was naheliegend wäre, weil Adlersson in seinen Videos das Wort <Bruder> regelmäßig verwendet, und 4.) <8i> steht für <Hi> (H = der achte Buchstabe des Alphabets), was dann als Kürzel für <Hitler> stehen und demnach eindeutig dem rechten Jargon zuordnet werden könnte. Am 17. Mai 2017 <lüftet> Adlersson das Geheimnis auf seinem privaten Facebook-Account (und interessanterweise nicht auf einem seiner YouTube-Kanäle) und stellt fest, dass <8i> in Wirklichkeit tatsächlich für <Hitler> stehe:

Allerdings meint Adlersson diesen Kommentar selbstverständlich nicht ernst, sondern als bewusste Anspielung auf die Ambiguität des Codes. Trotz seiner <Klarstellung> äußert sich Adlersson auch hier nicht explizit rechts, was jedoch ohne den vorherigen Kontext nicht zu verstehen ist. In dieser Art von Humor liegt der Zynismus Adlerssons, denn er ist sich natürlich darüber bewusst, dass

der Code in der rechten Szene durchaus als <Hitler> gelesen werden kann (und dass aus <8i> schnell <88i> werden kann). Mit anderen Worten bedeutet <8i> – dadurch dass die Bedeutung bewusst in der Schwebelage und ambivalent gehalten wird – gerade *nicht* Nichts, sondern genau das, was jede_r aus seiner_ihrer ideologischen Perspektive darin sehen *will*. Damit affirmiert Adlersson für jede_n die ideologische Haltung, die sie_er bereits hat, er erzeugt also kognitive Sonanzen. Und diese Haltung ist in dem Milieu seiner vornehmlich ostdeutschen Fan-Community dem eigenen Bekunden nach tendenziell eher anti-links bzw. rechts, wie er selbst auch. <8i> fungiert so – in den Worten von Ernesto Laclau – als «leerer Signifikant», über den Signifikanzketten zu anderen ideologischen Lagern verhaltensmäßig-konnektiv hergestellt werden können.³⁸

Dieses ironische Spiel mit Zeichen ist laut den beiden Medienwissenschaftler_innen Whitney Phillips und Ryan Milner zentral für die Identitätsbildung von Online-Communities. Sie beschreiben drei zentrale Eigenschaften, die derartiger Humor in seiner «folkloristischen» Kommunikationsform besitzt: Er ist erstens *fetischisierend*, d. h. der vollständige emotionale, politische oder kulturelle Kontext wird verschleiert.³⁹ Im Zentrum dieser Form von Humor stehen das Witzemachen und Lachen innerhalb der Gruppe – und nicht diejenigen, die vielleicht durch den Humor verletzt oder ausgegrenzt werden könnten. Die Möglichkeit negativer Effekte für andere wird dabei nicht wahrgenommen (schließlich hat man es ja nicht «wortwörtlich gemeint»). Dieser Humor erreicht seine kohäsive Wirkung dadurch, dass er zweitens *generativ* und drittens *magnetisch* ist. Über Humor werden neue Erfahrungen und Referenzen in ein kollektives «Wir» verwoben (bzw. verstärkt), was auch auf Außenstehende sehr anziehend wirken kann (denn wer möchte sich schon gerne von einem kollektiven Gelächter ausgeschlossen fühlen). Auf der anderen Seite gelten diejenigen, die kein Teil des kollektiven Gelächters sind (oder sein wollen bzw. können), als «die Anderen».

Solche «folkloristischen» Kommunikationsformen waren schon lange vor den digitalen Medien, wie Phillips und Milner zugespitzt formulieren, zu 80 Prozent obszön und zu 100 Prozent ambivalent. Und gerade diese Ambivalenz ist es, die durch die Mechanismen des Internets und der sozialen Medien noch verstärkt wird. Waren diese folkloristischen Ausdrücke eines sozialen Milieus in ihrer Obszönität und Ambivalenz bis dato primär einer eingeschränkten Öffentlichkeit vorbehalten, erhalten sie über öffentliche Plattformen wie YouTube eine noch nie dagewesene Reichweite. Und nicht nur das – über die algorithmische und verhaltensmäßige Konnektivität der Plattformen geht auch die ursprüngliche Rahmung als Spiel (*play frame*) des Milieus verloren, die die Fetischisierung des Humors ermöglicht. Denn plötzlich können Äußerungen und «Scherze» in einen anderen Kontext gerückt werden, in dem sie dann nicht mehr lustig, sondern verletzend sind oder gar Hass und Wut schüren. Der Code <8i> wurde somit in einem breiteren jugendkulturellen Milieu zum fixen Bestandteil des humoristisch-phatischen Vokabulars und ermöglicht überdies den Brückenschlag zu eindeutig rechtsextremen Codes, die in ganz ähnlicher Weise verwendet werden.

³⁸ Vgl. Ernesto Laclau: Was haben leere Signifikanten mit Politik zu tun? Die soziale Produktion leerer Signifikanten, in: ders.: *Emanzipation und Differenz*, Wien 2010, 65–78.

³⁹ Vgl. Whitney Phillips, Ryan Milner: *The Ambivalent Internet. Mischief, Oddity, and Antagonism Online*, Cambridge, Malden 2017 (eBook).

VI. Ambiguer Internet-Humor, Neue Rechte und konnektiver Zynismus

Abschließend soll der Frage nachgegangen werden, warum sich Adlerssons Haltung und ein gewisses Spektrum des im Internet weit verbreiteten grenzüberschreitenden Humors mit dem Begriff des *konnektiven Zynismus* erfassen lassen. Anders als im Fall der Ironie, bei der es sich um ein rhetorisches Stilmittel handelt, bei dem man das Gegenteil von dem sagt, was man meint, sagen Zyniker_innen genau das, was sie meinen, und zwar in dem vollen Bewusstsein, dass dies moralisch oder ethisch nicht angebracht ist. Peter Sloterdijk bezeichnet diese Geisteshaltung deshalb auch als «aufgeklärtes falsches Bewusstsein» respektive als «modernisiertes unglückliches Bewusstsein, an dem Aufklärung zugleich erfolgreich und vergeblich gearbeitet hat».⁴⁰ Mit anderen Worten wissen Zyniker_innen im Grunde ganz genau, dass das, was sie tun, moralisch verwerflich ist, tun es aber dennoch bzw. gerade deshalb. Als zynisch lassen sich folglich Rede- und Verhaltensweisen bezeichnen, «die eine Distanz bei gleichzeitiger Zustimmung gegenüber herrschenden Machtverhältnissen zum Ausdruck bringen. Dabei kann der Zyniker entweder überlegener und arroganter Vertreter der Macht sein [...] oder aber spöttischer Kritiker, der die Machtordnung bloßstellt, während er gleichzeitig die eigene vollkommene Ohnmacht und eine daraus resultierende Gleichgültigkeit evoziert.»⁴¹

Dass ein gewisses Spektrum der Politik den konnektiven Zynismus genauso gut beherrscht wie junge YouTube-Influencer_innen, zeigt sich am durchaus phatisch gebrauchten nationalistischen Jargon der Neuen Rechten bzw. des Rechtspopulismus. Dass dieser in seinem Gebrauch auf eine Geschlossenheit und damit gerade auf die Verhinderung eines Meinungs austausches oder sachlichen Diskurses abzielt, zeigt beispielsweise der Gebrauch des Begriffs <Volk>, der begründungslos konstatiert wird, indem die Existenz des so Bezeichneten als etwas Selbstverständliches oder gar Naturwüchsiges dargestellt wird. Wir haben es auch beim Rechtspopulismus mit einer nicht-dialogischen und nahezu inhaltsleeren Kommunikation zu tun, die insofern in erster Linie eine phatische Funktion erfüllt, als sie eine Gemeinschaft von ideologisch gleichgesinnten Menschen erzeugen und erhalten soll. In dieser strategischen Verwendung des rechten Vokabulars spiegelt sich zudem ein Desinteresse daran wider, in einen Dialog oder Diskurs mit dem politischen Gegenüber zu treten.

Genauso wie im Falle des Gebrauchs inhaltsleerer bzw. ambiguer Codes in der Netzkultur ist die Plattform-Konnektivität bestens geeignet für den in sich geschlossenen und pointiert-verkürzenden phatischen Kommunikationsstil der Neuen Rechten und des Rechtspopulismus. Darin liegt auch der Grund, weshalb der Rechtspopulismus und soziale Medien eine so wirkungsmächtige Verbindung eingehen können. Ähnlich wie im Fall des zynischen Internet-Humors liegt auch das Ziel der Rechtspopulist_innen in der Grenzüberschreitung, die sich jedoch durch das prophylaktische oder nachträgliche Setzen von

⁴⁰ Peter Sloterdijk: *Kritik der zynischen Vernunft*, Frankfurt/M. 1983, 37.

⁴¹ *Reallexikon der deutschen Literaturwissenschaft*, Band III, 901 f.

Klammern (*bracketing*) strategisch einhegen lässt. Während der grenzüberschreitende Humor der Influencer_innen der Monetarisierung dient (<Das war doch nur ein Witz!>), ist er für den Rechtspopulismus eine politische Strategie (<Das wird man ja wohl noch sagen dürfen!>), die auf das absichtliche Austesten der normativen Grenzen des Sagbaren in der Politik abzielt.

Seinen Ursprung hat der konnektive Zynismus jedoch im Internet. Denn man kann sagen, dass der seit langer Zeit unterhalb des Radars von Journalismus und Politik stattfindende, gegen das politische, kulturelle und wissenschaftliche Establishment gerichtete <Kulturkampf> auf anonymen Internetforen wie 2chan oder 4chan als Inkubator für den Erfolg von Rechtspopulist_innen wie Trump in den USA oder der AfD in Deutschland funktioniert hat. In diesem Kampf wird ein zunächst ironischer, später dann zynischer phatischer Kommunikationsstil eingesetzt, der uns auch im Falle des YouTubers Adlersson begegnet ist. Wie auch im Fall des Kommunikationsstils des Rechtspopulismus zeichnet sich auch die im Internet in dieser Zeit aufkommende Kommunikation vor allem dadurch aus, andere Nutzer_innen darin zu überbieten, immer derbere oder politisch inkorrekte Aussagen (bzw. Witze) oder immer beleidigendere Kommentare zu posten.

Diese von Politiker_innen und Journalist_innen lange nicht hinreichend ernst genommene, auf scheinbar unpolitischen Memes und dem gezielten Trollen basierende Subkultur war von Anfang an global. Sie speist sich aus der japanischen Anime-Nerdkultur (daher die vielfältigen Bezüge zur japanischen Populärkultur auch außerhalb Japans), der US-amerikanischen Populärkultur (z. B. *South Park*) oder der stark männlich geprägten Videogame-Subkultur. Trotz ihrer unterschiedlichen Ursprünge eint diese Subkulturen eine offen misogyne, homophobe und oft auch rassistische (Bild-)Sprache, die uns auch bei Adlersson begegnet. Lange vor Angela Nagle und anderen Autor_innen hat der japanische Soziologie Akihiro Kitada 2005 auf diese Entwicklungen aufmerksam gemacht. Er beschreibt die Entstehung einer stark durch die japanische Sub- und Populärkultur geprägten Internet-Rechten in Japan (jap. *netto uyo*), in der sich aus einer anfangs spielerisch-ironischen bis politisch inkorrekten Einstellung gegenüber den liberalen Massenmedien oder progressiven Politiker_innen nach und nach eine milieutypische zynische Haltung entwickelt hat.⁴² Dies sind Entwicklungen, die auf erschreckende Weise jenen ähneln, die die Publizistin Angela Nagle in ihrem jüngst erschienenen Buch zur Entstehung der Alt-right in den USA beschreibt.⁴³

Erfahren hat die breitere Öffentlichkeit von dieser latenten Entwicklung im Grunde erst, als dieser zynische und phatische Kommunikationsstil mit der Ausbreitung von Facebook, Twitter und YouTube in den 2000er Jahren aus dem Schatten der anonymen Internetforen 2chan und 4chan in die Semi-Öffentlichkeit der sozialen Medien migriert ist und sich dann sehr schnell mit der nicht minder zynischen (misogynen, rassistischen, homophoben) Haltung des Rechtspopulismus verbunden hat. Von Seiten der Politik und des Journalismus wurde bis dahin auf diese Entwicklung bloß mit dem arroganten Beharren auf der eigenen Bedeutungshaftigkeit reagiert, was die zynische Haltung

⁴² Vgl. Akihiro Kitada: Japan's cynical nationalism, in: Mizuko Ito, Daisuke Okabe, Izumi Tsuji (Hg.): *Fandom Unbound: Otaku Culture in a Connected World*, Yale 2012. Zum Verhältnis von sozialen Medien und der Internet-Rechten (*netto uyo*) in Japan siehe auch Fabian Schäfer, Stefan Evert, Philipp Heinrich: Japan's 2014 General Election: Political Bots, Right-Wing Internet Activism and PM Abe Shinzō's Hidden Nationalist Agenda, in: *Big Data*, Bd. 5, Nr. 4, 294–309; Tamara Fuchs, Fabian Schäfer: Normalizing misogyny: hate speech and verbal abuse of female politicians on Japanese Twitter, in: *Japan Forum*, Jg. 32, Nr. 1, 2020, 1–27.

⁴³ Vgl. Angela Nagle: *Kill All Normies. Online Culture Wars from 4chan and Tumblr to Trump and the Alt-right*, Winchester, Washington 2017.

in einschlägigen Internetforen selbstverständlich nur noch weiter verstärkt hat. Das war der Moment, so schreibt Nagle, als in den USA aus einer «reaktiv-ironischen» Haltung eine «nihilistisch-zynische» wurde, die sich in erster Linie gegen die *political correctness* liberaler Politiker_innen oder Medien richtet.⁴⁴ Das beschreibt im Grunde auch das Milieu, in dem der YouTuber Adlersson sowie die sich um ihn entwickelnde Community im Internet sozialisiert wurden. Seine ostentativ zur Schau gestellte ostdeutsche Identität überlappt sich mit dieser Internet-Sozialisation.

In ihrem Buch *The Ambivalent Internet* beschreiben Phillips und Milner, wie hochgradig medienaffine Internetnutzer_innen dazu beigetragen haben, durch die politisch inkorrekte oder zumindest ambigue Verwendung von Memes, GIFs oder Videos die Kommunikation und Weltsicht von anderen (Institutionen, Menschen) zu destabilisieren, weil es völlig undurchsichtig geworden ist, was ernst gemeint oder was ein Witz ist.⁴⁵ Es kommt hinzu, dass der in sozialen Medien zur Schau gestellte zynische Humor sich gerade aufgrund seiner ideologischen Ambiguität sowie seines pathischen Charakters auch als «Ware» eignet, die für breite Kreise konsumierbar ist – je nach Nutzer_in entweder als ironisch gerahmter Joke («lol»), als geteilte zynische, «unpolitische» Haltung oder als radikale ideologische Position.

Auch der YouTuber Adlersson ist in genau diesem Sinne zynisch, weil er den Unterschied zwischen einer rechten und einer linken Haltung im Grunde zwar sehr genau kennt (also gewissermaßen ein «aufgeklärtes» Bewusstsein hat), sich aber über diese Unterscheidung zynisch hinwegsetzt, indem er – wie das eingangs beschriebene Beispiel mit den Aufklebern der IB und der Linksjugend Solid gezeigt hat – mit Symbolen beider ideologischer Lager gleichermaßen spielt. Man kann sogar behaupten, dass Adlersson sich völlig im Klaren darüber ist, dass seine *subscriber* aus unterschiedlichen (politischen) Lagern kommen, und er durch seine politisch vermeintlich «freischwebende» Haltung alle Seiten gekonnt bedienen kann. Dazu gehören User_innen mit rechtsradikaler Gesinnung oder AfD-Sympathisant_innen genauso wie ähnlich zynisch-unpolitische Nutzer_innen, die Adlerssons zur Schau gestellten Zynismus einfach bloß «feiern». Nagle beschreibt die Entwicklung dieses auf Grenzüberschreitung abzielenden Stils, der dem der Neuen Rechten in den USA stark ähnelt, wie folgt:

The rise of Milo [Yiannopoulos], Trump and the alt-right are not evidence of the return of the conservatism, but instead of the absolute hegemony of the culture of non-conformism, self-expression, transgression and irreverence for its own sake – an aesthetic that suits those who believe in nothing but the liberation of the individual from the id, whether they're on the left or right. The principle-free idea of the counterculture did not go away; it has just become the style of the new right.⁴⁶

Jugend- und Subkulturen hatten zwar immer schon eine transgressive Komponente (Beatniks, Punks, Skater_innen usw.). Mit der Ausbreitung einer zunächst auf 2chan oder 4chan entstandenen, teilweise auch (selbst-)ironischen subkulturellen Underdog-Ästhetik hat sich jedoch im Zusammenspiel mit

⁴⁴ Ebd., 2–5.

⁴⁵ Vgl. Phillips, Milner: *The Ambivalent Internet*.

⁴⁶ Nagle: *Kill All Normies*, 67.

sozialen Medien ein rein ästhetischer Zynismus (<Transgression als Stil>) entwickelt. Dieser ist losgelöst von bestimmten politischen Ideen/Idealen (was in der Gegenkultur der 1960er oder 1980er Jahre vor allem bedeutete, politisch eher <links> zu stehen). Heute ist das nicht politisch motivierte, nonkonformistische Schockieren um des Schockierens willen über den politischen Anspruch früherer Subkulturen hinaus jedoch ein fixer Bestandteil einer breiten Online-Jugendkultur geworden. In sozialen Medien ist es zudem dazu geeignet, den Influencer_innen möglichst große Klickzahlen zu bescheren.

Jodi Dean hat diese Entwicklung als «post-political formation of communicative capitalism» bezeichnet,⁴⁷ also eine kommerzialisierte Form der Post-Politik, wie sie Slavoj Žižek Ende der 1990er Jahre noch positiv als «the need to leave old ideological divisions behind and confront new issues» betrachtet hat.⁴⁸ In der kommerzialisierten Variante in sozialen Medien ist die post-politische Attitüde eingelassen in die Formen der Konnektivität der Plattform, auf der Beiträge (*contributions*) keine Antwort bedingen⁴⁹ und sich einfügen in einen «massive stream of content», bestehend aus «facts and opinions, images and reactions, losing their specificity and merging with and into the data flow».⁵⁰ Wie unsere Analyse zeigt, lässt sich diese Beobachtung auch auf einen bestimmten Teil der YouTube-Influencer_innen übertragen. Denn die Kommentarfunktion erzeugt einen Überschuss an Kommunikation, die Adlersson einfach ignorieren bzw. als unbedeutend deklarieren kann. Statt sich aktiv mit politisch problematischen Inhalten auseinanderzusetzen (oder sie zu moderieren), lässt er sie als unkommentierte Beiträge im Fluss der digitalen Kommunikation stehen oder löscht sie einfach, während die verantwortlichen Akteur_innen fortwährend immer neuen Content produzieren.

Es ist die Neue Rechte, die diese post-politische Situation strategisch am erfolgreichsten ausnutzt. Denn es war zentral für die Entwicklung der Neuen Rechten, dass sie (gerade im Internet) ihre Aktivitäten in das Feld der «Metapolitik» verlagert hat, womit «hauptsächlich das dem unmittelbar Politischen vorgelagerte Feld des Kulturellen gemeint [ist], mit all seinen habituellen, sprach- und sexualpolitischen Teilbereichen».⁵¹ Schon 1992 beschrieb der Publizist Thomas Assheuer solche metapolitischen Aktivitäten als eine Strategie der «taktischen Selbstverleugnung» (wie sie uns heute sowohl bei den Akteur_innen der IB bzw. des Rechtspopulismus begegnet als auch bei zynischen Influencer_innen wie Adlersson), die im Erlernen von «publizistischen Techniken» besteht, um «in den Diskurs-Schlachten des Zeitgeistes Stellung [zu] beziehen».⁵²

Während das Ziel der Neuen Rechten in der «sprachmächtigen Wortergreifung» durch die Verbreitung der «notwendigen Begriffe» liegt,⁵³ verfolgt Adlersson zwar vor allem kommerzielle Interessen (er bezeichnet sich selbst als «Unternehmer»), trägt aber genauso zur Normalisierung einer grenzüberschreitenden Sprache bei. Der Erfolg dieser konnektiv-zynischen Strategie begegnet uns heute in popularisierter Gestalt im Jargon des Rechtspopulismus

⁴⁷ Jodi Dean: *Communicative Capitalism: Circulation and the Foreclosure of Politics*, in: *Cultural Politics*, Bd. 1, Nr. 1, 2005, 51–74, hier 53.

⁴⁸ So zitiert in: ebd., 56.

⁴⁹ Ebd., 53.

⁵⁰ Ebd., 58.

⁵¹ Weiß: *Die autoritäre Revolte*, 54.

⁵² Zit. n. ebd., 55.

⁵³ Ebd., 56f.

der AfD, der Pegida-Bewegung, der <hippen> Identitären Bewegung, aber eben auch im milieuspezifischen Sprachduktus des YouTubers Adlersson und seiner Anhängerschaft.

Diese Überlappung besteht letztlich in dem, was wir hier als konnektiven Zynismus bezeichnen. Über Plattformen wie YouTube wird die ambivalente Ausdrucksform eines jugendlichen Milieus mit der zynischen Kommunikationsform in den sozialen Medien verbunden und schließlich über die algorithmischen Affordanzen der Plattform verstärkt. Das Ergebnis ist eine <post-politische> Kommunikation mit leeren Signifikanten, ohne das Erfordernis oder die Möglichkeit einer klaren Positionierung. Es kommt erschwerend hinzu, dass es Akteur_innen der Neuen Rechten mittels einer geschickten Medienstrategie zunehmend gelingt, die etablierte Kommunikationsform des konnektiven Zynismus für ihre Zwecke zu nutzen. Mittels ironischer und bewusst widersprüchlicher Aussagen werden bestehende Kommunikationsstrukturen weiter destabilisiert. danah boyd kommt zu dem Schluss, dass sich (ernst oder lustig gemeinte) ironische Witze und eine bewusst die Unterscheidung von Realität und Fiktion überschreitende Ambiguität in der digitalen Kommunikation daher heute (gerade von der Neuen Rechten) strategisch als <Waffe> einsetzen lassen, und zwar mit dem Ziel, «das Fundament der elitären epistemologischen Strukturen, die auf Fakten und Beweisen beruhen, zu demontieren».⁵⁴ In dieser Konstellation fällt es dann jemandem wie Adlersson oder auch Malenki sehr leicht, jegliche politische Kritik als <überzogene Political Correctness> der <Anderen> (der <Linken> oder der <Studenten>) abzutun und damit sogleich eine kollektive Ingroup-Identität zu stärken (<wir politisch Inkorrekten>, <wir Ostdeutschen> oder <wir zu unrecht Beschuldigten>). So gelingt es der Neuen Rechten, sich als Bestandteil von <authentischen> und <lokalen> Subkulturen zu inszenieren, indem sie konnektiv-zynische Brücken zu anderen zentralen Akteur_innen dieser Subkulturen (Influencer_innen wie Adlersson) schlagen und diese für ihre Zwecke vereinnahmen.

⁵⁴ danah boyd: You think you want media literacy ... do you?, in: *Data & Society: Points*, 9.3.2018, points.datasociety.net/you-think-you-want-media-literacy-do-you-7cad6af18ec2 (12.2.2020).