Pia Schramm

Museen, Social Media und Populismus

Eine ethnografische Studie einer kritischen Beziehung

Studien und Materialien | Band 53

LUDWIG-UHLAND-INSTITUT FÜR EMPIRISCHE KULTURWISSENSCHAFT

tübingen kulturwissenschaften VERLAG

Pia Schramm

Museen, Social Media und Populismus

Eine ethnografische Studie einer kritischen Beziehung

LUDWIG-UHLAND-INSTITUT FÜR EMPIRISCHE KULTURWISSENSCHAFT
Studien und Materialien | Band 53

Pia Schramm

Museen, Social Media und Populismus

Eine ethnografische Studie einer kritischen Beziehung

Tübinger Vereinigung für
Empirische
Kulturwissenschaft e.V.

Dieser Band wurde mit Mitteln der Volkswagen Stiftung unterstützt.

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über http://dnb.d-nb.de abrufbar.

Pia Schramm: Museen, Social Media und Populismus. Eine ethnografische Studie einer kritischen Beziehung
Tübingen: Tübinger Vereinigung für Empirische Kulturwissenschaft e. V., 2025.

ISBN: 978-3-947227-23-5

Alle Rechte vorbehalten.
© Tübinger Vereinigung für Empirische Kulturwissenschaft e. V., 2025.
www.ekw-verlag.de

Gestaltungskonzept: Christiane Hemmerich Konzeption und Gestaltung,Tübingen
Layout, Satz und Grafik: Antonia Clausnitzer, Rottenburg
Druck: Books on Demand GmbH, Hamburg

VORWORT **7**

EINLEITUNG **9**

THEORETISCHE VORÜBERLEGUNGEN ZU POPULISMUS **18**

DAS FELD: METHODISCHE ZUGÄNGE **29**

Medienanthropologische Grundlagen 33

POPULISTISCHE KRITIK AN MUSEEN IM DIGITALEN **36**

Gendergaga 38
Wende 2.0 47
Der Bundesdeutsche Schuldkult 56
Exkurs: Covidioten 64

AUSWIRKUNGEN POPULISTISCHER KRITIK **65**

Emische Perspektiven auf digitale Museumsarbeit 67
Zu Gast im Museum vs. Museum als Gast 69
Damoklesschwert Populismus? Antizipation populistischer Praktiken 71

UMGANG MIT POPULISTISCHER KRITIK **76**

Reagieren, ignorieren, löschen? Guidelines und Leitbilder 77
Communitys der Museen als regulierende Kraft 79
Haltung als proaktive Praktik 81

FAZIT UND AUSBLICK **85**

LITERATURVERZEICHNIS **90**

Für Rita

Vorwort

Diesem Buch zugrunde liegt meine Masterarbeit aus dem Jahr 2022. Sie ist im Rahmen des von der Volkswagenstiftung geförderten Projektes „Challenging Populist Truth-Making in Europe“ entstanden, dass sich den Herausforderungen von Populismus für die europäische Museumslandschaft widmet. Als wissenschaftliche Hilfskraft im Projekt hatte ich das Glück, Teil eines internationalen Forschungsteams zu sein und habe enorm von unserem produktiven und regelmäßigen Austausch profitiert. Unser Projekt, eine Zusammenarbeit von Forscher*innen aus London, Kraków, Berlin und Tübingen, hat unter anderem eine explorative Interviewstudie mit Museumsmitarbeiter*innen aus den drei Ländern durchgeführt. Meine Masterarbeit betrachtet die digitale Ebene in der Konfrontation und im Umgang mit Populismus, konkret in Hinblick auf Social-Media-Plattformen. Zu Beginn unserer Forschung waren Museen und Gedenkstätten als Teil der Pandemie-Eindämmungsstrategie der BRD bundesweit geschlossen. Damit veränderten sich nicht nur unsere Forschungsmethoden, sondern auch die Bedeutung von Social-Media-Plattformen für unser Feld. Das wird von meinen Interviewpartner*innen häufig reflektiert und mag an einigen Stellen nun etwas anachronistisch wirken. Die politische Landschaft in Deutschland – und mit ihr auch die Forschung über ihre Auswirkungen auf Kulturorte – befindet sich stets im Wandel und entwickelt sich weiter. Einige in diesem Buch beschriebenen Praktiken und Diskurse mögen im heutigen, oder vielleicht auch im zukünftigen Licht, anders wirken. Dieses Buch erhebt außerdem keinen Anspruch auf Vollständigkeit und die empirischen Kapitel sollten mehr als ethnografische Schlaglichter auf einzelne Aspekte im Feld ‚Politik-Museum-Digital‘ verstanden werden. Ich hoffe dennoch, dass dieses Buch für seine Leser*innen interessant ist. In diesem Vorwort möchte ich auch all denjenigen danken, die mich in diesem Projekt unterstützt haben. Mein Dank gilt Christoph Bareither und Julia Leser, die meine Masterarbeit mit vielen guten Ideen und kritischen Kommentaren betreut haben. Enorm wichtig für mich war auch der Austausch mit meinen Kolleg*innen im Projekt. Ich danke auch Karin Bürkert vom EKW-Verlag Tübingen für die Möglichkeit, meine Arbeit, trotz der langen Überarbeitungszeit, hier zu veröffentlichen. Ohne

die Menschen, die mir Einblicke in ihren Arbeitsalltag aus ihren Museen gegeben und sich mir geöffnet haben, wäre dieses Buch nicht entstanden. Und ein letztes Dankeswort gilt denjenigen, die mich durch die stressige Phase des Masterarbeit-Schreibens begleitet und ertragen haben, insbesondere Christopher Hölzel, dessen Kommentare und Humor mich durch diese Arbeit gebracht haben.

Einleitung

„Anbiedernd und politisch angepaßt, was ist nur aus unserer Kultur geworden,,,,gäääähn. Mein Gott was für eine Farce. Da verzichte ich gerne auf Eure Kultur! Wenn Ihr Euch jetzt auch schon für die politische Meinungsmache und Manipulation hergebt...“[1]

Nutzerin *Giesela Katmana2* auf Facebook[3]

Die Zeit meiner Feldforschung war nicht nur von der Covid 19-Pandemie in der Bundesrepublik Deutschland geprägt, sondern auch von einer gesellschaftlichen Polarisierung in der Debatte um die Wirksamkeit der Maßnahmen zur Eindämmung der Pandemie. Eine dieser Maßnahmen war die zeitweise Schließung des Einzelhandels und der Gastronomie, aber auch von Kulturbetrieben wie Museen und Gedenkstätten. Der Alltag vieler Menschen sah nun komplett anders aus: Homeoffice, Kontaktbeschränkungen, Infektionsgeschehen. Das Internet als Ort des Austauschs und der Vernetzung gewann an Bedeutung: man traf sich zum Filmeabend online, hatte Seminare auf Zoom und besuchte Galerien auf Instagram. Mit der Entwicklung und Verbreitung eines Impfstoffes entspannte sich die Lage etwas, Institutionen öffneten, unter Auflagen, wieder für den Publikumsbetrieb. Die Bundesländer waren für eine Impfung der gesamten Bevölkerung nicht ausreichend gerüstet, und Orte wie Museen nutzen ihre Räume kurzfristig als Impfzentren um. So auch das Museum, dem *Gisela Katmana* eine Nachricht dazu auf Facebook hinterließ. Ihr Kommentar wurde dreizehnmal gelikt, die Content-Moderation des Museums blieb stumm. Solche Praktiken, wenn auch in einem sehr spezifischen Kontext, sind ein Beispiel dafür, wie User*innen ihre

1 Alle in der vorliegenden Arbeit angeführten Zitate aus dem Feld sind *as is,* inklusiver grammatischer Fehler, reproduziert.

2 Im vorliegenden Text sind alle Namen von Nutzer*innen und Gesprächspartner*innen anonymisiert, reale Benutzernamen sind durch adäquate Pseudonyme ersetzt. Insbesondere auf Facebook treten viele User*innen mit Klarnamen auf, entsprechend werden hier Klarnamen pseudonymisiert. Siehe zu Anonymisierung in der Forschung auch: Christian Meyer/Christian Meier zu Verl: Ergebnispräsentation in der qualitativen Forschung. In: Nina Baur/Jörg Blasius (Hg.): Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung. Wiesbaden 2014, S. 245-258, hier: S. 255.

3 Alle in der vorliegenden Arbeit angeführten Zitate aus dem Feld sind *as is,* inklusiver grammatischer Fehler, reproduziert.

Missgunst Kulturinstitutionen gegenüber im Internet ausdrücken – und dafür, wie Museen sich zu dieser verhalten beziehungsweise nicht verhalten. Auch unabhängig von Affronts rund um Corona finden sich in den Kommentarsektionen der Social-Media-Kanäle von Museen[4] immer wieder verschiedene kritische Meinungen und beleidigende Ausdrücke, mit denen die Arbeit der Institutionen abgewertet wird. Dabei wird ihnen häufig vorgeworfen, politisch nicht ‚neutral' oder eben angepasst und manipuliert zu sein. *Giesela Katmana* zeichnet das Bild eines ‚kulturellen Verfalls', in dem ‚unsere Kultur' nicht vom ‚korrupten' Museum aufgezeigt wird und bedient sich damit populistischer Antagonismen: der Trennung zwischen ‚der korrupten Elite' die sich gegen ‚das Volk' richtet.[5] Populismus im Digitalen[6] wird vor allem in Hinblick auf politisch bedeutsame Ereignisse wie Wahlkämpfe[7] oder im Zuge gesellschaftspolitischer Krisen wie der sogenannten ‚Flüchtlingskrise'[8], der Klimakrise oder der globalen Pandemie[9], aber auch im Kontext von Kriegshandlungen sichtbar. In einer Zeit multipler Krisen und damit einhergehend zunehmender Polarisierung nehmen Museen mit ihrem Selbstverständnis als Orte gesellschaftlichen Diskurses eine besondere Rolle ein. Sie sind Orte des Sammelns, Archivierens und Ausstellens historisch gewachsenen Wissens und vermeintlicher Fakten, sie bieten Räume, Erkenntnis zu erlangen, Geschichte zu interpretieren, Kultur und Kunst zu erleben.[10] Museen vermitteln zwischen Objekten und Besucher*innen und werden als Orte authentischen Wis-

4 Museen werden hier als Überbegriff für staatliche und privat geführte Museen wie auch für Erinnerungs- und Gedenkstätten benutzt.

5 Hier beziehe ich mich zunächst auf Muddes und Kaltwassers Minimaldefinition von Populismus. Vgl. Cas Mudde/Cristóbal Rovira Kaltwasser: Populism. A very short Introduction. Oxford, 2017, S. 6. Im zweiten Kapitel dieses Buches wird Populismus genauer definiert.

6 Zum Beispiel in John Postill: Populism and Social Media: A Global Perspective. In: Media, Culture & Society 40/5 (2018), S. 754-765.

7 Zum Beispiel in Alex Jarman: Populism, Social Media and the German Elections. In: European Policy Institutes Network 40 (2017), S. 1-4.

8 Zum Beispiel in Mattias Ekman: Anti-immigration and Racist Discourse in Social Media. In: European Journal of Communication 43/6 (2019), S. 606-618.

9 Zur Übersicht: Nils Ringe/Lucio Rennó (eds.): Populists and the Pandemic. How Populists Around the World Responded to COVID-19. London 2022.

10 John H. Falk beschreibt in seinem Visitor Experience Model fünf Motivationstypen für Museumsbesuche, nämlich „Explorer, Facilitator, Experience seeker, Professional/Hobbyist, Recharger" Vgl. John H. Falk: Identity and the Museum Visitor Experience. New York 2009, S. 158.

sens traditionell als Autorität wahrgenommen.[11] Genau diese Funktion macht sie angreifbar für den populistischen Vorwurf, der ‚korrupten Elite' anzugehören und ‚die falschen Werte' beziehungsweise ‚falsche Versionen' von Geschichte zu vermitteln und ‚das Volk' nicht zu repräsentieren. Dass diese Ansicht verbreiteter ist, als man zunächst denkt, manifestiert sich nicht nur in den Kommentarspalten auf Social Media, die in diesem Buch im Fokus stehen, sondern auch in tätlichen Angriffen auf Museen und ihre Mitarbeiter*innen. Im September 2023, lange nachdem die Feldforschung für dieses Buch abgeschlossen war, berichtete die Tagesschau über eine Umfrage, in der NS-Gedenkstätten zunehmend von Vandalismus und Bedrohungen berichten.[12] Der Leiter der ehemaligen Konzentrationslager Mittelbau-Dora und Buchenwald wurde im August 2024 angegriffen, nachdem er in einem Schreiben an die Bürger*innen Thüringens davor warnte, die Alternative für Deutschland (AfD) zu wählen, wie der MDR berichtete.[13] Bereits einige Jahre zuvor wurden Bäume in der Nähe der Gedenkstätte Buchenwald mit Tafeln in Gedenken an unterschiedliche Opfergruppen abgesägt.[14] Dies sind nur einige Beispiele, und es kann sicherlich darüber debattiert werden, ob Museen oder ihre Leitungen Empfehlungen für Wahlen aussprechen sollten. An dieser Stelle geht es mir aber um die konkrete (physische) Gewalt,[15] mit der hier reagiert wurde. Wie wir an späterer Stelle sehen werden, sind verschiedene gewaltvolle Praktiken (das sind, konkret, zum Beispiel Hatespeech und organisierte Kampagnen) auch im Kontext der untersuchten Social-Media-Kanäle das prä-

11 Angelina et al.: Participatory Communication with Social Media. In: Curator. The Museum Journal. Vol. 51/9, (2008), S. 21-32, hier: S. 24.

12 Siehe zum Beispiel: tagesschau.de: KZ-Gedenkstätten beklagen rechtsextreme Bedrohung. In: tagesschau.de, 22.09.2023, https://www.tagesschau.de/inland/rechtsextreme-bedrohung-kz-gedenkstaetten-100.html (Zugriff 12.12.2024).

13 MDR Thüringen: Nach Brief gegen AfD: Buchenwald-Gedenkstättenleiter bedroht - Polizei ermittelt. In: mdr.de, 21.08.2024, https://www.mdr.de/nachrichten/thueringen/mitte-thueringen/weimar/wagner-buchenwald-bedroht-anzeige-polizei-100.html (Zugriff: 12.12.2024).

14 Gedenkstätte Buchenwald: Wieder Anschlag auf Weimarer Gedenkprojekt „1000 Buchen". In: buchenwald.de, 21.07.2022, https://www.buchenwald.de/newsroom/Wieder-Anschlag-auf-Weimarer-Gedenkprojekt (Zugriff: 12.12.2024)

15 Siehe dazu auch: Leser et al.: Right-Wing Populism and Museums: Findings from an Interview Study i the UK, Poland, and Germany. In: Museums and Society 23/2 (2025).

gende Moment. Was bewirkt diskursive[16] und physische Gewalt von Rechtsaußen? Wie können Museen Rechtspopulismus begegnen und ihm entgegentreten?

Museumsverbände und individuelle Akteur*innen in Museumsbetrieben vernetzen sich in Deutschland zunehmend für die Ausarbeitung von Guidelines und entwickeln Konzepte im Umgang mit Populismus.[17] Fachtagungen mit Fokus auf Rechtspopulismus[18] oder der politischen Haltung von Museen[19] werden veranstaltet, 2024 gründete sich das ‚Netzwerk Haltung!', dass anonymisiert Vorfälle rechter Gewalt gegen Museen sammelt.[20] Die Auseinandersetzung von Kulturinstitutionen mit dem Thema Rechtspopulismus verdeutlicht nicht nur deren Bewusstsein für die gesellschaftliche Relevanz dieses Phänomens, sondern weist auch darauf hin, dass populistische Akteur*innen zunehmend an Präsenz und Wirksamkeit gewinnen. Auch die internationale wissenschaftliche Forschung interessiert sich zunehmend für die Effekte populistischer Politik auf den Kultursektor, beispielsweise in Ländern, in denen populistische Regierungen in den Parlamenten sitzen. So auch das Projekt „Challenging Populist Truth-Making in Europe", in dessen Rahmen meine Forschung entstanden ist.[21] In den Niederlanden berichten Wayne Modest und Markus Balkenhol darüber, wie die rechtspopulistische Regierung Ausstellungen nutzt, um Kolonialismus zu legitimieren und glorifizieren.[22] In Polen wurden Museumsdirektor*innen unter der rechtskonser-

16 Diskurs meint hier die Praxis der Weltgestaltung, die von Regeln des Diskurses affordiert wird. Vgl. Philipp Sarasin: Michel Foucault zur Einführung. Hamburg: 2016.

17 Die Veröffentlichung der Mobilen Beratung gegen Rechtsextremismus in Zusammenarbeit mit dem Verein für Demokratische Kultur in Berlin von 2019 ist ein nennenswerter Beitrag in diesem Kontext, der praktische Hinweise für Museumsmitarbeiter*innen gibt. Vgl. MBR/VDK e.V. (Hg.): Nur Schnee von gestern? Zum Umgang mit dem Kulturkampf von rechts in Gedenkstätten und Museen, 2020, https://mbr-berlin.de/wp-content/uploads/2021/02/200113_MBR_Broschuere_Gedenkstaetten_online1.pdf (Zugriff: 12.12.2024).

18 Beispielsweise die Jahrestagung des Landesverbandes Berliner Museen 2021 mit dem Titel ‚Museen in Zeiten von Rechtspopulismus'.

19 Beispielsweise das Internationale Bodensee-Symposium der ICOM 2024.

20 Website des Netzwerks Haltung!: https://www.netzwerk-haltung.org (Zugriff: 12.12.2024).

21 Das von der Volkswagenstiftung geförderte ethnographisch-empirische Projekt untersucht die Auswirkungen populistischer Politik auf Museen in Deutschland, Großbritannien und Polen im internationalen Vergleich. Teil der Projektskizze umfasste die digitale Ebene, in der meine Arbeit sich verortet.

22 Markus Balkenhol/Wayne Modest: Caring for Some and not Others: Museums and the Politics of Care in Post-Colonial Europe. In: Chiara De Cesari/Ayhan Kaya (eds): European Memory in Populism: Representations of Self and Other, 173-190, New York/Oxon: 2020.

vativen PiS-Regierung entlassen und Ausstellungen politisch umgewidmet.[23] In der Türkei unter der AK-Partei entstehen gar neue populistische Ausstellungen, die das Regime glorifizieren.[24] Hier wird also versucht, Einfluss darauf zu nehmen, welche Themen, sowohl analog als auch digital, wie aus- und dargestellt und damit erinnert – oder nicht ausgestellt und nicht erinnert – werden (sollten). Solche Versuche gehen allerdings nicht nur von (regierenden) Parteien aus, auch nicht parteilich organisierte, ‚normale' Bürger*innen beteiligen sich an Hoheitskämpfen über Erinnerungskultur und stellen Forderungen an Museen. Dabei werden auch die Grenzen demokratischer Partizipation[25] ausgereizt, populistische Einmischung löst, im extremen Fall, (Selbst-)Zensur aus. Dieses Buch hat zum Ziel, einen kulturanthropologischen Blick darauf zu werfen, wie populistische Praktiken sich auf Museen im digitalen Raum auswirken. Dafür werden beispielhaft die digitalen Praktiken von User*innen auf den Social-Media-Kanälen verschiedener Museen (sprich, den Facebook-Seiten, Instagram-Accounts etc. ausgewählter Institutionen) in den Fokus genommen und auf Populismus untersucht. Museen werden dabei nicht als ‚neutrale' Räume, sondern als inhärent politische Akteure verstanden, die zu (politischen) Praktiken des Erinnerns und zu Partizipation auffordern. Dieses Verständnis spiegelt sich auch in der neuen Museumsdefinition des International Council of Museums (ICOM) wider, in der es heißt:

23 Maria Kobielska: Narrative and Resilience: Museum Exhibitions under Forced Change – A Case Study of the Museum of the Second World War in Gdańsk. In: Kerstin Barndt/Stephan Jaeger(eds.): Museums, Narratives, and Critical Histories: Narrating the Past for the Present and Future. Berlin/Boston 2024, S. 317–336; Pawel Machcewicz: The War that never ends: The Museum of the Second World War in Gdańsk. Oldenbourg 2021.

24 Meral Ugur-Cinar/Berat Uygar Altınok: Collective Memory and the Populist Cause: The Ulucanlar Prison Museum in Turkey. Memory Studies 14/1 (2021), S. 1-21.

25 Der von Nina Simon geprägte Begriff der Partizipation meint den Versuch, ein diverses Publikum in die Gestaltung musealer Inhalte einzubeziehen. In partizipativen Projekten unterstützen Museen "multidirectional content experiences. The institution serves as a 'platform' that connects different users who act as content creators, distributors, consumers, critics, and collaborators. This means the institution cannot guarantee the consistency of visitor experiences. Instead, the institution provides opportunities for diverse visitor co-produced experiences." (Nina Simon: The Participatory Museum. Santa Cruz 2010, S. 2). Diese Öffnung der Institutionen ist in eher konservativen Einrichtungen nach wie vor umstritten. (Vgl. Robert R. Janes/Richard Sandell: Posterity has arrived: The Necessary of Museum Activism. In: Robert R. Janes/Richard Sandell (eds.): Museum Activism. Oxon/New York 2019, S. 1-22, hier: S. 8).

> Ein Museum ist eine nicht gewinnorientierte, dauerhafte Institution im Dienst der Gesellschaft, die materielles und immaterielles Erbe erforscht, sammelt, bewahrt, interpretiert und ausstellt. Öffentlich zugänglich, barrierefrei und inklusiv, fördern Museen Diversität und Nachhaltigkeit. Sie arbeiten und kommunizieren ethisch, professionell und partizipativ mit Communitys. Museen ermöglichen vielfältige Erfahrungen hinsichtlich Bildung, Freude, Reflexion und Wissensaustausch.[26]

Durch diese Definition wird auch die lange geführte Diskussion um die Notwendigkeit (digitaler) Partizipation aufgegriffen und als fester Bestandteil musealer Arbeit verankert. Bereits in den frühen 2000er-Jahren beschreiben Angelina Russo et al., wenn auch eher basal, welche diskursiven Möglichkeitsräume und ‚neue'[27] Formen der Partizipation durch soziale Medien entstehen.[28] Museumstheoretische Literatur hat sich seither weiterentwickelt und nimmt spezifische Funktionen und Nutzen in den Blick.[29] Diese Theorie ist jetzt auch in den Institutionen angekommen, mehr als 10 Jahre später antworten im Jahr 2019 fast 7000 Museen auf eine repräsentative Erhebungsumfrage des Instituts für Museumsforschung,[30] dass 60 Prozent laut eigener Angabe Internetauftritte nutzen. 2000 dieser Museen, also fast 30 Prozent der Befragten, sind auf Facebook vertreten. Instagram wird von knapp 11 Prozent der Museen genutzt. Die Plattfor-

26 ICOM Deutschland e.V.: Klarheit geschaffen: Offizielle deutsche Übersetzung der neuen Definition für Museen veröffentlicht. In: icom-deutschland.de, 10.07.2023, https://icom-deutschland.de/de/component/content/category/31-museumsdefinition.html?Itemid=114#:~:text=Die%20deutsche%20%C3%9Cbersetzung%20der%20Museumsdefinition,%2C%20bewahrt%2C%20interpretiert%20und%20ausstellt (Zugriff: 12.12.2024).

27 Im Sinne von Klaus Schönebergers Begriffspaar *Persistenz* und *Rekombination* sind solche Praktiken natürlich nicht völlig neu, das Ausdrücken des Missfallens von Ausstellungen beispielsweise in Gästebüchern von Museen ist persistent, wird aber durchs Digitale transformiert beziehungsweise rekombiniert. (Vgl. Klaus Schöneberger: Persistenz und Rekombination. Digitale Kommunikation und soziokultureller Wandel. In: Zeitschrift für Volkskunde 111/2, 2020, S. 201-213). Für die Bedeutung von Gästebucheinträgen zur Analyse von Ausstellungen siehe auch: Sharon Macdonald: Accessing Audiences: Visiting Visitor Books. In: Museum and Society 3/3 (2005), S. 119-136.

28 Angelina Russo et al.: How will Social Media Affect Museum Communication?. In: Conference Paper: Proceedings: Nordic Digital Excellence in Museums NODEM 06 (2006), S. 1-4.

29 Zur Übersicht: Kirsten Drotner/Kim Christian Schrøder (eds.): Museum Communication and Social Media. The Connected Museum. New York/London 2013.

30 Staatliche Museen zu Berlin/Institut für Museumsforschung: Statistische Gesamterhebung an den Museen der Bundesrepublik Deutschland für das Jahr 2018, Heft 73, (2019), S 63.

men X (ehemals Twitter) sind mit 6 Prozent und YouTube mit 2 Prozent weniger prominent vertreten. Social-Media-Plattformen sind für mehr als die Hälfte der Museen, die an der Umfrage teilgenommen haben, ein wichtiger Kommunikationskanal für die Bewerbung der eigenen Institution, aber auch für den Austausch mit den Communitys und der Followerschaft. Soziale Medien ermöglichen hier den direkten Dialog zwischen Museum und Zielpublikum, der sich positiv auf die Authentizität des Museums auswirken kann: wenn das Publikum eine Stimme in Debatten bekommt, kann auch die Autorität der Institutionen hinterfragt oder herausgefordert werden,[31] was gerade aus Sicht post- und dekolonialer Bestrebungen und Ansätze wünschenswert ist. Die veränderte Autoritätsbeziehung ist allerdings fragil.[32] Mit der Nutzung von Social-Media-Plattformen durch Museen transformiert sich auch die Bedeutung von Partizipation und neue Machtbeziehungen zwischen Institutionen und Communitys entstehen. Diese sich wandelnden Machtbeziehungen sind zentral in der Analyse populistischer Praktiken im Kontext von Social Media und ihren Auswirkungen auf die Museumswelt. Partizipation ist inhärent mit Machtpositionen (konkret, dem Auflösen bestehender Machtgefälle) verknüpft, und auch im Digitalen meint Partizipation mehr als ‚Zugriff' oder ‚Interaktion'.[33] Das bedeutet für Museen, die Kommentare von User*innen auf den eigenen Accounts wahrzunehmen, auf sie einzugehen und in die museale Arbeit einzubeziehen. Ebenso relevant sind die Interaktionen *zwischen* User*innen,[34] wie wir in dem empirischen Teilen immer wieder sehen werden, schließlich bleiben populistische Praktiken bleiben nicht unbeantwor-

31 Vgl. Russo et al. 2006.

32 Ditte Laursen et al. untersuchen 2017 die Kommunikation dänischer Museen auf Social-Media-Plattformen. Museen sind zunächst Gatekeeper ihrer eigenen Seiten, indem sie als privilegierte Akteur*innen Inhalte posten und nicht privilegierte User*innen lediglich darauf reagieren. Entsprechend stellen die Autor*innen hier ein Ungleichgewicht fest und weisen auf bestehende Machtverhältnisse zwischen den Akteur*innen hin. Vgl. Laursen et al.: 'I ♥ Skagens Museum': Patterns of Interaction in the Institutional Facebook Communication of Museums. In: Museum & Society 15/2 (2017), S. 171-192.

33 Ebd.

34 Emily Oswald untersucht in einer Konversationsanalyse von Facebook-Kommentaren des Museum of Oslo die Bedeutsamkeit der Interaktionen zwischen User*innen bei Museumsposts. Ich folge hier Oswalds Gedanken, Interaktionen, die sich zwischen User*innen unabhängig vom Museum entspannen, sowie technische Funktionen als forschungsrelevant zu betrachten. Vgl. Emily Oswald: Remembering in Public. A Case Study of Museum-User Communication on Facebook. In: Per Hetland et al. (eds.): A History of Participation in Museums and Archives. Traversing Citizen Science and Citizen Humanities. London 2020, 147-167.

tet, in Kommentarsektionen entspannen sich mitunter aufgeheizte Diskussionen, User*innen debattieren, ringen um ‚die Wahrheit'. Eng mit dem Aufrechterhalten oder Abgeben von (Deutungs-)Macht verbunden ist auch das für museale Arbeit grundlegende,[35] aber vulnerable, Vertrauensverhältnis zwischen Museen und ihren Communitys, das auch in der Feldforschung immer wieder von den befragten Museumsmitarbeiter*innen reflektiert wurde. Das Gefühl, durch (digitale) Öffnung vulnerabel zu werden, steht nicht nur im engen Bezug zu der traditionellen (und institutionellen) Macht der Museen[36] und ihrer Mitarbeitenden, sondern auch in Bezug zu veralteten Strukturen und fehlender Professionalisierung (auch diese wird immer wieder im Feld thematisiert). Gerade in Bezug auf polarisierende und polarisierte Themen zeigen sich diese Herausforderungen, wie Ana Luisa Sánchez-Laws anmerkt:

> Also, with increased participation, the increased appropriation of the space of the museum by various and at times conflicting voices via social media, there is greater potential for some of the more polarized sectors to feel betrayed when museums do not tell ‚the truth' as they see it. By opening up to negotiation, the museum becomes vulnerable to hidden agendas.[37]

Wenn Museen auf universelle Wahrheitsansprüche oder *truth-claims* treffen, die im Widerspruch zu ihrem Selbstverständnis und dem, was sie repräsentieren, stehen, müssen sie folglich abwiegen, wie viel Partizipation sie zulassen. Der niederschwellige digitale Austausch zwischen User*innen und Museen erscheint dabei weniger kontrollierbar als der physische Raum der eigenen Ausstellungen und analogen Bildungs- und Vermittlungsformate. Auch dieses Gefälle thematisieren meine Interviewpartner*innen der Feldforschung (mehr dazu in Kapitel vier). Das wirft auch ethische Fragen auf:

35 Vgl. Ana Luisa Sánchez Laws: Museum Websites and Social Media: Issues of Participation, Sustainability, Trust and Diversity. New York/Oxford 2015, hier S. 62 ff.
36 Diese Macht wurde immer wieder von verschiedenen Communitys infrage gestellt. Vgl. Ebd., S. 65.
37 Vgl. Ebd., S. 65 f.

> [A]s an institution that asks people to ponder the workings of democratic societies and accepts federal support, [...] censorship of comments raises questions about free speech. Can we selectively delete comments, feeling the museum's memorial function affords the people lending their stories to these videos respectful treatment? Or should we allow any comment to stand in the name of free speech, even when it is hate speech?[38]

Amelia Wongs Fallstudie zur YouTube-Nutzung des United States Holocaust Memorials thematisiert als erste ihrer Art den Umgang mit rechten Kommentaren und macht deutlich, dass partizipative Praktiken in engem Zusammenhang mit dem Demokratieverständnis von Museen stehen und im Kontext der in Museen praktizierten Formen von Politik verstanden werden müssen. Zusammenfassend ist Partizipation, sowohl im digitalen als auch im analogen Raum, eng mit Machtverhältnissen und -Beziehungen verknüpft. In der Öffnung der Museen liegt die Chance, Wissen differenziert und diversifiziert darstellen zu können und multiple Geschichten zu erzählen. Andererseits nehmen Museen die Öffnung auch als Macht- und Autoritätsverlust und somit als ‚Bedrohung' oder ‚Gefahr' wahr, speziell, wenn die Autorität mit rechtspopulistischen Kräften geteilt werden soll. Die leitende Frage dieses Buchs ist, wie sich populistische Einflussnahme im Digitalen praktisch vollzieht. Welche Diskurse werden durch sie hervorgebracht und wie verflechten sich Emotionen und Deutungsmacht populistisch agierender Akteur*innen? Der erste Teil des Buches (Kapitel zwei) rahmt theoretische Konzepte zu Populismus, die der späteren Analyse zugrunde liegen. Populismus wird hier *performativ-diskursiv* und somit als Set von Praktiken verstanden. Das ermöglicht, auch die Praktiken nicht etablierter, also nicht parteilich organisierter Akteur*innen in den Fokus zu nehmen. Diese treten zwar häufig als Unterstützer*innen oder Sympathisanten populistischer Parteien auf, agieren aber nicht als ‚offizielle' Repräsentanten. Wie in Kapitel zwei ausführlich dargelegt wird, spielen Affekte und Emotionen für die Funktionsweisen von Populismus eine wichtige Rolle. Das emotionale und emotionalisierende Potenzial populisti-

38 Vgl. Amelia S. Wong: Ethical Issues of Social Media in Museums: A Case Study. In: Museum Management and Curatorship 26/2 (2011), S. 97-112, hier: S. 104.

scher Diskurse zeigt sich sowohl in den Praktiken der Nutzer*innen, die sich an den Praktiken auf den Kanälen von Museen beteiligen, als auch in ihren Effekten und zieht sich durch alle empirischen Kapitel. Die Praktiken und Effekte sind eingebettet in die Logiken Sozialer Medien beziehungsweise ihrer infrastrukturierenden Funktionen. Das dritte Kapitel gibt daher einen kurzen Überblick über medien- oder digitalanthropologische Grundlagen, macht aber auch mein methodisches Vorgehen transparent und begründet die Auswahl meines Materials. Kapitel vier bis sechs bilden den empirischen Teil dieses Buches. Im vierten Kapitel werden zunächst populistische Diskurse im Forschungsfeld betrachtet und die Kommentarpraktiken populistisch agierender User*innen analysiert und um Referenzen aus qualitativ geführten Interviews mit Museumsmitarbeiter*innen ergänzt. Dabei orientiere ich mich an drei ausgewählten Themenfeldern; Die Unterkapitel *Gendergaga*, *Wende 2.0* und *Der Bundesdeutsche Schuldkult* als Feldbegriffe besprechen je im Populismus verbreitete – und im Feld (re-)produzierte – Narrative, die sich gegen erinnerungspolitische und gegenwärtige Kuratierpraktiken von Museen wenden. In Kapitel fünf, basierend auf dem Interviewmaterial, gehe dann ich auf konkrete Auswirkungen populistischer Praktiken für Museen und Museumsmitarbeiter*innen ein. Dabei frage ich, wie sich digital vermittelte, populistische Praktiken auf die Institutionen auswirken. Welche Erfahrungen machen Museumsmitarbeiter*innen hier? Wie herausgearbeitet wird, antizipieren Museumsmitarbeiter*innen eine nahe Zukunft, in der sie von populistischen Praktiken betroffen sein könnten, was zu Vermeidungsverhalten und Selbstzensur führen kann. Im sechsten Kapitel geht es dann um Möglichkeiten im (progressiven) Umgang mit Populismus, geleitet von der Frage, wie Museen trotz – oder gerade wegen – (rechts-)populistischer Einflussnahme Partizipation herstellen können.

Theoretische Vorüberlegungen zu Populismus

Der Begriff *Populismus* zur akademischen Auseinandersetzung mit und medialen Aufarbeitung von politischen Bewegungen, Parteien und Führungsfiguren

ist weit verbreitet. Im globalen Westen bezieht er sich, wie auch diese Arbeit, überwiegend auf ‚konservative' oder rechts gerichtete Bewegungen, während in Lateinamerika vor allem links gerichtete politische Bewegungen als populistisch bezeichnet werden.[39] Obgleich in der geistes- und sozialwissenschaftlichen Populismusforschung keine einheitliche Definition von Populismus vorliegt, besteht überwiegende Einigkeit über die Polarisierung der Gesellschaft in ‚das Volk' und ‚die Elite' als zentrales Merkmal. Diese Teilung in zwei antagonistische Gruppen findet sich im prominentesten Ansatz der Populismusforschung bei Cas Mudde Minimaldefinition von Populismus als ‚thin-centered ideology', in der ‚das Volk' einer ‚korrupten Elite' gegenüberstehen, der vorgeworfen wird, dass sie den *volonté générale* nicht repräsentiert.[40] Uneinigkeit besteht in Hinblick auf die Ursachen, Ausformungen und soziopolitischen Effekte des Phänomens Populismus. Benjamin Moffitt betont, dass verschiedene Herangehensweisen an Populismus ontologische, epistemologische und methodologische Implikationen mit sich bringen.[41] Auch die Empirische Kulturwissenschaft/Kulturanthropologie/Europäische Ethnologie beschäftigt sich zunehmend mit dem Phänomen Populismus, seinen Wirkweisen und Effekten.[42] Die vorliegende Arbeit orientiert sich an einem Verständnis von Populismus als *diskursiv-performative* Formation, um Praktiken und Diskurse in den Fokus zu stellen. Der diskursiv-performative Ansatz steht in sozialkonstruktivistischer Tradition und sieht Populismus als Diskurs, in dem das antagonistische Verhältnis zwischen ‚Volk' und ‚Elite' imaginiert und konstruiert wird.[43] Der sozio-kulturelle Ansatz von Pierre Ostiguy definiert

39 Zur Übersicht zum Beispiel: Cas Mudde/Cristóbal Rovira Kaltwasser (eds.): Populism in Europe and the Americas. Threat or Corrective for Democracy? Cambridge 2012.

40 Cas Mudde/Cristóbal Rovira Kaltwasser: Populism: A Very Short Introduction. New York 2017, S. 6. Dem *ideational approach* nach ist Populismus Ideologie und Eigenschaft von Akteur*innen. Die bekanntesten Vertreter sind Mudde, Kaltwasser, Hawkins und Müller. Der *ideational approach* sagt wenig über die konkreten Praktiken nicht-etablierter Akteur*innen aus, ist aber wohl der populärste Ansatz in Forschungen über und zu Populismus.

41 Benjamin Moffitt: Populism. Cambridge 2020, S. 12.

42 Dazu zum Beispiel William Mazzarella: The Anthropology of Populism: Beyond the Liberal Settlement. In: Annual Review of Anthropology 48 (2019), S. 45-50; Michael Herzfeld: How populism works. In: Dimitrios Theodossopoulos/Bruce Kapferer (eds.): Democracy's Paradox. Populism and its Contemporary Crisis. New York 2019, S. 122-138; sowie Julia Leser/Rebeca Pates: The Wolves are coming back. The Politics of Fear in Eastern Germany. Manchester 2021.

43 Einer der bedeutendsten Vertreter dieses Ansatzes ist Ernesto Laclau (und später auch Chantal Mouffe). Laclau und Mouffe nehmen das *‚why/how'* von Populismus in den Blick ihrer Analysen. Laclau betont das performative Potential von Populismus, indem er argumentiert, erst

Populismus als performativen Akt. Dabei nimmt er die Relation zwischen politischen Führungsfiguren und der ‚sozialen Basis' in den Blick. Ostiguy definiert Populismus als „flaunting of the low".[44] Mit dem Begriff der ‚Zurschaustellung' greift er den für Populismus zentralen Antagonismus in einer subjektiveren und sozial konnotierten Weise auf. Die horizontale Achse von *high-low*, die Ostiguy ergänzend zur vertikalen *left-right*-Achse einführt, soll dabei helfen, Populismus graduell einzustufen.[45] Seine Basisdefinition ist mit kontinentalen Unterschieden global anwendbar. Ostiguy argumentiert ansetzend bei einer Ontologie, in der ‚das Andere' konstitutiver Bestandteil der Zivilisierung ist. Populist*innen nutzen das Konstrukt ‚des Anderen' zur eigenen Legitimation; sie *sind* ‚die Anderen', die wahren Repräsentanten des Volks und werden von der politischen ‚Elite' *geothert*. Ostiguys Populismusbegriff enthält eine weitere antagonistische Ebene: In der Performanz doppelter Feindbildkonstruktion unterstellen Populist*innen der Regierung, mit gesellschaftlichen Minderheiten verbündet zu sein, sie sehen sich einer Koalition gegenübergestellt,

> comprised of a nefarious, resented minority (the object of greatest hatred and not necessarily the elite) at odds with the ‚people'; hostile (and very powerful) global/international forces; and a government in line with that minority. This situation is a source of moral indignation. These highly generic categories are filled in the most diverse ways.[46]

Zwei von Ostiguy formulierte Anmerkungen sind für meine empirischen Beobachtungen besonders relevant: Populist*innen proklamieren, im Namen ‚der Wahrheit' zu agieren, die im öffentlichen Diskurs von eben diesen Instanzen

durch populistische Rhetorik und folglich diskursive Formationen werden ‚das Volk' und ‚die Elite' hervorgebracht. Laclau und Mouffe betonen, dass Populismus bzw. antagonistische Politik Voraussetzung für demokratischen Diskurs ist. Vgl. Ernesto Laclau: On Populist Reason. London/New York 2005, S. 154; Chantal Mouffe: The Democratic Paradox. London 2020.

44 Pierre Ostiguy: Populism. A Socio-Cultural Approach. In: Cristóbal Rovira Kaltwasser et al. (eds.): The Oxford Handbook of Populism. Oxford 2017, S. 73-97, hier: S. 73.

45 Die Kategorisierung auf der horizontalen Achse von Populismus ähnelt linguistischen Ansätzen im Kontext von Rechtspopulismus von Wodak. Vgl. Ruth Wodak: The Politics of Fear: What right-wing Populist Discourses mean. London/New York 2015.

46 Ostiguy 2017, S. 73. Die flexible Aufladung spiegelt sich auch in Forschungen wieder, die eine Frameanalyse zugrunde legen: Frames können beliebig gefüllt werden.

unterdrückt wird.[47] Besonderes Augenmerk liegt in meiner Forschung auf der Frage, *wie* diese Wahrheiten hervorgebracht werden. Ostiguy betont, „the populists insist quite ‚inappropriately' and loudly on making themselves present in the public sphere. In that sense, populism is ‚performative'."[48] Mit dem Einbeziehen verkörperter Sprache, wie der Lautstärke, macht Ostiguys Konzeptualisierung deutlich, dass Populismus mehr als nur Diskurs ist. Ähnlich konzeptualisiert Benjamin Moffitt Populismus als *political style,* das heißt,

> the repertoires of embodied, symbolically mediated performance made to audiences that are used to create and navigate the fields of power that compromise the political, stretching from the domain of government through everyday life.[49]

Der populistische Stil sei demnach von „bad manners"[50] geprägt, bei denen gezielt ‚politisch unkorrekt' agiert wird. Durch den Gebrauch rabiater Sprache und dem bewussten Ablehnen von *political correctness* wird, so argumentiert Moffitt, eine Nähe zum ‚Volk' suggeriert: populistische Akteur*innen geben sich *ordinary*: „in populism, the leader does not simply represent ‚the people', but is actually seen as embodying ‚the people'."[51] Dieses Aufrechterhalten der Nähe muss gleichzeitig mit der *extraordinariness* populistischer Führungsfiguren vereinbart werden, die teilweise ‚Kultfiguren' sind. Dieser Balanceakt geht mit einer Betonung der *Verkörperung* einher, die nahe an ‚den Volkskörper' geknüpft ist. Teil des politischen Stils ist die Performanz, Inszenierung oder Diagnose einer Krise, eines Zusammenbruchs oder einer Bedrohung und die gleichzeitige Anklage ‚der Elite' als Schuldige für diesen Zustand.

Zur ethnografischen Beschreibung des Phänomens eignet sich für mich eine modifizierte Auffassung und Kombination der hier skizzierten diskursiv-performativen Traditionen. Für meine Analyse betrachte ich auch, *wie* und *welche* spe-

47 Vgl. ebd.
48 Ebd., S. 76.
49 Benjamin Moffitt: The Global Rise of Populism. Performance, Political Style, and Representation. Stanford 2016, S. 38.
50 *Bad manners* können aus Moffitts Sicht ergänzend zum häufig beschriebenen ‚Charisma' populistischer Figuren dienen. Vgl. ebd., S. 61.
51 Ebd., S. 64.

zifischen (rechts-)populistischen Narrative[52] durch die Praktiken von User*innen hergestellt werden.[53] Darüber hinaus möchte ich die komplexen digitalen Praktiken, die mit dem populistischen Stil verwoben sind, dicht beschreiben. Entsprechend modifiziere ich Moffitts Definition. Moffitt sieht in den populistischen Führungsfiguren den zentralen zu erforschenden Akteur, obgleich er betont, dass populistische Führungsfiguren nicht Ausgangspunkt von populistischen Bewegungen sind, sondern eher ihr Ergebnis.[54] Bice Maigushca weist auf alternative Konzeptualisierungen von Leadership hin,

> that understand this practice as a *means*, rather than an end, and as a non-individualistic, participatory, and dialogical collective process, which necessarily requires analysts to move beyond a narrow focus on the words and deeds of individual men or women… but also to question the gendered implications of conceptualising politics in terms of leaders and leadership in the first place.[55]

Ich schließe mich dieser Kritik an und schlage vor, die Agency nicht-etablierter Akteur*innen stärker in den Fokus zu nehmen, ohne eine genealogische Verbindung herzustellen. In meinem Untersuchungsfeld nutzen *ordinary people* populistische Praktiken (im Sinne eines populistischen Stils) und konfrontieren Museen mit ihren Haltungen. Sie artikulieren ihre Unzufriedenheit und konstruieren dabei antagonistische Weltbilder, die tendenziell rechts-gerichtet sind. Populismus als *doing* zu verstehen, beziehungsweise den performativen Charakter von Populismus in den Blick zu nehmen, bedeutet vor allem, angelehnt an Herzfeld das *wie* in populistischem Handeln stärker in den Fokus zu setzen.[56] Populismus als *political style* zu betrachten, ermöglicht ein Verständnis dafür

52 Narrative meinen hier, angelehnt an Gérard Genette, sprachliche Äußerungen, die in einen sinnhaften Kontext eingebettet werden: „Narrativ ist die Erzählung durch den Bezug auf die Geschichte, und ein Diskurs ist sie durch den Bezug auf die Narration.“ Gérard Genette: Die Erzählung. Dritte Auflage. München 2010, S. 13.

53 Für eine Einordnung dieser Narrative muss ich auf wissenschaftliche Beiträge zurückgreifen, die in der Tradition des *ideational approaches* stehen.

54 Moffitt 2020, S. 54 f.

55 Bice Maigushca: Resisting the ‘Populist Hype’: a Feminist Critique of a Globalising Concept. In: Review of International Studies 45/5 (2019), S. 768-785, hier S. 778. Hervorhebung im Original.

56 Herzfeld 2019.

zu entwickeln, *wie* populistische Politik performt und medisiert wird. Eine zentrale Rolle spielt dabei das ‚laute' Nutzen von *bad manners*, die im Ringen um Deutungsmacht dazu beitragen, Wahrheiten zu schaffen, zu stützen und so als gleichwertig in den Diskurs einzuführen: „Provocatively ‚saying the truth' (loud and clear in public), agitation, and mobilizing are the populist remedies."[57] Die Antizipation von ‚laut sein' spielt, so argumentiere ich noch an späterer Stelle, vor allem in der Wahrnehmung von Populismus eine Rolle.

An dieser Stelle weise ich zunächst allerdings auf die häufig diagnostizierte Situiertheit von Populismus im Zeitalter einer *post-truth-era* hin. Das Oxford Dictionary ernannte den Begriff *post-truth* zum Wort des Jahres 2016,[58] was auf die inflationäre Nutzung des Begriffs hinweist. Verschiedene Stimmen aus philosophischer und sozialwissenschaftlicher Tradition kritisieren allerdings den geringen analytischen Nutzen dieses Konzepts.[59] So gibt es weder eine klare Abgrenzung zwischen *post-truth-era* und *truth-era,*[60] noch evidente Beweise dafür, dass politische Domänen der Gegenwart von einem größeren Ausmaß an *post-truth* charakterisiert sind als in der Vergangenheit. Anna Durnová weist darauf hin, dass politische Aussagen nicht im Sinne eines ‚wahren' oder ideologieneutralen Wissens zu verstehen sind.[61] Soziale Medien erwecken den Eindruck, dass es eine zunehmende Pluralität von Wahrheiten gibt, woraus sich ein Vertrauensverlust ins politische Handeln speisen kann. Für die vorliegende Arbeit besteht ein analytischer Gewinn in Hinblick auf Wahrheiten darin, die Praktiken, die mit Wahrheitsbildung verwoben sind, in den Blick zu nehmen. Welchen epistemischen Autoritäten glauben populistisch agierende User*innen und wann miss-

57 Ostiguy 2017, S. 77.

58 Alison Flood: ‚Post-Truth' Named Word of the Year by Oxford Dictionaries. In: The Guardian, 15.11.2016, https://www.theguardian.com/books/2016/nov/15/post-truth-named-word-of-the-year-by-oxford-dictionaries (Zugriff 22.01.2022).

59 Ari-Elmeri Hyvönen beispielsweise kritisiert die unzureichende Konzeptualisierung des Begriffs *post-truth*. Vgl. Ari-Elmeri Hyönen: Careless Speech: Conceptualizing Post-Truth-Politics. In: New Perspectives. Interdisciplinary Journal of Central & East European Politics and International Relations 26/3 (2018), S. 1-25.

60 Vgl. Frieder Vogelmann: The Problem of Post-Truth. Rethinking the Relationship between Truth and Politics. In: Behemoth. A Journal on Civilisation 11/2 (2018), S. 18-37.

61 Anna Durnová: Der ‚March for Science' als Schauplatz der gesellschaftspolitischen Polarisierung zwischen Elite und Volk: ein interpretativer Beitrag zur Analyse von Postfaktizität. In: Zeitschrift für Politikwissenschaft 29 (2019), S. 345-360.

trauen sie ihnen? Affekten kommt hier eine besondere Rolle zu – Emotionen sind nicht von *truth* abkoppelbar – und Vertrauen in Wahrheiten ist auch immer in unsere implizite Gefühlswelt und in Strukturen, die uns emotionale Praktiken nahelegen, eingebettet.[62] Populistische Mobilisierung, *truth-claims* und Antagonismen sind folglich emotional aufgeladen. So ist es vor allem das *Gefühl*, dass die eigene Wahrheit unterdrückt wird, und, dass Minderheiten und Eliten ‚dem Volk' *feeling rules* auferlegen, die den eigenen Ansichten und Emotionen widersprechen. Dies trägt maßgeblich dazu bei, dass (rechts-)populistisch-konservative Akteur*innen sich beispielsweise fremd im eigenen Land oder von der Regierung übergangen *fühlen* und aufgrund dessen mit populistischen Parteien und Haltungen sympathisieren. *Feeling rules* meinen hier ein von Arlie Russel Hochschild bereits in den 1980er-Jahren erarbeitetes Konzept aus der Soziologie, dass die gesellschaftlichen Regeln beschreibt, die vorgeben, welche Emotionen in spezifischen Kontexten als angemessen oder unangemessen gelten.[63] Sie haben eine normative und regulative Funktion, sind kontextabhängig und beeinflussen die soziale Ordnung. In ihrer 2016 veröffentlichten Untersuchung zu Trump-Wähler*innen im US-Bundesstaat Louisiana beschreibt sie, dass diese Wählerschaft sich nicht nur aufgrund ökonomischer Bedingungen an den Rand gedrängt sehen (und entsprechend die Republikaner wählen), sondern vor allem geleitet von Emotionen.[64] Auch Ruth Wodak fokussiert sich auf die Rolle von Emotionen in populistischen Bewegungen. Sie benennt die Mobilisierung von Ängsten[65] als ein zentrales Element (rechts-)populistischen Stils, die mit einer propagierten rückwärtsgewandten Veränderung „fußend auf einer längst überholten, anachronistischen Sehnsucht nach einer ethnisch homogenen, patriarchalen Gesellschaft"[66] einhergeht. Viele User*innen drücken diese Sehnsucht in Kommentaren aus, wie im ersten empirischen Teil dieses Buches vertiefend diskutiert wird. Wodak ar-

62 Siehe hier zum Beispiel Arlie Russell Hochschild: Strangers in Their Own Land. Anger and Mourning on the American Right. New York 2016.
63 Arlie Russel Hochschild: The Managed Heart: Commercialization of Human Feeling. London: 1983, 2003.
64 Hochschild beschreibt dies als „emotional self-interest". Hochschild 2016, S. 228.
65 Ruth Wodak: Vom Rand in die Mitte – ‚Schamlose Normalisierung'. In: Politische Vierteljahresschrift 59/2 (2018), S. 323-235, hier: S. 329. Siehe auch: Ruth Wodak: The Politics of Fear.
66 Wodak 2018, S. 329.

gumentiert, dass Schamlosigkeit Teil populistischer Strategien ist, die zu einer Normalisierung (rechts-)populistischer Narrative führe, und schließt damit argumentativ an Ostiguys und Moffitts Argument der populistischen Ablehnung von *political correctness* an. Salmela und Scheve identifizieren zudem in ‚negativen' Emotionen wie Angst und Wut eine Wurzel des (Rechts)Populismus.[67] Der Fokus auf ‚negative' Gefühle in populistischer Mobilisierung verleitet jedoch dazu, ambivalente, ‚positive' Emotionen oder empowernde Gefühle wie Schamlosigkeit in der Analyse zu übersehen.[68] Gerade bei den digitalen populistischen Praktiken von *ordinary people* spielen Praktiken rund um Vergnügen und Spaß eine bedeutsame Rolle, wie Sahana Udupa es in ihrer Forschung zu Hindunationalismus online ausdrückt: „fun as a metapractice has been crucial for right-wing mobilization online."[69]

Emotionen sind auch in Hinblick auf Diskurse, die im Kontext von Kulturerbe und Museen geführt werden, relevant. Populistische Politik möchte dabei glorreiche Momente (nationaler) Geschichte betonen, einhergehend mit Gefühlen von Zugehörigkeit und Stolz auf die (‚eigene') Vergangenheit. Solche ‚alt-histories' sehen Geschichte als zyklisch wiederkehrend an und stellen die positiven Aspekte der Vergangenheit in den Vordergrund, gleichzeitig wird schwieriges Erbe, beispielsweise die NS-Vergangenheit, heruntergespielt.[70] Entsprechend werden ‚negative' Emotionen wie Schuld und Scham abgetan oder vermieden, stattdessen stehen ‚comforting feelings' im Vordergrund.[71] Insbesondere Nostalgie (oder, wie wir später sehen werden, Ostalgie), versammelt solche Wohlfühlgefühle.[72] Auch in den (digitalen) Beziehungen zwischen Museen und User*innen

67 Mikko Salmela/Christian Scheve: Emotional Roots of Right-Wing Political Populism. In: Social Science Information 56/4 (2017), S. 567-595.
68 Julia Leser/Florian Spissinger: The Functionality of Affects: Conceptualising Far-Right Populist Politics beyond Negative Emotions. In: Global Discourse 10/2 (2020), S. 325-342.
69 Sahana Udupa: Nationalism in the Digital Age: Fun as a Metapractice of Extreme Speech. In: International Journal of Communication 13 (2019), S. 3143-3163, hier: S. 3160.
70 Louie Dean Valencia-García: Far-Right Revisionism and the End of History. Alt/Histories. Oxfordshire 2020.
71 Berber Bevernage et al.: Claiming the People's Past. Populist Politics of History in the Twenty First Century. Cambridge 2024.
72 Nostalgie hat selbstverständlich auch noch andere Funktionen und wird nicht singulär von Populist*innen mobilisiert, ist aber im Kontext von Populismus ausgesprochen wirkmächtig. Vgl. Laurajane Smith: Considering Nostalgia. The Affective Practices of Heritage and the Politics of

sind Emotionen ein relevanter Faktor; Museen können sich angreifbar fühlen, User*innen nicht in ihren Ansichten repräsentiert. Zur dichten Beschreibung der Emotionen im Feld greife ich auf das von Monique Scheer entwickelte Verständnis von Emotionen als Praktiken zurück. Scheer betont den performativen Charakter von Emotionen: Man hat sie nicht, sondern man tut sie.[73] Sie *sind* verkörperte Praktiken, eine „Aktivierung des immer schon von Diskurs und Sozialität durchdrungenen Körpers"[74]. Das *doing emotion* kann nicht isoliert betrachtet werden, da es im Zusammenspiel vielschichtiger routinierter Alltagspraktiken entsteht und weder ‚passiv' noch ‚aktiv' oder rein ‚innerlich' oder ‚äußerlich' ist. Vom Habitus informiert wird dieses *doing* wie alle Praktiken im soziokulturellen, erlernten, historisch gewachsenen zwischenmenschlichen Austausch gemacht. Emotionspraktiken sind diejenigen Praktiken, die eng mit Emotionen verflochten sind. Sie lassen sich, Scheer zufolge, grob in vier analytische Kategorien teilen: Mobilisierende, Benennende, Kommunizierende und Regulierende Emotionspraktiken. Auch wenn diese in der Praxis häufig gleichzeitig auftreten, bietet das Konzept einen Katalog an hilfreichen Unterkategorien zur detaillierten Beschreibung verschiedener, miteinander verflochtener Praktiken. Für eine dichte Beschreibung der Emotionen in meinem Forschungsfeld sind vor allem *mobilisierende Emotionspraktiken* relevant. Diese Praktiken rufen Emotionen hervor, zum Beispiel rituelle Handlungsabläufe wie religiöse Messen/Gottesdienste oder auch Fußballspiele.[75] Folglich tut man gewisse Dinge, um gewisse Emotionen zu mobilisieren. Von besonderer Bedeutung ist hier, dass die mobilisierenden Praktiken oft mit Mediennutzung und dem damit einhergehenden Vergnügen verflochten sind. Zudem können die Emotionspraktiken anderer Akteur*innen auch unsere eigenen Emotionen mobilisieren.[76] Räume und Objekte – also auch Aus-

Populism. In: Berber Bevernage et al.: Claiming the People's Past. Populist Politics of History in the Twenty First Century. Cambridge 2024.

73 Monique Scheer: Are Emotions a Kind of Practice (and is that what makes them have a History?) A Bourdieuian Approach to Understanding Emotion. In: History & Theory 51 (2012), S. 193-220, hier: S. 194.

74 Monique Scheer: Emotionspraktiken. Wie man über das Tun an die Gefühle herankommt. In: Matthias Beitl/Ingo Schneider (Hg.): Emotional Turn!? Europäisch ethnologische Zugänge zu Gefühlen & Gefühlswelten: Beiträge der 27. österreichischen Volkskundetagung in Dornbirn vom 29. Mai – 1. Juni 2013. Wien 2016. S. 15-36, hier: S. 9.

75 Vgl. ebd., S. 15.

76 Ebd., S 16.

stellungen und Exponate – sind ebenso Emotionsspeicher, die unsere Emotionen mobilisieren können.[77] Auch das wird an späterer Stelle dieses Buches, besonders im Kontext der Erinnerung an die DDR, sichtbar. *Regulierende Emotionspraktiken*, die die soziale Ordnung strukturieren und aufrechterhalten, sind vor allem in Hinblick auf den Umgang mit von Museen und User*innen formulierten antagonistischen Wahrheiten relevant. Das Museum als autoritativer Ort der Ehrfurcht mobilisiert und reguliert Emotionen und, um noch mal Hochschilds Begriff aufzugreifen, bestimmte *feeling rules* gelten auch im Museum. Hier darf man beispielsweise nicht laut lachen. Im Digitalen gelten andere *feeling rules*, die dort entsprechend teils radikal durch User*innen hinterfragt werden.

Einhergehend mit solchen Emotionen bieten soziale Medien User*innen ein nicht nur ein "environment wherein individuals can socialize themselves into a right-wing populist worldview",[78] sondern ermöglichen, wie Simon Strick es in seiner Untersuchung zu den digitalen Praktiken rechter User*innen ausdrückt, ein Umfeld, in dem diese User*innen sich *beheimatet* fühlen.[79] Akademische Forschung setzt sich überwiegend mit Internet-Praktiken etablierter populistischer Akteur*innen[80] oder den Reaktionen auf von ihnen gepostete Inhalte[81] auseinander. Es gibt vergleichsweise wenig Literatur, die konkrete Praktiken von *ordinary people*[82] oder die Beziehung zwischen digitalen Medien und Politik[83] in den Blick nehmen. Nils Gustafsson und Noomi Weinryb argumentieren, dass

77 Vgl. ebd., S. 17.
78 Benjamin Krämer: Populist Online Practices: The Function of the Internet in Right-Wing Populism. In: Information, Communication & Society 20/9 (2017), S. 1293-1309, hier: S. 1302.
79 Strick, Simon: Rechte Gefühle. Affekte und Strategien des digitalen Faschismus. Bielefeld 2021.
80 Benjamin Schürmann/Johann Gründl: Yelling from the Sidelines? How German Parties employ Populist and Crisis-related Messages on Facebook. In: Political Research Exchange 4/1 (2022), S. 1-26.
81 Erik P. Bucy et al.: Performing Populism: Trump's Transgressive Debate Style and the Dynamics of Twitter Response. New Media & Society 22/4 (2020), S. 634-658; Chris Wells et al.: Trump, Twitter, and News Media Responsiveness: A Media Systems Approach. New Media & Society 22/4 (2020), S. 659-682.
82 Siehe: Mattias Ekman: Anti-immigration and Racist Discourse in Social Media. In: European Journal of Communication 43/6 (2019). S. 606-618.
83 Leticia Cesarino: How Social Media Affords Populist Politics: Remarks on Liminality based on the Brazilian Case. In: Trabalhos em Linguística Aplicada. 59/1 (2020), S. 404-427.

Soziale Medien individuellen Populismus vorantreiben.[84] Ausgehend von der Annahme, dass (Rechts-)Populismus nicht nur von etablierten Akteur*innen ausgedrückt wird und über die Benennung einer ‚Elite' hinausgeht, bezieht Benjamin Krämer auch die alltäglichen digitalen populistischen Praktiken nicht-etablierter Akteur*innen in seine Analyse des Verhältnisses digitaler Medien zu Populismus mit ein. So können durch Soziale Medien

> other non-elite populist actors [...] also render the people visible by technical means, for example, by launching groups that are not officially affiliated with populist organizations or by starting petitions that take up the plebiscitary character of right-wing populism.[85]

Mit diesem Engagement geht auch eine spezifische Form der Wahrheitsbildung einher: ein "type of reasoning based on anecdotal evidence, conformity with stereotypes of conventional wisdom, and emotional narratives in line with the populist appreciation of common sense."[86] Krämer nimmt auch identitätsstiftende[87] Praktiken wie das Nutzen bestimmter Symbole, Account-Namen etc. in den Blick. Verschiedene Plattformen affordieren und infrastrukturieren solche Prozesse mit, beispielsweise durch Profil-Einstellungen, Verfügbarkeit von Emojis etc.

Die *Assemblage* aus verschiedenen (politisch mehr oder minder) geladenen Objekten steht in engem Zusammenspiel mit Infrastrukturen. So argumentiert

84 "In fact the very medium of contemporary social media platforms facilitates specific populist forms of engagement by basing this engagement on short-term, emotional, and individualized rhetoric." Nils Gustafsson/Noomi Weinryb: The Populist Allure of Social Media Activism: Individualized Charismatic Authority. In: Organization. 27/23 (2020), S. 431-440, hier: S. 434.

85 Krämer 2018, S. 1298.

86 Ebd., S. 1299.

87 Dabei führt Krämer nicht genauer aus, was er mit Identität meint. Seine Argumentation bezieht sich auf Kemmers et al., die in einer Interviewstudie mit Wähler*innen der niederländischen Freiheitspartei zu dem Schluss kommen, dass ‚disconted citizens' eine ‚anti-Establishment carreer' durchlaufen und dabei ihre Biografien im Goffman'schen Sinne in Übereinstimmung mit dem neuen Diskurs (um-)schreiben. Vgl. Roy Kemmers et al.: Becoming Politically Discontented: Anti-Establishment Careers of Dutch Nonvoters and PVV Voters. In: Current Sociology 64/5 (2016), S. 757-774. Aus ethnografischer Sicht erscheinen Biografien als „Kontext für situiertes interaktives Handeln" Vgl. Bettina Dausein/Helga Kelle: Biographie und kulturelle Praxis. Methodologische Überlegungen zur Verknüpfung von Ethnografie und Biografieforschung. In: Bettina Völter et al. (Hg.): Biografieforschung im Diskurs. Wiesbaden 2009, S. 189-212, hier: 202.

Ico Maly, dass Populismus eine „sociotechnical assemblage“[88] ist, für die Algorithmen konstitutiver Teil sind. Maly bezieht sich auf Strategien populistischer Parteien, deren Facebook-Seiten der Followerschaft (im Sinne von User*innen, die den Social-Media-Kanälen folgen beziehungsweise diese abonniert haben) ein „affective attunement“[89] ermöglichen. Ich argumentiere, dass nicht nur etablierte Akteur*innen ihre Followerschaft *attunen*, sondern User*innen sich auf den Seiten von Museen ebenso emotional *alignen*: durch geteilte Weltsichten, das Posten von vergnüglichen und ironischen Memes und Bildern und das Hinweisen auf Krisen in Kommentarsektionen. Dabei steht im Vordergrund, dass die technischen Affordanzen, Algorithmen und Infrastrukturen es *ordinary Usern* ermöglichen, dieselben populistischen Praktiken oder einen populistischen Stil zu nutzen.

Das Feld: Methodische Zugänge

Das Forschungsfeld dieser Arbeit setzt sich, wie wahrscheinlich bereits klar wurde, entlang der zweigliedrigen Fragestellung aus zwei miteinander verflochtenen Bereichen zusammen, nämlich einer digitalanthropologischen[90] Analyse von Social-Media-Praktiken im Kontext von Museen einerseits und der Betrachtung der Effekte dieser Praktiken für Museumsmitarbeiter*innen andererseits. Das Feld ist von einem *Methodenopportunismus*[91] geprägt und formiert sich entlang eines von ersten informellen Gesprächen geprägten Gefühls davon, welche Themenbereiche relevant sein könnten, sowie entlang eines theoretischen Vorwissens über populistische Diskurse. Als Ethnografin folgte ich den Konflikten,[92] die sich zwischen Museen und User*innen entspannen und entlang dieser Kon-

88 Ico Maly: Algorithmic Populism and the Datafication and Gamification of the People by Flemish Interest in Belgium. In: Trabalhos em Linguística Aplicada 59/1 (2020), S. 444–68, hier: S. 463 f.
89 Ebd., S. 453.
90 Christine Hine: Ethnography for the Internet. Embedded, Embodied, and Everyday. London/New York 2015.
91 Vgl. Breidenstein et al.: Ethnografie. Die Praxis der Feldforschung. München 2015, S. 34.
92 Siehe auch: John Postill: Digital Politics and Political Engagement. In: Heather A. Horst/Daniel Miller (eds.): Digital Anthropology. London/New York 2012, S. 164-185, hier: S. 171.

flikte den Museen. Die Medien bzw. Digitalanthropologie ist längst etablierter Forschungsgegenstand der Empirischen Kulturwissenschaften/Europäischen Ethnologie/Sozial- und Kulturanthropologie und fragt nach dem *Wie*[93] in digitalem Handeln.[94] Für die Frage nach dem *Wie* im Umgang mit populistischen Kommentaren sollen hier also auch digitale, nach Plattform variierende, spezifische technische Funktionen und zugrunde liegende Infrastrukturen in die ethnografische Forschung einbezogen werden (dazu später mehr). Die Konzepte, die die Konstruktion des Untersuchungsfeldes dieser Forschung zentral geprägt haben, folgen einer praxistheoretischen Theorietradition. Eine prägende Definition des praxeologischen Verständnisses findet sich bei Theodor R. Schatzki. Demnach wird das Soziale durch routinierte *doings* und *sayings* reproduziert, die tief in den Alltag von Akteur*innen eingebettet und von ihrem impliziten Wissen informiert sind. Für Schatzki sind Praktiken

> [...] a set of doings and sayings organized by a pool of understandings, a set of rules, and a teleoaffective structure. Not just the doings and saying involved, incidentally, but the understandings, rules, and teleoaffectivities that organize them, can change over time in response to contingent event.[95]

Entsprechend stehen in der Medienanthropologie alltägliche Praktiken im digitalen Raum, digitale *doings,* im Fokus. Praxis meint hier die verkörperte Form des Vollzugs (beispielsweise, wie man physisch klickt, kommentiert, (dis-)likt), die in Zusammenspiel mit Wissensformen und Erfahrungen, zum Beispiel dem praktischen Wissen darüber, welche Gefühle bestimmte Emojis ausdrücken etc., entstehen. Dieses praktische Wissen ist meist nicht konkret benennbar. Internet-Praktiken sind in diesem Sinne routinierte digitale Tätigkeiten und Abläufe, die im Zusammenspiel mit (technischen) Artefakten entstehen.

Um die komplexen digitalen Praktiken von User*innen und Museen und zugrundeliegende Infrastrukturen sowie Plattformen untersuchen zu können,

93 Vgl. Wolfgang Kaschuba: Einführung in die Europäische Ethnologie. München 2012, S. 114.
94 Vgl. Christoph Bareither: Internet-Emotionspraktiken. Theoretische und methodische Zugänge. In: Burkhart Lauterbach (Hg.): Alltag – Kultur – Wissenschaft. Beiträge zur europäischen Ethnologie. Würzburg 2017, S. 11-35, hier: S. 11.
95 Theodor R. Schatzki: Practice mind-ed Orders. In: Eike von Sivgny et al. (eds.): The Practice Turn in Contemporary Theory. London/New York 1996, S. 58.

habe ich für meine Untersuchung einen Methodenmix aus teilnehmender Beobachtung[96] und ausführlichen Interviews gewählt. Zentraler Feldeinstieg war die Jahrestagung des Landesverbandes Berliner Museen 2021 *Museen in Zeiten von Rechtspopulismus*, bei der Museumsmitarbeiter*innen aus dem Bundesgebiet sich zu Herausforderungen durch Populismus ausgetauscht haben. Diese fand aufgrund der Corona-Pandemie online als Videokonferenz statt. Bei meiner teilnehmenden Beobachtung auf der Tagung konnte ich ein erstes Gespür für relevante Themenbereiche sowie mögliche betroffene Museen bekommen und zwei erste Interviewpartner*innen gewinnen. Anschließend habe ich, basierend auf meinen Eindrücken von der Tagung, teilnehmende Beobachtung beziehungsweise beobachtende Teilnahme[97] online auf den Social-Media-Kanälen ausgewählter Museen[98] durchgeführt. Diese teilnehmende Beobachtung von acht Monaten fokussierte auf die Kommentarpraktiken von User*innen auf den Social-Media-Kanälen auf den Plattformen Twitter, Instagram, YouTube, Facebook und TikTok. Zusätzlich habe ich mir die Post-Praktiken von Museen angeschaut, das Verfolgen von Inhalten und Kommentaren auf den Museumsseiten in meinen Alltag eingebettet und meine Beobachtungen in Feldnotizen festgehalten. Durch die Analyse der populistischen Praktiken auf Social Media lässt sich zunächst allerdings wenig darüber aussagen, welche unsichtbaren Formen des Umgangs mit populistischen Praktiken es für Menschen hinter den Kanälen von Museen gibt und welche Effekte diese Praktiken auf sie haben. Um die Erfahrungen von Museumsmitarbeiter*innen zu beschreiben, habe ich ergänzend semi-strukturierte[99] Interviews mit ausgewählten Mitarbeiter*innen geführt. Die Auswahl der Museen, beziehungsweise der Gesprächspartner*innen, einhergehend mit diskursiven Schwerpunkten in populistischen Äußerungen, ist eher aleatorisch ent-

96 Für Tom Boellstorf ist digitale Anthropologie "a methodological approach, *founded in participant observation*, for investigating the virtual and its relationship to the actual." (Tom Boellstorff: Rethinking Digital Anthropology. In: Heather A. Horst/Daniel Miller (eds.): Digital Anthropology. London/New York 2012, S. 39-60, hier: S. 40). Hervorhebung im Original.

97 Dabei habe ich überwiegend beobachtet und weniger teilgenommen. Da es sich um ein sensibles Feld handelt, konnte ich nicht „effectively present" sein (Hine 2015, S. 71).

98 Der Pool an Museen ist deckungsgleich mit den Museen, die ich in die Interview-Studie einbezogen habe und umfasst darüber hinaus noch weitere DDR-Museen und ein Geschichtsmuseum.

99 Die Fragen dienten zur ersten Orientierung, im Gesprächsverlauf wurden dann dynamisch Schwerpunkte gelegt.

standen und keinesfalls für die komplette, vielschichtige Museumslandschaft zu verallgemeinern. Dennoch lassen sich aus meinen Beobachtungen und Analysen relevante Erkenntnisse darüber ziehen, *wie* populistisch agierende User*innen auf digitale Museumslandschaften einwirken. Insgesamt konnte ich mit sieben Mitarbeiter*innen staatlicher und privater Museen sprechen und von vier weiteren Mitarbeiter*innen schriftliche Antworten auf meinen Fragekatalog erhalten (darunter drei Militärmuseen, ein Technikmuseum, zwei Gedenkstätten für NS-Zwangsarbeit, ein Stadtmuseum, zwei Community-Museen, und zwei DDR-Museen) die im folgenden empirischen Teil zu ihrem Schutze anonymisiert werden. Lediglich die Positionen der Mitarbeiter*innen – die natürlich auch Auswirkungen auf ihre Wahrnehmungen und Erfahrungen haben – werden offengelegt. Neben dem Kennenlernen konkreter Alltagsaufgaben und dem Einfluss populistischer Politik auf diese Tätigkeiten war ich auch an der Konzeption des Phänomens Populismus durch meine Gesprächspartner*innen interessiert. Außerdem wurden sie nach konkreten Formen des Umgangs durch mögliche Herausforderungen gefragt. Ob Populismus ‚digital' oder ‚analog' zum Tragen kommt, überlappt sich teilweise und ist für die Mitarbeiter*innen selbst auch nicht immer trennscharf, entsprechend berücksichtige ich ihre Aussagen auch dann, wenn sie über ‚analogen' Populismus sprechen, ordne dies aber entsprechend ein. Wie Tom Boellstorff anmerkt, ist eine solche Trennung in ‚analog'[100] und ‚digital' beziehungsweise ‚online' und ‚offline' auch nicht sinnvoll: „One can no longer see the online and offline as separate – despite the obvious fact that they are, depending on how you define ‚separate'– encodes a historical narrative that moves from separation to blurring and fusion".[101] Darüber hinaus finden Diskussionen über Museen nicht zwangsläufig nur auf den jeweiligen Museumsseiten statt. Laursen et al. betonen: „For members of the public, museums' Facebook pages may not be the obvious choice for a meaningful conversation about museums, unless

100 Verschiedene Ansätze innerhalb der Digitalanthropologie arbeiten mit Unterscheidungen wie ‚online' vs. ‚offline' (z.B. Hine 2015) – die sprachliche Trennung impliziert dabei allerdings eine Art Antagonismus. ‚Offline' und ‚online' sind allerdings keine klar voneinander abzugrenzenden Räume, sie durchdringen und beeinflussen sich gegenseitig. In diesem Beitrag habe ich mich dazu entschlossen, ‚analog' in solchen Kontexten in Anführungszeichen zu setzen.

101 Tom Boellstorff 2012, S. 41.

you deliberately want to engage with the museum."[102] Dennoch steht in dieser Arbeit die bewusste populistische Interaktion mit Museen im Vordergrund. Aus forschungsethischer Sicht verzichte ich darauf, Gespräche in spezifischen Foren als Teil des Feldes zu definieren, da User*innen oft nicht bewusst ist, dass sie private Gespräche in semi-öffentlichen digitalen Räumen führen. Ergänzend wurden Artikel (rechts-)populistischer Online-Zeitschriften wie der von Jürgen Elsässer herausgegebenen *Compact* und dem von Roland Tichy veröffentlichten Magazin Tichys Einblick und Kommentare unter ausgewählten Beiträgen in meinen Datensatz mit aufgenommen, wenn diese sich dezidiert mit den Themen der Fallstudien oder in Interviews angesprochenen Inhalten auseinandersetzen. Das erhobene Material wurde anschließend in der Software MAXQDA nach dem Analyseverfahren der *Grounded Theory*[103] zunächst explorativ und anschließend unter Einbezug grundlegender theoretischer Konzepte codiert und analysiert. Ein wichtiger und transparent zu machender Punkt ist die Abwesenheit von Stimmen kommentierender User*innen in meiner Forschung – ich habe nur stumm mitgelesen, ihre Praktiken beobachtet und nicht mit ihnen interagiert. So können ihre subjektiven Positionen und Emotionen nur durch meine teilnehmende Beobachtung interpretiert werden. Ergänzend beziehe ich eine Analyse der Accounts, von denen populistische Praktiken ausgehen, in mein Material ein. Das ersetzt die Stimmen der Menschen hinter diesen Accounts selbstverständlich nicht, zusätzliche Forschung könnte hier auch ihre Erfahrungen und Wahrnehmungen einfangen.

Medienanthropologische Grundlagen

Bevor in den folgenden Kapiteln das empirische Material analysiert wird, soll an dieser Stelle noch kurz auf grundlegende theoretische Konzepte aus der Digital- bzw. Medienanthropologie eingegangen werden. Diese werden im analytischen Teil immer wieder aufgegriffen werden. Wie bereits erwähnt, fragt dieses Buch

102 Laursen et al. 2017, S. 186.
103 Anselm L. Strauss/Juliet Corbin: Grounded Theory Methodology: An Overview. In: Norman K. Denzin (eds.): Handbook of Qualitative Research. London/New York 1994, S. 273-285.

nach dem *Wie* im populistischen Handeln im digitalen Feld, nämlich auf Social-Media-Plattformen. Deren technische Funktionen stehen in Relation mit populistischen Praktiken – um diese Beziehung zu verstehen, ist das Konzept von Affordanzen hilfreich. In Objekte, Räume und technische Produkte selbst eingeschrieben sind stets spezifische Handlungsaufforderungen und -beschränkungen. Das Zusammenspiel von Beschaffenheit der Objekte (Design, technische Funktionen etc.) und dem impliziten Wissen (das Interpretieren von Symboliken etc.) affordiert spezifische Praktiken. Mit dem Begriff *Affordances* führt der Psychologe James Gibson Ende der 1970er-Jahre ein Konzept alternativ zur Nische ein: Nischen sieht er als ein Set von Affordanzen.[104] Das Wort Affordanz leitet Gibson aus ‚to afford' ab, die Affordanzen einer Umgebung sind dann

> what it offers to the animal, what it provides or furnishes, either for good or for ill. (...) I mean by it something that refers both the environment and the animal in a way that no existing term does. It implies the complementary of the animal and the environment.[105]

Dabei werden Handlungen durch die affordierende Umgebung keinesfalls unumstößlich festgelegt oder erzwungen. Sie sind aber auch nicht beliebig, sondern werden nahegelegt/suggeriert, oder, wie Christoph Bareither es ausdrückt: „Affordanzen bezeichnen genau den Zwischenraum zwischen Determiniertheit und Beliebigkeit".[106] Die aus dem Zusammenspiel von Objekt und Affordanz entstehende Praktik hängt auch von physischen Bedingungen ab. Ein Kind beispielsweise klettert aufgrund der körperlichen Beschaffenheit auf einen Stuhl, ein Erwachsener setzt sich darauf. Auch die Handlungen anderer Lebewesen können uns zu eigenen Handlungen auffordern oder unsere Handlungen beschränken. Darüber hinaus sind Affordanzen eng mit dem impliziten Wissen, dem *praktischen*

104 Vgl. James Gibson: The Ecological Approach to Visual Perception. New Jersey 1986. S. 128.
105 Ebd., S. 127.
106 Christoph Bareither: Affordanzen. In: Timo Heimerdinger/Markus Tauschek (Hg.): Kulturtheoretisch Argumentieren. Ein Arbeitsbuch. Münster/New York 2020, S. 32-55, hier: S. 36 f.

Sinn[107] von Akteur*innen, und mit dem Habitus[108] verflochten. Fürs Digitale bedeutet das, das Zusammenspiel aus technischen Funktionen (ein Post taucht, gesteuert durch Algorithmen, im Feed von User*innen auf und ist kommentierbar), und der semantischen Bedeutungen (also Inhalt von Posts) in Kombination mit dem impliziten Wissen von User*innen (zum Beispiel über die Effektivität eines populistischen Memes) in den Blick zu nehmen. Mittels des Affordanz-Konzeptes kann die Relationalität zwischen digitalen Objekten beziehungsweise technischen Affordanzen und Praktiken in den Fokus genommen werden.[109] Dies bedeutet, „sie immer in Relation zu dem inkorporierten Wissen beziehungsweise zum praktischen Sinn der Akteur*innen zu denken."[110] Auch Infrastrukturen und infrastrukturierende technische Funktionen wie Hashtags und Algorithmen prägen Internetpraktiken mit und können populistische Praktiken begünstigen, wie in den folgenden Kapiteln an diversen Stellen argumentiert werden wird.

Im Kontext von populistischen Praktiken spielen, wie in Kapitel zwei zur Konzeptionalisierung von Populismus hoffentlich bereits deutlich wurde, Emotionen eine wichtige Rolle. Im Kontext des Digitalen führt Christoph Bareither zur Beschreibung der Relationalität zwischen Objekten, emotionalen Erfahrungen und technikinhärenten Handlungsaufforderungen den Begriff der *emotionalen Affordanzen* ein. Technische Affordanzen *mobilisieren* „emotionale Affizierung".[111] So wird es User*innen beispielsweise mit dem Nutzen von Emojis möglich, Emotionen digital zum Ausdruck zu bringen beziehungsweise *zu tun*. Emotionspraktiken hängen folglich einerseits mit spezifischen technischen Funktionen zusammen. So ermöglicht die technische Funktion von Emojis in der Texteingabe auf dem

107 Mit diesem Begriff beschreibt Pierre Bourdieu den verkörperten „Sinn, der situativ im Vollzug entsteht, daher immer in konkreten Praktiken verortet ist und nicht abseits des Vollzugs von Praktiken liegt. Vgl. Barbara Sieferle: Praktiken. In: Timo Heimerdinger/Markus Tauschek (Hg.): Kulturtheoretisch Argumentieren. Ein Arbeitsbuch. Münster/New York 2020, S. 408-432, hier: S. 413.

108 Cornelia Bohn/Alois Hahn: Pierre Bourdieu (1930-2002). In: Dirk Kaesler (Hg.): Klassiker der Soziologie. Band II. Von Talcott Parson bis Pierre Bourdieu. München 2003, S. 252-271, hier: S. 258.

109 Dazu auch Julian Hopkins: The Concept of Affordances in Digital Media. In: Heidrun Friese et al. (Hg.): Handbuch Soziale Praktiken und Digitale Alltagswelten. Wiesbaden 2016, S. 1-8.

110 Bareither 2020, S. 42.

111 Christoph Bareither: Internet-Emotionspraktiken. Theoretische und methodische Zugänge. In: Burkhart Lauterbach (Hg.): Alltag – Kultur – Wissenschaft. Beiträge zur europäischen Ethnologie. Würzburg 2017, S. 11-35, hier: S. 29.

Smartphone User*innen erst, Emojis zu nutzen und aus ihnen auszuwählen. Im Zusammenspiel mit sozialen Konventionen und dem praktischen Sinn fordert die technische Funktion gleichermaßen zu Praktiken des Nutzens von Emojis auf oder beschränkt diese. Zudem haben digitale Objekte mit ihren inhärenten Symboliken ein affizierendes Potential, sich in spezifischer Weise emotional zu ihnen zu verhalten. Dies werden wir in den folgenden, empirischen Kapiteln immer wieder sehen.

Populistische Kritik an Museen im Digitalen

In diesem empirischen Teil soll es nun um die konkreten, populistischen Praktiken, die an Museen herangetragen werden, gehen. Dabei werden Museen häufig dazu angehalten, sich anders zu verhalten und zu Diskursen nicht – oder vielmehr den jeweiligen User*innen politisch genehm – Stellung zu beziehen. In diesem empirischen Teil sollen drei Konfliktlinien, denen ich gefolgt bin, im Fokus stehen, nämlich die Diskursfelder Gender-Repräsentation, die Mobilisierung von DDR-Erinnerung und (deutscher) Kriegs- und Militärgeschichte. Es gibt selbstverständlich weitere Diskursfelder und Konfliktlinien wie beispielsweise die Adressierung von Migration, den Umgang mit (deutschem) Kolonialismus, und in diesem Zusammenhang auch Restitutionsforderungen, oder die Darstellung der Entstehung der Nation, Bismarcks Erbe etc. Doch ethnografische Forschung ist immer selektiv und erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit, die ausgewählten Diskursfelder sind also eher als ethnografische Schlaglichter zu verstehen. Dennoch möchte ich die Auswahl an dieser Stelle kurz begründen. Die Herabsetzung von Lesbians, Gays, Queers, inter- und transsexuellen Menschen (LGBTI) ist eine im Populismus verbreitete Strategie. Unter dem Stichwort ‚Gendergaga' (re-)produzieren Populist*innen hier antifeministische und queer-feindliche Narrative und drücken ihre Verachtung gegenüber Frauen* und nicht binären Geschlechtsidentitäten aus. Darunter fällt auch die Ablehnung genderinklusiver Schreibweisen, die sich nicht allein in der Rhetorik populistischer Parteien wie der AfD zeigt. Auch Bundesländer unter konservativer Führung sprechen sich

gegen den Gebrauch gendersensibler Sprache in öffentlichen Einrichtungen aus. Geschlecht und Sexualität werden damit zum Aushandlungsort politischer Debatten.[112] Wenn Museen geschlechtliche Diversität adressieren, werden sie von populistischer Seite dafür kritisiert und angegriffen. Das spezifisch populistische an dieser Kritik ist die Unterstellung, das Aufzeigen von Diversität sei ‚von oben' aufgezwungen. Gleicher Vorwurf gilt für Institutionen, die sich der Ausstellung sexueller Vielfalt verschrieben haben.

Ein etwas anders gelagerter Fall ist die Instrumentalisierung von (Kultur-) Erbe in Hinblick auf die jüngere deutsche Zeitgeschichte. Die deutsch-deutsche Teilung ist ein interessantes und komplexes Beispiel dafür. Die ostdeutschen Bundesländer werden im öffentlichen Diskurs häufig (und fälschlicherweise) als Epizentren des Populismus ausgemacht, was auch auf ein tatsächlich existierendes, anhaltendes Machtgefälle zwischen Ost und West hinweist, westdeutsche Verantwortung für einen politischen Rechtsrutsch wird mit dem Verweis auf hohe Wähler*innenzahlen im Osten abgetan. Gleichzeitig mobilisieren Parteien wie die AfD ‚ostalgische' Gefühle und konstruieren ein kollektives Gedächtnis von DDR-Bürger*innen als widerständiges und moralisch überlegenes ‚Volk', was sich beispielsweise in der 2019 geführten Wahlkampfkampagne ‚Wende 2.0' der AfD für die Landtagswahlen in den ostdeutschen Bundesländern zeigt. Hier werden gezielt Gefühle der Zugehörigkeit zu einer vom Westen unterdrückten Minderheit mobilisiert und als positive Zuschreibungen selbstermächtigend umgedeutet.[113] Die emotional aufgeladene Debatte um Darstellung und Repräsentationen des ‚ostdeutsch seins' ist in den Kommentarspalten von DDR-Museen omnipräsent, und wird dann populistisch, wenn moralische Untertöne die Debatte bestimmen und Ein- und Ausschlüsse stattfinden. Ein weiterer, wenn auch etwas anders gelagerter populistischer Diskurs befasst sich mit Kriegs- und Militärgeschichte. In diesem Zusammenhang wird die historische Aufarbeitung des 2. Weltkriegs und des Holocausts als ‚verfälscht' dargestellt, häufig mit dem inhärenten Vorwurf

112 Zum Beispiel: Sabine Hark/Paula-Irene Villa (Hg.): Anti-Genderismus. Sexualität und Geschlecht als Schauplätze aktueller politischer Auseinandersetzung. Bielefeld 2015.

113 Vgl. Florian Spissinger et al.: Das Ringen um ‚die Ostdeutschen' – über die Beharrlichkeit einer Identitätskonstruktion". In: Lars Vogel et al. (Hg.): Ostdeutschland. Identität, Lebenswelt oder politische Erfindung? Wiesbaden 2024, S. 337-359.

an deutsche Erinnerungspolitik, einen ‚Schuldkult' zu betreiben, sowie der Forderung danach, glorreichere Aspekte deutscher Geschichte mehr in den Vordergrund zu stellen.[114] Anknüpfend an anthropologische Forschung zu nationaler Identität arbeite ich spezifische populistische Diskurse in Hinblick auf die Geschichtsschreibung heraus. Allen Feldern gemein ist dabei die spezifische Nutzung von technischen Funktionen wie beispielsweise Emojis – einhergehend mit dem impliziten Wissen über die Wirkung der Nutzung, nämlich häufig der Polarisierung und Provokation. Das Diskursfeld Gender-Repräsentation bzw. genderinklusive Sprache ist dabei ein emotional besonders aufgeladenes, wie nun an empirischen Beispielen verdeutlicht werden soll.

Gendergaga

„Ihr macht den Gender Gaga freiwillig? 🤮🤮🤮🤮🤮
Oh Herr lass Hirn regnen! Sorry, da bin ich raus."
Jürgen Meiners[115] auf dem YouTube-Kanal eines Museums

Das Museum nutzt in seinen Social-Media-Auftritten, Veröffentlichungen und Ausstellungstexten im Gegensatz zur Verwendung des generischen Maskulinums, das nicht standardisierte typografische Symbol ‚Doppelpunkt', dass die explizite Inklusion von anderen Geschlechtern indiziert. Das Video, auf das sich der Kommentar bezieht, setzt sich ausführlich damit auseinander, warum die Museumsmitarbeiter*innen in ihrer Arbeit gendersensible Sprache verwenden. Dabei erklärt der Leiter des Museums die *Haltung* des Museums zu der Schreibweise anhand detaillierter Erklärungen und vereinfachender Analogien.[116] Der Beitrag

114 Siehe zum Beispiel: Klaus Neumann: Don't Mention the Holocaust: The Alternative für Deutschland and Its Engagement with Pasts, Histories and Memories. In: Berber Bevernage et al. (eds.): Claiming the People's Past. Populist Politics of History in the Twenty-First Century. Cambridge 2024, S. 31-48.

115 Die meisten YouTube-Accounts sind ‚tote' Accounts, die User*innen zum Kommentieren und Interagieren nutzen, wenn sie keine Videos hochladen, kann ich nicht auf ihre sonstigen Aktivitäten rückschließen.

116 Ein sich wiederholendes Argument gegen gendersensible Sprache ist, sie werde den Menschen ‚aufgedrängt'. Das sei, so erklärt der Museumsleiter, als würde von einer kleinen Minderheit, die keine Schokolade mag, behauptet, sie wollten dem Rest der Gesellschaft das Schokolade-Essen verbieten.

ist eine Reaktion auf Kommentare auf der Facebook-Seite des Museums, wo User*innen routiniert ihre Ablehnung gendersensibler Schreibweise ausdrücken.

In den über 2000 Kommentaren unter dem Video diskutieren User*innen darüber, ob gendergerechte Sprache sinnvoll ist oder nicht, sympathisieren mit den im Video dargelegten Argumenten oder machen Witze in Bezug auf die Analogien. Kommentare wie der obige repräsentieren routinierte Entgegnungen auf die von einigen User*innen unerwünschten Inhalte und Formulierungen. So enthalten sie häufig Androhungen, den Kanal zu entfolgen und stellen den Sinn gendersensibler Sprache generell infrage. *Jürgen Meiners* bringt durch seinen provokativen Stil und mit etlichen 🤡-Emojis seine Emotionen zum Ausdruck. Der User nimmt das Statement des Museumsleiters nicht ernst und macht sich lustig, seine Wortwahl entspricht populistisch-antifeministischen Diskursen um ‚Gendergaga'.[117] Die technische Funktion des Kommentierens mit Emojis ermöglicht ihm zusätzlich in spezifischer Weise das Ausdrücken von Emotionen, er *macht* Emotionen durch Emojis. Im Zusammenspiel mit seinem impliziten Wissen darüber, was das Emoji symbolisiert, kann er auf der Plattform seine Kritik direkt und ‚unvermittelt'[118] an das Museum richten. Eine ähnliche Kritik findet sich einige Spalten weiter unten, wo *Jay D.* schreibt:

> Tja Schade, anstatt einfach neutral zu bleiben und euer Ding durchzuziehen, diesen grünen Ideologischen Müll auch noch mit machen, zum Glück gibt es noch andere Kanäle ohne Linksfaschisten Müll.

Jay D. bedient sich hier stereotyper, (rechts-)populistischer Narrative, in denen ‚die Linke' in Allianz mit ‚Feminist*innen' steht.[119] Sowohl *Jay D*. als auch *Jürgen Meiners* nutzen durch ihre direkten Kommunikationsweisen, ihre Wortwahl und

117 Begriffe wie ‚Gendergaga' stehen im Zeichen der Rhetorik populistischer Parteien wie der AfD und etablierter Antifeminist*innen wie Birgit Kelle. Vgl. Birgit Kelle: Gender Gaga. Wie eine absurde Ideologie unseren Alltag erobern will. München 2020.

118 Im Sinne der *mediated unmediateness*, vgl. Krämer 2018, S. 1298.

119 Zu dieser behaupteten Allianz siehe auch Stefanie Mayer et al.: Intersections and Inconsistencies. Framing Gender in Right-Wing Populist Discourses in Austria. In: NORA - – Nordic Journal of Feminist and Gender Research 22/4 (2014), S. 250-266.

die emotionale Ladung in ihren Praktiken des Kommentierens einen Stil, der als populistisch bezeichnet werden kann.[120]

Bemerkenswert hier ist die implizite Androhung ‚ökonomischer Sanktionen' durch Entfolgen oder ‚raus sein' – eine wiederkehrende Praktik von unzufriedenen User*innen. Sie weist auf ein gebrochenes Vertrauensverhältnis zwischen den spezifischen User*innen und den (politischen) Entscheidungen des Museums hin: User*innen waren bisher Fans der Institution, Teil der *Community of Trust.* Nun ist die Feststellung, dass das Museum gendert, nicht mehr deckungsgleich mit der von User*innen erwarteten Repräsentation des Museums – die öffentliche Stellungnahme und damit die bewusste Sichtbarmachung kann dieses Gefühl noch befördern, das legt zumindest die Dichte an ‚kritischen' und emotional geladenen Kommentaren nahe. Entsprechend machen die User*innen sichtbar, die *Community* durch ‚entfollowen' zu verlassen. Diese *disruption* im Vertrauen vollzieht sich graduell: Nicht alle populistisch agierenden User*innen, die in ihren Kommentaren gendergerechte Sprache (in Museen) ablehnen, drücken diesen Grad eines empfundenen Vertrauensbruchs aus.[121]

Die Ablehnung der Kategorie *Gender* wird seit Einführung gleichstellungspolitischer Strategien immer wieder von konservativen Medien und etablierten (populistischen) politischen Akteur*innen ausgedrückt.[122] Der Begriff ‚gender Ideologie' wird hier genutzt,

> to denigrate everything related to ‚gender' and the idea that gender differences are not determined by nature. ‚Gender' is misconceived by these anti-gender campaigners who view it as something that one can always choose anew.[123]

120 Moffitt 2016.

121 So kommentiert beispielsweise *markheumüller*: „Ich mag euch… aber zum Thema Gendern kann ich keins von Euren Argumenten nachvollziehen. Es ist und bleibt für mich gequirrlte Schxxxe." Damit bricht er nicht ganz mit dem Museum, sondern drückt aus, dass er sich nicht von der Haltung des Museums überzeugen lässt.

122 Juliane Lang/Ulrich Peters: Antifeminismus in Deutschland. Einführung und Einordnung eines Phänomens. In: ders. (Hg.): Antifeminismus in Bewegung. Aktuelle Debatten um Geschlecht und Vielfalt. Hamburg 2018, S. 13-35, hier: S. 21 ff.

123 Imke Schmincke: Sexual Politics from the Right. Attacks on Gender, Sexual Diversity, and Sex Education. In: Gabriele Dietze/Julia Roth (eds.): Right-Wing Populism and Gender. European Perspectives and Beyond. Bielefeld 2020, S. 59-74, hier: S. 61.

Bei ihrer Kritik an gendergerechter Schreibweise (re-)produzieren viele User*innen in ihren Kommentaren antifeministische und anti-queere Narrative, so auch im folgenden Dialog zwischen der YouTube-Followerschaft:

> *Ein Nilpferd*: Das Geschlecht definiert sich ja nicht über das Mitschwingende, sondern über die Chromosomen. Und da gibt es 2, nämlich ein X und ein Y 😊
>
> *Grey County:* @Ein Nilpferd: Was angeblich darüber hinausgeht, ist unwissenschaftlicher Hokuspokus und sollte deshalb Privatangelegenheit sein und nicht der Mehrheitsgesellschaft aufgezwungen werden.
>
> *Marius Scheunenpflüger*: Gut gesagt, aber die Gendergagaseite sieht das in der Regel anders. Die meinen, dass der Unsinn über den Staat und die kulturelle Macht des Milieus verbreitet werden muss.

In dem kurzen Ausschnitt der Kommentarsektion werden von den drei Usern mehrere, miteinander verwobene Argumentationen in einer Art selbstbestätigender Diskussion angeführt. *Ein Nilpferd* bezieht sich hier auf *Sex* (als biologisches Geschlecht) statt auf *Gender* (als sozial konstruiertes Geschlecht) und suggeriert, es gäbe nur die biologische binäre Determinante und keine sozial-konstruktivistische Ebene in vergeschlechtlichen Körpern. Mit dem Absprechen der Wissenschaftlichkeit der *Gender-Studies* werden „[g]leichzeitig [...] die Naturwissenschaften, auf der das eigene Wissen angeblich gründet, als einzig wirklich objektive Wissenschaften sichergestellt."[124] Zusätzlich führen weitere User*innen zur „Absicherung des eigenen Wahrheitsanspruchs [...] die unmittelbare Evidenz von Alltagserfahrungen" an.[125] Teil der *truth-making*-Praktiken der User*innen ist hier die Verflechtung von Wissenschaft und Alltagserfahrungen,

124 Andrea Maihofer/Franziska Schutzbach: Vom Antifeminismus zum ‚Anti-Genderismus'. In: Sabine Hark/Paula-Irene Villa (Hg.): Anti-Genderismus. Sexualität und Geschlecht als Schauplätze aktueller politischer Auseinandersetzungen. Bielefeld 2017, S. 201-207, hier: S. 211.

125 Ebd. Das tun sie beispielsweise, in dem sie schildern, wie unleserlich die gendersensible Schreibweise für sie ist oder indem sie behaupten, sich nicht angesprochen zu fühlen.

> eine argumentative Gemengelage aus der Macht des Faktischen und der Naturalisierung und Ontologisierung gesellschaftlicher Verhältnisse und Praxen, die letztlich auf die Zurückweisung von Veränderbarkeit und Utopie zielt.[126]

Im obigen Dialog nutzt der User *Grey County* eine Rhetorik der *Anrufung der Mehrheit*. Argumentationen, in denen gendersensible Sprache als gegen den Willen der Bevölkerung konstruiert wird, bilden sich laut Krondorfer aufbauend auf „[...] kursierenden ‚femokratischen' Bedrohungsszenarien"[127] heraus, sodass ‚Nicht-Femokraten' folglich befürchten, ihre Privilegien zu verlieren. Die Behauptung, ‚die Mehrheit' ergo ‚das Volk' sei gegen eine solche Reformierung, deckt sich mit populistischer Logik, in der eine ‚abgehobene Elite' sich zunehmend vom ‚Volk' entferne, wie bereits im zweiten Kapitel ausgeführt. Als weiterer Kommentator in dieser Diskussion geht *Marius Scheunenpflüger* schließlich noch einen Schritt weiter und stellt sich und seine Vorredner in direkte Opposition zum imaginierten Feindbild, dem ‚Gendergaga', der sich mit ‚der Elite' verbündet, um seine ‚Ideologie' durchzusetzen. Die ‚Gendergagafraktion' ist hier eine „nefarious, resented minority" und wird, statt ‚der Elite' selbst zum „object of greatest hatred".[128] Vergleichbare Diskussionen entspannen sich regelmäßig auch auf den Facebook-Seiten von Museen, wenn diese gendersensible Sprache nutzen. Bemerkenswert ist hier, dass der konkrete Bezug zum Ursprungspost oft unklar ist.

Ein besonderes Augenmerk soll auf die Wahrheitspraktiken der User*innen gelegt werden: User*innen nehmen aufeinander Bezug, stützen ihre Thesen gegenseitig und bestätigen sich und ihre (antifeministischen) Wahrheiten. Ermöglicht werden diese Dialogpraktiken durch das Zusammenspiel aus Technik und implizitem Wissen der Plattformnutzenden. Im spezifischen Fall von YouTube verlinken User*innen einander durch das Nutzen der @-Funktion. Die Plattform ermöglicht damit, auch über längeren Zeitraum auf vorhergehende Kommentare

126 Ebd.
127 Birge Krondorfer: ‚Schreibweisen dieser Art sind daher zu unterlassen.' Wem gehört die Sprache? Eine paradigmatische Geschichte aus Österreich. In: Juliane Lang/Ulrich Peters (Hg.): Antifeminismus in Bewegung. Aktuelle Debatten um Geschlecht und Vielfalt. Hamburg 2018, S. 233-252, hier: S. 245.
128 Ostiguy 2017, S. 76.

einzugehen und einen Dialog aufrechtzuerhalten – häufig entspannen sich solche Diskussionen über Wochen statt in Realzeit.[129] Im Zusammenspiel mit dem technischen Wissen über diese spezifische Funktion affordiert die Verlinkungsfunktion folglich auch, in dieser Form in Dialog zu treten. Die zeitliche Versetztheit führt dazu, dass User*innen die Kommentare ihrer Vorredner*innen durchlesen und konkret auf diejenigen reagieren, denen sie am meisten zustimmen oder die sie ablehnen.

Das ausgewählte Interagieren zwischen User*innen folgt häufig einem sich zuspitzenden Eskalationsmuster. *Gender* und gendersensible Sprache werden hier zu "discursive weapons that merge different topics and allude to different (negative) emotions."[130] In den emotional geladenen Diskussionen unter dem angeführten YouTube Beitrag (re-)produzieren populistisch agierende User*innen antifeministische Narrative und bedienen dabei Mobilisierungen gegen *Gender*, die auch bei (rechts-)populistischen Parteien oder etablierten Akteur*innen zu finden sind.[131] Obwohl antifeministische Kommentare nicht zwangsläufig populistisch sind, verflechten sich in den hier angesprochenen Kommentaren mehrere Feindbilder: ‚Die (gendernde) Elite' und ‚das (linke, nicht neutrale) Museum' stehen in Opposition zur ‚Mehrheitsgesellschaft'. Das Suggerieren eines krisenhaften Zustands, in dem die Transformierung der Sprache von einem ‚kulturellen Milieu' ‚auferzwungen' wird, die emotionalen Praktiken innerhalb der Kommentare und die *bad manners* (im Sinne von harscher Sprache) sind populistische Praktiken. Aus der Wechselwirkung von Kommentaren, der Interaktion *zwischen* den User*innen und der inszenierten emotionalen Eskalation, entsteht eine populistische Verfallserzählung, in der gendernde Museen Teil eines Feindbildes werden.

In (rechts-)populistischen, antifeministischen Diskursen verflechten sich Nativismus und konservativ-religiöse Argumentationen. Besonders zu spüren

129 YouTube erlaubt leider nur bedingt, den genauen Zeitpunkt der Kommentare zu rekonstruieren. In längeren Kommentar-Threads tauchen immer wieder Kommentare auf, die mehrere Monate nach den ersten Diskussionen in diesen ‚Threads' gepostet wurden.

130 Imke Schmincke 2020, S. 61.

131 Vgl. Niels Spierings: Why Gender and Sexuality are both Trivial and Pivotal in Populist Radical Right Politics. In: Gabriele Dietze/Julia Roth (eds.): Right-Wing Populism and Gender. European Perspectives and Beyond. Bielefeld 2020, S. 41-58.

bekommen können das Museen, die sich dezidiert mit dem Themenspektrum Geschlecht und Geschlechtlichkeit auseinandersetzen. Zum Anlass der *Trans-Awareness Woche* 2021 postet ein solches Museum auf seiner Facebook-Seite ein Bild eines Trans*Künstlers mit seinem neugeborenen Kind. Daraufhin kommentiert der User *Franco Marino*: „No utero in affitto NO alle adozioni NO DDL ZAN" (dt. „Nein zu Leihmutterschaft, NEIN zu Adoption, NEIN zu DDL ZAN").[132] Hier drückt der User aus, dass er gegen gleichgeschlechtliche/LGBTI Partnerschaften mit Kindern ist und macht mit dem Bezug zum Antidiskriminierungsgesetzentwurf klar, dass er gegen gesetzlichen Schutz von sexuellen Minderheiten ist. Der Kommentar legt nahe, dass LGBTI*-Familien antagonistisch zu ‚natürlichen' Familien konstruiert werden, ein Narrativ, das Deckungsgleich mit europäischen rechtspopulistischen und rechtskonservativen Parteien ist.[133] Ein weiteres radikales Beispiel ist der Post von *Георгиос Иванов*, der unter einen Post zur neuen Ausstellung schreibt: „Disgusting mockery of the Christan faith." Christlichen Glauben als Legitimation für (rechts-)populistische, antifeministische Kampagnen anzuführen ist im europäischen, christlich geprägten Raum fester Bestandteil der Argumentationsweisen populistischer Akteure.[134]

Derart harsch verfasste Kommentare sind auf der Facebook-Seite des Museums eher selten und häufig von internationalen und ‚Community-fremden' User*innen verfasst, wie ein Vorstandsmitglied des Museums erklärt: „Das ist nicht täglich, dass wir dumme Kommentare kriegen, sondern phasenweise, besonders wenn Werbung gemacht wird."[135] Das Werbungmachen bezieht sich in

132 DDL ZAN ist ein italienischer Gesetzesentwurf zur Verhütung und Bekämpfung von Diskriminierung und Gewalt aus Gründen des Geschlechts, der sexuellen Ausrichtung, der Geschlechtsidentität und einer Behinderung, der von der Lega zu verhindern versucht wird. Vincenzo D'Angelo/The Florentine: The DDL Zan: what it is + why it's necessary, 07.06.2021, https://www.theflorentine.net/2021/06/07/ddl-zan-italy-why-it-is-necessary/ (Zugriff am 22.01.2022).

133 Zum Beispiel im österreichischen Kontext. Siehe: Stefanie Mayer et al.: Man, Woman, Family. Gender and the Limited Modernization of Right-Wing Extremism in Austria. In: Gabriele Dietze/Julia Roth (eds.): Right-Wing Populism and Gender. European Perspectives and Beyond. Bielefeld 2020, S. 101-115, hier: S. 107.

134 Siehe dazu zum Beispiel: Jennifer Stange: Die frommrechte Revolte. Es herrscht Aufbruchsstimmung am rechten Rand in Deutschland unter christlichen Fundamentalist_innen, Lebensschützer_innen und Rechtspopulist_innen. In: Friedrich Burschel (Hg.): Aufstand der ‚Wutbürger'. AfD, christlicher Fundamentalismus, Pegida und ihre gefährlichen Netzwerke. Berlin 2015, S. 9-26.

135 Interview mit einem Vorstandsmitglied eines Museums, 25. August 2021.

diesem Kontext auf das Schalten von Anzeigen auf Facebook, was die Sichtbarkeit von Posts durch veränderte Algorithmen erhöht. Facebook selbst macht zu Anzeigen folgende Aussage:

> Facebook-Werbeanzeigen bringen dir vor allem die folgenden zwei Vorteile. Die Möglichkeit, eine bestimmte Anzahl und einen bestimmten Typ von Personen zu erreichen. Von diesen Personen so viele relevante Ergebnisse wie möglich zu erzielen. Das sind die Ergebnisse, die du als gewünschte Bewerbung/Anzeige auf deiner Seite oder beim Erstellen der Anzeigengruppe als Optimierungs-Event ausgewählt hast.[136]

Welche Algorithmen hier zugrunde liegen, bleibt dabei offen. Daniel Kunzelmann nennt drei Berechnungskomponenten für Facebooks Algorithmen: den *Affinity-Score*, der Interaktion mit Inhalten zählt, der *Edge-Weight*, der Inhaltstypen (Fotos, Videos) gewichtet und den *Time Decay*, der neue Inhalte höher bewertet als alte Inhalte.[137] Interessant ist, dass die ‚gewünschte' Bewerbung hier nicht unbedingt erwünschte Effekte erzielt, wie das Vorstandsmitglied weiter erklärt:

> Und allein, wenn du nur öffentliche Werbung machst, die halt schon meistens ein bisschen auf so queere Leute fokussiert ist, aber halt nicht nur, merkst du ganz schnell, wie strukturell menschenfeindlich immer noch große Teile der Gesellschaft sind.[138]

Hier führt die *sociotechnical assemblage*[139] aus kommerzialisierter algorithmischer Macht und dem Objekt (‚queerem' Post des Museums) dazu, dass das Museum Zielscheibe (rechts-)populistischer Praktiken wird. Der Nexus von Infrastruktur, Algorithmen und Praktiken wird auch im TikTok-Auftritt des Museums sichtbar, wie in dieser Feldnotiz formuliert:

136 Facebook: Kosten für Werbung auf Facebook. https://www.facebook.com/business/help/201828586525529?id=629338044106215&ref=fbb_budgeting [zuletzt aufgerufen am 23.02.2022].
137 Vgl. Daniel Kunzelmann: Die stille Macht der Algorithmen. Das Beispiel Facebook. In: Kuckuck. Notizen zur Alltagskultur 2 (2015). S. o. A.
138 Interview, 25. August 2021.
139 Maly 2020.

> Der TikTok-Kanal [...] wird von drei jungen Menschen betrieben, die über Themen rund um Queerness aufklären, zentrale Begriffe erklären und Einblicke in die Kulturen queerer Menschen geben. [...] Neben der queeren Community selbst [...] gibt es vereinzelt User*innen, die ihre negativen Emotionen zu Queerness oder der Gay Community im Allgemeinen ausdrücken. Nutzer*innen beleidigen die Mitarbeiter*innen (‚Ich würde mich schämen, dort zu arbeiten') drücken ihren Ekel gegenüber dem Thema des Museums aus (‚Bäh, ich würde da NIEMALS hingehen') oder halten das Museum für unnötig beziehungsweise fühlen sich in der Minderheit (‚Warum gibt es kein Museum für Heteros?!' oder ‚Ohhhhhh muss doch nicht sein schließt das sofort ???????' [...] Mitarbeiter*innen [thematisieren] in einem TikTok-Video, dass die Hasskommentare auf TikTok in die Höhe zu schießen scheinen, sobald Videos in die ‚hetero TikTok'-Filterblase gespült werden – die Algorithmen von TikTok scheinen hier zu befördern, dass manche Videos an Sichtbarkeit gewinnen.

Über die Algorithmen von TikTok ist wenig bekannt, das *For You*-Feed zeigt User*innen Content basierend auf den Kategorien *Preference & Personality*, *Location & Environment* und *Similar User Interests* an. Dazu kommen, vermutlich, „facial recognition and even sentiment analysis [...] via a process known as 'deep learning', to personalize users' feed. "[140]

Mit Sichtbarwerdung von Content außerhalb der Community und entsprechenden Kommentaren werden auch verdeckte Algorithmen sichtbar, die folglich maßgeblich zu populistischen bis beleidigenden Kommentaren beitragen (können).

Aus der Feldnotiz wird auch deutlich, welche emotionalen Erfahrungen populistisch agierende User*innen machen, wenn Content des Museums ‚unbeabsichtigt' in ihren Timelines auftaucht. Sie drücken dementsprechend ihre Emotionen, die durch das Zusammenspiel aus digitalen Objekten und Algorithmen mobilisiert werden, mit Großbuchstaben und Interjektionen aus. Obwohl hier keine di-

140 Fergus Ryan et al.: TikTok and WeChat: Curating and controlling global information flows. In: Australian Strategic Policy Institute. Policy Brief Report 37 (2020), S. 1-72, hier: S. 18.

rekten doppelseitigen Feindbilder konstruiert und kein Bezug zur Elite hergestellt wird, weisen Kommentare aus der Feldnotiz darauf hin, dass User*innen sich von einer ‚Minderheit' ausgegrenzt fühlen. Der Ausdruck solcher Affekte ist nicht zwangsläufig populistisch, macht aber deutlich, dass Museen mit ihren Posts und den Objekten, die sie posten, ‚negative' Emotionen mobilisieren können, was im Folgenden näher beleuchtet werden soll.

Wende 2.0

Ein DDR-Museum postet auf seiner Facebook-Seite ein Objekt aus der Sammlung:

> Gulasch aus der Dose? Die Konservendose ‚Gothaer Rindergulasch' aus unserer Sammlung kostete 3,40 M und wurde im VEB Gothaer Fleisch- und Wurstwarenwerk hergestellt. #DDR #ddrmuseum #gotha #konserve #ddrprodukte #thüringen.

Einige User*innen kommentieren diesen Post mit Kommentaren wie „Hat ganz gut geschmeckt. 👍👌" und drücken damit ihre (sensorischen) Erinnerungen an das Produkt aus. Hier zeichnet sich zunächst ein *vergnügsames Erleben des Sich-Erinnerns* ab, das ein bedeutsamer Faktor für den digitalen Austausch sein kann. Christoph Bareither beschreibt mit dem Term *Vergnügen als emotionale Erfahrung* das Ineinanderwirken verschiedener Praktiken, Erfahrungen und die Vereinigung verschiedener Dimensionen des praktischen Erlebens. Populärkultur (einschließlich der Nutzung von Facebook) kreist um solche *emotional experiences*, formt diese mit und zielt gleichermaßen auf sie ab. Diese Emotionen müssen aber nicht zwangsläufig positiv konnotiert sein. Die durch die digitale Präsenz der DDR-Museen hervorgerufenen Erinnerungen an die Kindheit mobilisieren auch Emotionen wie Ekel, wenn der Konsum spezifischer Speisen als ‚negatives' Erlebnis erinnert wird. Der Austausch über solche Erinnerungen mit

anderen User*innen kann dann wieder Teil des Vergnügens sein[141] und die Emotionen anderer können die eigenen Emotionen mobilisieren.[142]

DDR-Museen mobilisieren im digitalen Raum routiniert durch das Teilen von *objects of material culture* die Erinnerungen und Emotionen der Followerschaft. Alltagsobjekte wie

> [D]er Trabant, der Plattenbau, bestimmte Gerichte werden im kommunikativen Gedächtnis territorial, einer historischen Zeit, einem politischen, staatlichen oder lebensweltlichen Kontext zugeordnet. Diese an Dinge gebundene Erinnerung wurde in der öffentlichen Diskussion unter dem Begriff der ‚Ostalgie' gefasst. [...] Was an dieser Interpretation dingbezogener Erinnerung wichtig ist, ist der Hinweis auf die nachträgliche Bedeutungszuweisung.[143]

Besonders fruchtbar für die Mobilisierung von Erinnerungen und die kulturelle Umdeutung oder Aufwertung sind Lebensmittel. Entsprechend häufig teilen DDR-Museen solche alltäglichen Konsumgüter aus der ehemaligen DDR. Sharon Macdonald greift in ihren Überlegungen zu *Feeling the Past* David Suttons Argumentation auf:

> Food [...] is particularly powerful in memory not only because it is embodied but because of its synaesthetic qualities [...] This creates an ‚experience of returning to the whole' (Sutton 2001:17), which can be important for creating senses of identification as well as being the object of nostalgic longing. The capacity of food to sensorially link to a wide range of other aspects of experience.[144]

141 Vgl. Christoph Bareither: Vergnügen als Doing Emotion – Beispiel YouTube. In: Kaspar Maase et al. (Hg.): Macher – Medien – Publika. Beiträge der Europäischen Ethnologie zu Geschmack und Vergnügen. Würzburg, 2014, S. 36–49.

142 Vgl. Scheer 2012, S. 16.

143 Andreas Ludwig: Politische Objekte – Politisierte Objekte. Historische Kontexte und Bedeutungszuweisungen der Materiellen Kultur in der DDR. In: Andreas Ludwig (Hg.): Zeitgeschichte der Dinge. Spurensuche in der materiellen Kultur der DDR. Wien/Köln/Weimar 2019, S. 47-64, hier: S. 47.

144 Sharon Macdonald: Memorylands. Heritage and Identity in Europe today. London/New York 2013, S. 90.

Aus den hochgradig affektiven Erfahrungen kann sich eine nostalgische Sehnsucht nach Ort und Zeit entwickeln, in der das Essen konsumiert wurde.[145] Diese werden in den folgenden Kommentaren mit der Gegenwart vergleichen.

> *Markus Marksen*: Eins ist sicher da war auch gesundes Rindfleisch drin! Nicht wie der Müll heutzutage 🤮 [...]

> *Franz Pflüger*: Das war noch echt ohne irgendwelchen Dreck drin wie heute und geschmeckt hats auch. Ich wünsche mir jeden Tag diese schöne Zeit zurück.

Diese beiden Kommentare sind, abgesehen von sich andeutenden *bad manners*, nicht per se populistisch, sie weisen aber bereits auf einen hohen Grad an empfundener Nostalgie und Unzufriedenheit mit der heutigen Gesellschaft hin. Die Emotionen und Erinnerungen, die durch digitale (Alltags-)Objekte affordiert werden, reflektieren auch die Weltsichten und individuellen Erfahrungen der User*innen. Die Mitglieder der Communitys von DDR-Museen sind häufig Zeitzeug*innen, sodass das Mobilisieren von Emotionen und Erinnerungen durch das Posten von Alltagsobjekten aus den Sammlungen hier besonders wirkmächtig ist. Aufgrund dieses Alleinstellungsmerkmals ist die Analyse besonders wertvoll. DDR-Museen können ein Gegenpol zu dominanten Erzählungen bilden, in denen die DDR auf die SED und das Ministerium für Staatssicherheit reduziert wird.[146]

Im Folgenden soll gezeigt werden, dass es bei vielen der sich in den Kommentaren entspannenden Diskussionen zwischen User*innen vor allem um Identifikation und Deutungsmacht geht. Alltagsobjekte dienen dabei „as a site for the playing out of ongoing identifications and differences“[147] zwischen West und Ost und zwischen Vergangenheit und Gegenwart. Während viele User*innen zunächst den Geschmack, die Ästhetik oder Funktionalität der Objekte betonen und mit der ‚niederen‘ Qualität heutiger Produkte, wie im obigen Beispiel, kontrastieren, gehen andere einen erinnerungspraktischen Schritt weiter,

145 Vgl. ebd.
146 Siehe dazu auch: Anselma Gallinat: Narratives in the Making. Writing the East German Past in the Democratic Present. New York/Oxford 2017.
147 Macdonald 2013, S. 101.

der hochgradig normativ ist: Durch normative (und moralische) Bewertung von Differenzen wie gut/schlecht, richtig/falsch vergleichen sie die aus ihrer Sicht damals schöne und tugendhafte Generation mit der Gegenwart. So schreibt zum Beispiel *Markus Fitzke* auf den Post eines Covers der von der FDJ herausgegebenen Jugendzeitschrift *Atze* hin: „Da hatten Kinder noch Anstand und konnten bitte und danke sagen und machten älteren Platz in der Bahn….“ Einige User*innen aus der Community bezeichnen entsprechende Akteur*innen hinter solchen Kommentaren routiniert als ‚Ewiggestrige‘ und weisen darauf hin, dass die heutige Zeit aus ihrer Sicht besser und Nostalgie in Bezug auf das DDR-Regime nicht angebracht sei. Ein Mitarbeiter eines DDR-Museums schildert in Hinblick auf Zeitzeug*innen:

> Die Community ist besonders herausfordernd, da ein großer Teil der Follower die DDR selbst miterlebt hat und entsprechend viele Erfahrungen gemacht wurden, die oft als die einzige Wahrheit empfunden, artikuliert und verteidigt werden.[148]

Entsprechend sind die Dialoge zwischen User*innen oftmals emotional aufgeladen und führen zu einem Kampf um Deutungsmacht, wie in diesem Ausschnitt aus einer Konversation auf Facebook. *Mike Stedemann II* kommentiert, es gäbe für ihn im wiedervereinigten Deutschland keinen Unterschied zwischen Ost und West. Daraufhin schreibt

> *Wilhem Feinmeier*: Mike Stedemann II wahrscheinlich bist du Wessi!! Ein Ossi, wie ich es auch bin kann wahres Urteil abgeben!! Im Gegensatz zum Wessi haben wir nämlich ‚beide‘ Systeme hautnah erlebt! Jetzt können wir die Mauer gerne wieder aufbauen,…denn jetzt finden wir im Osten genug Partner um nicht die melkende Kuh für Westdeutschland zu sein. Wir Ossis haben uns selbst befreit und gehofft, die Welt zu sehen und zu erleben, materielle Bedürfnisse besser zu befriedigen und politisch frei zu sein. Das erste ist erreicht, das zweite,.. die Konsumgesellschaft, bringt

148 Interview mit dem Social-Media-Manager eines DDR-Museums, 14. Dezember 2021.

> uns nur Probleme die wir nicht brauchen und drittens haben wir wieder eine Diktatur!!!!
>
> *Christel Meiners*: Wilhelm Feinmeier Sie haben so recht. Die Generation, die 89, es friedlich geschafft hat, das Ost und West wieder vereint sind, gibt es bald nicht mehr. Wir haben im Osten noch gelernt alles auch zu hinterfragen, nach zu denken. Nicht alles gleich zu akzeptieren.

Bei diesem Ringen um Deutungshoheit geht es häufig um empfundene und vor allem medial sowie akademisch (re-)produzierte Unterschiede zwischen den Menschen aus Ost und West. Florian Spissinger et al. weisen in ihrem Beitrag zur (Selbst-)Klassifikation von Ostdeutschen darauf hin, dass auch die (westdeutsche) Ostdeutschlandforschung selbst mitunter durch „homogenisierende Negativbeschreibungen“[149] eine moralische Trennung zwischen Ost und West mitformt. Diese (Re-)produktion merken auch die User*innen im Feld immer wieder an. Auch der User *Wilhelm Feinmeier,* der auf seiner privaten Facebook-Seite rassistischen Content und Inhalte der AfD teilt, (re-)produziert die Zuschreibungskategorien ‚Ossi‘ (negativ) und ‚Wessi‘ (positiv), deutet sie um, legitimiert seine Ansicht durch seine persönliche Erfahrung und spricht *Mike Stedemann II* mit der Unterstellung, dieser sei ‚Wessi‘ gleichzeitig jegliche Legitimität aufgrund persönlicher Nicht-Betroffenheit ab. Zusätzlich zu dieser Positionierung, in er als Teil ‚der Bürger‘ sich selbst befreit habe, empfindet der User die politische Gegenwart als antagonistisch, Westdeutschland kolonialisiere ‚den Osten‘, es herrsche (wieder) eine Diktatur. Das Nutzen vieler Exklamationszeichen untermalt dabei, welche Relevanz der User seinem Kommentar zuschreibt.

Die Konstruktion des aktuellen Regierungssystems als diktatorisch knüpft nicht zuletzt an Mobilisierungskampagnen der AfD an.[150] Obwohl die Praktiken etablierter populistischer Parteien nicht im Fokus dieser Arbeit stehen und die Wählerschaft der AfD kein rein ‚ostdeutsches‘ Phänomen ist, bedarf es an die-

149 Vgl. Spissinger et al. 2024 S. 340.
150 Siehe zum Beispiel: Emily Schultheis: AfD lays claim to East German identity. In: Institute of Current World Affairs (2019), S. 1-8, hier: S. 4.

ser Stelle eines kleinen Einschubs zur Kontextualisierung: Die ‚Alternative für Deutschland' (AfD) mobilisierte im Wahlkampf in den neuen Bundesländern 2019 mit der Kampagne ‚Wende 2.0' und dockte damit an Widerstandsnarrative an, in denen ‚das Volk' als erfolgreicher Revoluzzer gegen das DDR-Regime konstruiert wird. Mit der verbandelten Aneignung vom Demonstrationsaufruf ‚Wir sind das Volk'[151] von der AfD oder PEGIDA wird die Tradition politischen Widerstandes im ostdeutschen Bundesgebiet mobilisiert und instrumentalisiert, dabei steht nicht etwa ‚Ostalgie' im Fokus, sondern die DDR-Vergangenheit wird als Maßeinheit zur Interpretation der Gegenwart benutzt.[152] Dabei wird auch die antagonistische Kategorisierung von ‚Ossis' und ‚Wessis' mobilisiert.

Obgleich ein Großteil der ‚Ostdeutschlandforschung', auch im Kontext von Museen, auf Begriffe wie ‚Ostalgie' fokussiert[153] oder ‚ostdeutsche' Sozialisation als den Ursprung wachsenden rechtspopulistischen Erfolgs betrachtet, beginnen Akademiker*innen gegenwärtig, selbstreflexiv-kritisch mit der Kategorie ‚ostdeutsch' umzugehen. [154] So schlagen beispielsweise Florian Spissinger wie die Kategorie ‚ostdeutsch' nicht nur medial, sondern auch von (partei-politischen) Akteur*innen wie der AfD verwendet und interpretiert wird. Dabei stoßen sie auf (selbst-)affirmative Praktiken, ‚ostdeutsche Erfahrungen' werden zum Identifikationsangebot: „Die alternative Identitätskonstruktion funktioniert dabei so, dass ‚ostdeutsche Erfahrungen' als politischer Vorteil konstruiert werden."[155] Hier findet folglich eine „Aufwertung [der] kollektiven Identität durch Umdeutung"[156] stattfindet. Mit Erzählungen über die eigene Widerständigkeit, Tugendhaftigkeit

151 Sabine Volk: ‚Wir sind das Volk!' Representative Claim-Making and Populist Style in the PEGIDA Movement's Discourse. In: German Politics 29/4 (2020), S. 601.
152 Vgl. Spissinger et al. 2024.
153 Zum Beispiel in Nick Hodgin/Caroline Pearce (eds.): The GDR Remembered. Representations of the East German State since 1989. Rochester/New York 2011.
154 Siehe zur kritischen Auseinandersetzung mit solchen Narrativen auch Ivan Kalmar: The East is just like the West, only more so: Islamophobia and Populism in Eastern Germany and the East of the European Union. In: Journal of Contemporary European Studies 28/1 (2019), S. 15-29. Siehe auch Jonas Rädel: Das Narrativ des rechten Ostens. Entstehung und Funktionen im Prozess der Deutschen Einheit. In: Mario Futh et al. (Hg.): Die Beharrlichkeit der Nation. Interdisziplinäre Perspektiven auf die Funktionalität des Nationalen in Deutschland. Wiesbaden: im Erscheinen.
155 Spissinger et al. 2024, 346.
156 Lars Vogel/Julia Leser: Ostdeutsche Identität(en) im Wandel? Perspektiven für Intra- und Interkohortenvergleiche. In: Zeitschrift für vergleichende Politikwissenschaft 14 (2020), S. 171-197, hier: S. 171.

und das Herausstellen der Fähigkeit des kritischen Denkens, reklassifizieren User*innen wie *Wilhelm Feinmeier* und *Christel Meiners* die Kategorie ‚ostdeutsch' in einem positiven Sinne. Im obigen Dialog wird Deutungsmacht über die Evidenz des persönlichen Erlebens hergestellt – die Re-Interpretation des ‚Ostdeutsch-seins' ist dabei die moralische und emotionale Legitimationsgrundlage für diese Deutungsmacht.

Teil des Kampfes um Wahrheiten ist auch das Gefühl, die eigene Vergangenheit werde nicht repräsentiert. So schreibt die Userin *Maybritt Geisel,* die auf ihrer Facebook-Seite routiniert AfD-Posts teilt, zu einem Post eines DDR-Museums über die Architekten des Palastes der Republik:

> Es durfte nicht sein, dass ein Relikt aus DDR ZEITEN überlebte da wir ehemaligen DDR BÜRGER keine eigenständige Vergangenheit haben durften und dürfen. Hauptsache überall werden westdeutsche Gepflogenheiten auferzwungen.

Ähnlich wie im Kontext gendersensibler Sprache empfinden User*innen museale und (erinnerungs-)politische Praktiken als aufgezwungen: Obwohl die Alltagsobjekte in DDR-Museen jenseits von dominanten Reduzierungen der DDR-Geschichte auf das Ministerium für Staatssicherheit oder die SED präsentiert werden, sorgen ‚westdeutsche' User*innen, Besucher*innen und nicht zuletzt auch die zumeist westdeutschen Direktor*innen dafür, dass geschichtliche Narrative aus vermeintlich ‚westdeutscher' Sicht erzählt werden, wie in diesem Tweet:

> Dr. #RudolfSchlaffer der neue Direktor des Militärhistorischen Museums #Dresden ist wieder ein #Westdeutscher. Nahezu alle Entscheiderstellen in Kultur, Wirtschaft, Presse und Justiz in #Sachsen sind von Westdeutschen besetzt. #Netzwerke #Besatzer #AfD.

Während im Kontext genderndder Museen ‚die intellektuelle Elite' als hinter den ‚Maßnahmen' stehend konstruiert wird, sind es hier ‚die westdeutschen Eliten', die ‚das Volk' nicht repräsentieren (wollen). In seltenen Fällen überlappen sich auch die Narrative über DDR-Geschichte mit der Kritik an gendersensibler Spra-

che. Dies geschieht zum Beispiel in einem Post zum Weltfriedenstag, in dem ein DDR-Museum gendersensible Sprache nutzt: *Udo Horst* kommentiert: „Sorry, Ihr Lieben vom DDR-Museum: Damals wurde nicht gegendert und dieser Unsinn passt auch nicht zum Leben in der DDR.“ Und darauf *Heine Kaisermeister*: „Gut, dass es schon so alt ist. Heute würde es für Gendergaga und bunte Vielfalt missbraucht.“ Während *Udo Horst* freundlich bleibt, bemüht *Heine Kaisermeister* (rechts-)populistische Rhetorik für sein Statement und knüpft in populistischem Stil an den Kommentar seines Vorredners an.

DDR-Museen regen mit der Präsentation von politischen und politisierten Objekten zum Erinnern an.[157] Die Community fühlt sich hier, im Zusammenspiel mit den Kommentaren DDR-kritischer User*innen, falsch repräsentiert. Daran gliedert sich im Forschungsfeld schnell Kritik am System beziehungsweise an der ‚korrupten‘ Politik an, wie bei dem Instagram-Post eines DDR-Museums, das ein Foto des 1. Paneuropäischen Frühstücks 1989 teilte, bei dem 600 bis 700 DDR-Bürger*innen in den Westen flüchteten. Dazu kommentiert *heinzgeorg8233:* „[…] Heute haben wir es bereits in so einen Verbrecherstaat leben zu müssen. Von einem Diktator regiert. Früher für die Stasi gearbeitet heute Bundeskanzler Merkel.“ Ein solcher Kommentar ist eher unüblich für die Plattform, die sich überwiegend durch ‚positive‘ Kommentare auszeichnet, bei denen ästhetisches Erleben im Vordergrund steht. Auf den Hinweis der Content-Moderation des Museums, bestehe in Deutschland im Vergleich zu anderen Ländern Meinungsfreiheit, schreibt *heinzgeorg8233:*

> @Museum, wir leben in einer Diktatur, man kann sich auch das Merkel-Land schön reden, mit all der Altersarmut, Kinderarmut, Merkels Nigger, an der Tagesordnung VergewLtigungen, Morde, kindermorde usw,,,

Ausgehend von einem Post, der auf den ersten Blick nichts mit dem Thema zu tun hat, wird hier ein Vergleich von Vergangenheit und Gegenwart angestrebt. Dabei werden eindeutig (rechts-)populistische und rassistische Narrative (re-)produziert, die stark an ‚Merkel muss weg‘-Ausrufe erinnern. Eine Rhetorik, die nicht zuletzt von PEGIDA bemüht wird und mit Konstruktionen aus den Sozia-

157 Andreas Ludwig: Politische Objekte – Politisierte Objekte.

len Medien einhergeht, in denen Angela Merkel ‚kriminellen' Migranten den Weg nach Europa ermögliche.[158]

Eine wiederkehrende, mit Aussagen aus Interviews deckungsgleiche Beobachtung innerhalb meines Forschungsfelds ist der spiralhafte Stil populistischen *truth-makings:* populistisch agierende User*innen kommentieren wiederholt, beziehen sich aufeinander und bestärken sich, dabei spitzen sich ihre Aussagen zu und werden radikaler. Reagieren Museen auf populistische Posts, antworten die Urheber*innen der Kommentare häufig in zugespitzter oder radikalisierter Form und setzen den Museen abermals ihre *truth-claims* entgegen. Diese bleiben meist unbeantwortet, auch aus dem Gefühl heraus, keinen Mehrgewinn aus der Diskussion zu ziehen, wie eine Mitarbeiterin einer Gedenkstätte im Interview ausdrückt:

> Wir reagieren [...] in der Regel ein Mal, indem wir ein Statement abgeben und uns nicht auf endlose Diskussionen zum gleichen Thema einlassen und uns in so eine Schleife begeben, aus der man nicht mehr rauskommen kann.[159]

Einige der agierenden User*innen innerhalb der sehr aktiven und homogenen digitalen Community von den in dieser Fallstudie betrachteten DDR-Museen, kommentieren regelmäßig im populistischen Stil zu verschiedenen Themen. Dabei lenken sie die Aufmerksamkeit auf abstraktere Themen und betten die mikropolitischen Ursprungsposts der Museen oder die Kommentare anderer User*innen in einen größeren Rahmen ein.

Während in der ersten Fallstudie das Nutzen gendersensibler Sprache als mangelnde Neutralität interpretiert und kritisiert wird, geht es bei Kritik an DDR-Museen eher darum, „ob das DDR-Museum die Geschichte zu positiv oder zu negativ darstellt", wie der Social-Media-Manager eines Museums schildert.[160] In der objektzentrierten Debatte verhandeln User*innen die normative Bedeutung

158 Vgl. dazu Stefan Scharf/Clemens Pleul: Im Netz ist jeden Tag Montag. In: Karl-Siegfried Rehberg et al. (Hg.): PEGIDA. Rechtspopulismus zwischen Fremdenangst und ‚Wende'-Enttäuschung? Analysen im Überblick. Bielefeld (2016), S. 83-98.
159 Interview mit einer Mitarbeiterin einer Gedenkstätte, 22. Juni 2021.
160 Interview, 14. Dezember 2021.

der Objekte. Die populistisch agierenden Zeitzeug*innen innerhalb der Followerschaft betten die von Museen evozierten Erinnerungen und Emotionen in ihre Befunde über die gegenwärtige soziopolitische Lage ein – die Alltagsobjekte bieten ihnen die Möglichkeit ‚authentischer' Repräsentation, doch durch die empfundene Dominanz und die auferlegten *feeling rules*[161] ‚des Westens' wird diese Repräsentation zu verhindern versucht. Folglich werden Museen zum Teil ‚der Elite', wenn sie aus Sicht ‚der Westdeutschen' sprechen. Nur wer sich ‚ostdeutsch' *fühlt,* darf Wahrheitsansprüche erheben.

Der Bundesdeutsche Schuldkult

> „Das Problem ist nämlich, daß viele Dinge aus der gängigen Berichterstattung vollständig weggelassen werden, da Deutschland von den Alliierten nach jedem der beiden Kriege als 100%iger Sündenbock gefunden wurde und diese(s) Märchen auch von unseren schändlichen Politikern zwecks Steuerung der Bevölkerung in die gewollte Richtung durch das Druckmittel der Erbschuld weiterverbreitet wird."
>
> *Superiorguy* auf YouTube

So kommentiert der User *Superiorguy* auf YouTube unter das Video eines militärhistorischen Museums. In dem Video-Beitrag werden beleidigende Kommentare, die auf den Social-Media-Kanälen des Museums gepostet wurden, exemplarisch aufgegriffen und diskutiert. Viele der Kommentare werten die inhaltliche Kompetenz oder das Aussehen der Mitarbeiter*innen des Museums ab, andere unterstellen dem Museum, ‚von der Antifa' finanziert zu sein. Der Leiter des Museums nimmt zu diesen Vorwürfen Stellung, oft in ironischer Art. Zunächst scheint der direkte Zusammenhang zwischen *Superiorguys* Kommentar und dem YouTube-Beitrag unklar. Bei genauerer Betrachtung finden sich Kommentare, in denen das Narrativ, ‚die' deutsche Geschichte werde aus Perspektive ‚der Siegermächte' erzählt, in dieser spezifischen Kommentarsektion häufiger und tauchen regelmäßig auch auf den Social-Media-Kanälen anderer Militärmuseen auf. Entspre-

161 Hochschild 2016.

chend affordieren die digitalen Praktiken von Militärmuseen im Zusammenspiel mit den technischen Funktionen der Plattformen bei User*innen hier offenbar spezifische Praktiken des ‚Richtigstellens' historischer Erzählungen, wie im folgenden Abschnitt argumentiert wird.

Zuvor bedarf es allerdings eines kurzen Exkurses zur Einordnung von militärgeschichtlichen Museen, die sich von Arsenalkammern mit Raubgut Einrichtungen für die Öffentlichkeit entwickelt haben. Die Thematisierung des 2. Weltkrieges bedeutet für Museen, sich mit Schuldfragen und Verantwortlichkeiten auseinanderzusetzen, was in einigen Militärmuseen noch immer vermieden wird, da die angeblich ‚neutralen' Objekte im Vordergrund stehen sollen. Durch programmatische und pädagogische Reformierungen und der Öffnung der Museen für ein breiteres Publikum – weg von Veteranen und Soldaten hin zu Zivilisten – werden Museen, die den Krieg ausstellen, zunehmend relevanter und populärer. Insbesondere die Wehrmachtsausstellung 1998 markiert dabei einen Wendepunkt als eine der relevantesten politischen Ausstellungen der späten 1990er & frühen 2000er-Jahre. Die Ausstellung stellte zum ersten Mal für eine breite Öffentlichkeit die massiven Verstrickungen der Wehrmacht in Kriegsverbrechen und Völkermord dar,[162] was zu massiven Gegenprotesten führte, die unter anderem von Neonazis und der NPD initiiert waren. Erst die öffentliche Debatte über die Wehrmachtsausstellung veränderte das kollektive Bewusstsein für dieses Thema.[163] Die Geschichte von militärhistorischen Museen weist also bereits auf die Schwierigkeiten der Aufarbeitung des Zweiten Weltkrieges – und nicht zuletzt die Polarisierung von Erinnerungskultur im Kontext dieses Krieges durch rechtsgerichtete, neonazistische Akteur*innen – hin.

Im obigen Kommentar des Users *Superiorguy* wird zusätzlich konstruiert, dass ‚die korrupte Elite' ‚dem Volk' die *Erbschuld* aufdrängt beziehungsweise „der Umgang mit der Vergangenheit werde von [den Regierenden] gezielt als Unterdrückungsmethode eingesetzt."[164] Auch hier zeichnet sich die in die in den

162 Vgl. Thomas Thiemeyer: Fortsetzung des Krieges mit anderen Mitteln. Die beiden Weltkriege im Museum. In: Stig Förster et al. (Hg): Krieg der Geschichte (KRiG). Paderborn 2010. S. 1-367.
163 Ebd., S. 176.
164 Andre Meister et al./Netzpolitik.org: Prüffall. Wir veröffentlichen das Verfassungsschutz-Gutachten zur AfD, 28.01.2019, https://netzpolitik.org/2019/wir-veroeffentlichen-das-verfassungsschutz-gutachten-zur-afd/. (Zugriff 31.01.2022).

vorherigen Sektionen bereits festgestellte Unterstellung des ‚Aufdrängens' (ungewollter) Sichtweisen ab. Narrative über aufgedrängte *Erbschuld* sind deckungsgleich mit Mobilisierungskampagnen einzelner etablierter AfD-Politiker*innen auf Facebook, in denen

> die AfD Gedenken bzw. Erinnerungskultur nach ihrem Verständnis nicht als verantwortungsvolle Aufarbeitung der eigenen Vergangenheit begreift, sondern damit vielmehr die Ausblendung geschichtsbelastender Faktoren bzw. eine diesbezügliche Schuldabwehr anstrebt.[165]

Mit der Etablierung der Partei wird dieser Diskurs, früher von Neonazis in die Öffentlichkeit getragen, nun innerhalb der parlamentarischen Demokratie verhandelt. In der von *Superiorguy* ausformulierten Konstruktion sind ‚die Siegermächte' darüber hinaus mit ‚der Elite' verbündet und werden zum doppelseitigen Feindbild, das ein kennzeichnendes und immer wiederkehrendes Merkmal (rechts-) populistischer diskursiver Formationen ist.

Ähnlich wie im Kontext von DDR-Museen empfinden User*innen ‚die' deutsche Geschichte als nicht richtig repräsentiert, wie im folgenden Ausschnitt des Kommentares des Users *SquareD* detailliert ausgeführt wird, der viele im Feld präsente Narrative aufgreift:

> Die deutsche Geschichte nach dem zweiten Weltkrieg ist letztendlich eine einzige große Demütigung und eine Aneinanderreihung von Peinlichkeiten. Es ist verständlich, dass viele Leute ein Gefühl des Stolzes und der nationalen Identität aus den militärischen Errungenschaften und Erfolgen der Wehrmacht ziehen. [...] Das ist der eine Strohhalm, das eine letzte bisschen Würde das man als deutscher Patriot haben kann. Wenn andere dann auch noch dieses letzte kleine Flämmchen löschen wollen, dann ist verständlich, warum Leute so darauf reagieren. Nationaler Stolz ist offensichtlich ein menschliches Grundbedürfnis. Das zu leugnen wäre lächerlich. [...] Ich bin kein Nazi, aber ich muss gestehen, ich kann leider meinen ‚Gruppen-Stolz' nicht aus dem modernen Deutschland ziehen. Worauf

165 Ebd.

> ist man denn Stolz als ‚BRD Patriot'? Das zum großen Teil von Amis geschenkte Wirtschaftswunder? Die von den Siegermächten verordnete Demokratie? Die im Vergleich zu den USA sehr beschränkte Rede- und Meinungsfreiheit? Dass wir als Ami-Hilfsvolk unsere Minderwertig ausgerüstete Armee zum Brunnen-Graben in die Welt schicken? Sorry, aber nichts von alledem gibt mir irgendwas. Die komplette, selbst ernannte Elite in Deutschland will nicht deutsch sein, sondern lieber ‚europäisch' und versteht nicht, dass sonst niemand in Europa so denkt, weil sonst niemand unsere Neurose mit uns teilt. Die Bundeskanzlerin reisst Leuten deutsche Fähnchen aus der Hand. Worauf soll man da Stolz sein? Inzwischen kann man ja auch nicht mehr auf irgendwas aus der ‚Vor-Nazi-Zeit' stolz sein, weil ja der Konsensus ist dass alles Schei0e war. Alles, vom Mittelalter über das Heilige Römische Reich. Über die Romantik, Göthe, Wagner, alles hat letztlich ‚zu Hitler und dem Holocaust geführt' und war deshalb böse und von Anfang an verdorben. Das ist zwischen den Zeilen des modernen Konsensus zu lesen.

Hier zeichnen sich auf der diskursiven Ebene verschiedene, ineinander übergreifende Konzepte in Bezug auf nationale Identität(en) ab, auch die affektive Dimension der Zugehörigkeit zu einer *imaginierten Gemeinschaft* wird deutlich. *SquareD* bezieht sich auf De- und Renationalisierungsprozesse nach 1945 beziehungsweise nach 1990, mit denen er sich nicht identifizieren kann. Irene Götz entwickelt in ihrer ethnografischen Forschung zu deutscher Nationalität ein praxistheoretisches Verständnis von Identität, in dem sich „[d]as individuelle nationale Bewusstsein und Handeln [...] durch den Rückgriff auf einzelne [der] in den Alltag eingespeisten, durch verschiedene Institutionen vermittelten nationalen Überlieferungen"[166] vollzieht. Soziale Akteur*innen konstruieren ihre nationalen Identitäten durch die zur Verfügung stehenden Bedeutungssysteme, dabei ist das makropolitische Verständnis von Nationen nicht zwangsläufig deckungsgleich mit oder gar gegenläufig zu den subjektiven Alltagserfahrungen und Prak-

166 Irene Götz: Deutsche Identitäten. Die Wiederentdeckung des Nationalen nach 1989. Köln u. a. 2011, S. 87 f.

tiken von Akteur*innen.[167] Genau dieses Missverhältnis empfindet *SquareD* in Hinblick auf gegenwärtiges *Nation Building,*[168] das ihm keine kollektive Identifizierung ermöglicht. In seinem Kommentar mischt sich dabei eine Kritik an dem, was Götz als „*verfassungspatriotisch geprägte[ ] Identität*"[169] bezeichnet – der Entnationalisierung nach 1945, die sich auf Werte und Errungenschaften wie Demokratie, Sozialstaat, Grundrechte und Meinungsfreiheit beziehen – mit einer Kritik an der Renationalisierung nach 1990, in denen das Nationale im wiedervereinigten Deutschland vor allem im Kontext kultureller Differenz und Zuwanderung im globalisierten Europa als analytische Kategorie aufgewertet wird.[170] Die populistische Kritik an einer „als zu rasch, zu abrupt empfundenen Modernisierung" [171] zeigt sich auch in der Mobilisierung von Narrativen über die ‚gute alte Zeit', die nicht zwangsläufig heilsgeschichtlich aufgeladen sein muss. Der letzte Teil von *SquareDs* Kommentar spielt auf den *romantischen Nationalismus*[172] an, in dem identitätspolitische Praktiken nationales Erbe definieren[173] (hier: Goethe, Wagner). In der Vorstellung des Users, was deutsche Kultur ist, sind diese dominant. Doch auch der *romantische Nationalismus* wird aus seiner Sicht – und für alle anderen, die ‚zwischen den Zeilen lesen' können, sichtbar – unterdrückt. Zudem ist ‚die Elite' als verblendete Opposition konsekutiver Bestandteil des modernisierten und aus seiner Sicht ‚falschen' Nationalverständnisses. Bemerkenswert ist die affektive Komponente, die in dem Kommentar ausgedrückt wird. *SquareD fühlt* sich durch die historische Aufarbeitung deutscher Geschichte gedemütigt und peinlich berührt. Er kann sich nicht mit dem dominanten Nationalverständnis *alignen* und fühlt sich in seiner Meinungsfreiheit stark eingegrenzt,

167 Ebd.
168 Ovar Löfgen beschreibt mit dem Begriff ‚Nation Building' Homogenisierungsprozesse, die den kulturellen Raum durch entsprechende Vermittlungspraktiken zu nationalem Raum werden lassen. Vgl. Ovar Löfgen: The Nationalization of Culture. In: Ethnologia Europaea 19 (1989), S. 5-24.
169 Hervorhebung im Original. Götz 2011, S. 135.
170 Vgl. ebd., S. 146 f.
171 Karin Priester: Umrisse des populistischen Narrativs als Identitätspolitik. In: Michael Müller/ Jørn Precht (Hg.): Narrative des Populismus. Erzählmuster und -strukturen populistischer Politik. Wiesbaden 2019, S. 11-26, hier: S. 16.
172 Vgl. Götz 2011, S. 119.
173 Vgl. Ebd., S. 122.

was er auch an anderen Stellen in weiteren Kommentaren deutlich macht.[174] Als ‚deutscher Patriot' ist aus Sicht des Users die einzige verbleibende Möglichkeit der ‚richtigen' Identifizierung, das Gefühl des Stolzes auf die Wehrmacht, da durch ‚Andere' *feeling rules* auferlegt werden, die die Identifikation ‚deutscher Patrioten' zu verhindern versuchen. In seinem struktural-funktionalistischen Verständnis von Nationen sind affektiv-nationalistische Praktiken grundlegend für menschliches Zusammenleben, ein essentialistischer Faktor des Menschseins, was seine Emotionen zusätzlich legitimiert.

Militärhistorische Museen sind Teil des Renationalisierungsprozesses[175] und nehmen eine besondere Stellung in der deutschen Museumslandschaft ein. Dabei ist der Zweite Weltkrieg ein empfindlicher Bereich – die Auswirkungen dieses Krieges und des Holocausts prägen das alltägliche Leben noch immer stark – alle Debatten über nationale Identität in Europa nach 1945 schließen an die Verhandlung, Konsequenzen und Lehren des Zweiten Weltkrieges an.[176] Dementsprechend ist die museale Auseinandersetzung und die Repräsentation dieser Zeit besonders herausfordernd und im digitalen Raum Zielscheibe populistischer Praktiken, wie der Leiter des obig erwähnten Militärmuseums beschreibt:

> Der Zweite Weltkrieg ist das Spielfeld auf dem jede Äußerung, die dazu genutzt [...] irgendetwas an der Wehrmacht und dem Nationalsozialismus kritisch zu beleuchten, Verbrechen der Wehrmacht, Shoa, Vernichtung durch Arbeit in unserem Falle vor allem usw. All das wird automatisch als Angriff gegen [...] entweder die nationale Identität, das deutsche Rückgrat oder die Geschichtserzählung ausgewiesen und im Regelfall als Siegergeschichtsschreibung diskreditiert. Das ist dann immer so ‚Ja ihr macht den Bundesdeutschen Schuldkult' und dann das Linksgrünversiffte, das bunte Deutsche usw. [...] Das ist eine ganz spannende Geschichte – die

174 So schreibt der User später: „@Deathharte 1.) In Deutschland darf man frei eine Meinung vertreten, solange es die richtige Meinung ist. Wenn man die falsche Meinung vertritt, kann man dafür im Knast landen. Wie gesagt, ich bin kein Nazi, aber das stößt mir trotzdem sauer auf".

175 Götz 2011, S. 91.

176 Thiemeyer 2010, S. 18.

> Wiedervereinigung ist seit 30 Jahre durch. Aber bis heute werde ich auf jeden Fall direkt von den Siegern bezahlt.[177]

Thomas Thiemeyer merkt an, dass sich die *Reeducation*-Politik durch die Alliierten nach 1945 in Westdeutschland vor allem auf die Schrecken des Holocausts fokussierte, um „in Deutschland jeden Rest an nationalsozialistischer Gesinnung auszulöschen",[178] während der Krieg als solcher in den 1950er-Jahren ‚lediglich' in Form von Film und Literatur als populärkulturelles Produkt aufgearbeitet wurde. Die Auseinandersetzung mit Schuld stand in den frühen 1970er-Jahren im Fokus politischen Interesses, symbolisch repräsentiert durch Willy Brandts Kniefall in Warschau.[179] Auch die U.S. Amerikanische Serienproduktion *Holocaust* führte in Westdeutschland zu einer breiten Auseinandersetzung mit der Shoa.[180] Während bis in die 1980er-Jahre Forschung über den Holocaust und die NS-Verbrechen Schwerpunkt historischer Aufarbeitung war, verfolgen Historiker*innen heute den Ansatz, dass „Judenvernichtung und Kriegsführung eng zusammenhängen und nicht getrennt analysiert werden können", entsprechend „rückte das Kriegsgeschehen verstärkt in den Blick der Forschung",[181] wie sich auch an der (neuaufgelegten) Wehrmachtsausstellung zeigt. Populistisch agierende User*innen hingegen empfinden ‚deutsche Opfer' des Zweiten Weltkrieges als unterrepräsentiert und fordern mitunter die Entflechtung von Zwangsarbeit, Judenvernichtung und Kriegsgeschehen in den historischen Darstellungen. Dies wird besonders sichtbar, wenn die Museen Inhalte in Bezug auf Zwangsarbeit in der NS-Zeit posten oder zum Gedenken der Opfer des Nationalsozialismus aufrufen. So postet ein Militärmuseum beispielsweise über die Solidarität mit der Hashtagaktion eines Archivs für NS-Opfer zur Errichtung eines digitalen Denkmals. Daraufhin kommentieren Follower des Museums mit Kommentaren wie:

177 Interview mit dem Leiter eines Militärmuseums, 18. November 2021.
178 Thiemeyer 2010, S. 86.
179 Vgl. ebd., S. 87.
180 Katrin Hammerstein/Bundeszentrale für politische Bildung: Eine Fernsehserie schreibt Geschichte: Reaktionen auf die Ausstrahlung von ‚Holocaust', 18.01.2019, https://www.bpb.de/geschichte/zeitgeschichte/deutschlandarchiv/284090/reaktionen-auf-die-ausstrahlung-der-fernsehserie-holocaust-vor-40-jahren (Zugriff 02.02.2022).
181 Thiemeyer 2010, S. 87.

„Gedenkt mal lieber auch dem eigenen Land, seit ihr umerzogen die letzten 75 Jahre 😡“ oder „kümmert euch lieber um deutsche soldaten gräber das die nicht geplündert werden.“ Diese gezielten und emotional geladenen Ausdrücke weisen darauf hin, dass das Erinnern ‚deutscher Opfer‘ des Zweiten Weltkrieges aus ihrer Sicht ‚vergessen‘ wird und die Repräsentation dieser Opfer zu wenig Sichtbarkeit erfährt.

Während militärgeschichtliche Museen aus Sicht populistisch agierender User*innen keine politischen Bezüge im Hinblick auf den Zweiten Weltkrieg machen sollten, ist eine Stellungnahme zu aktuellen politischen Ereignissen paradoxerweise gewünscht – solange die Stellungnahme deckungsgleich mit politischen Vorstellungen der User*innen ist. Ein Militärmuseum informiert in einem Post über die in der Institution stattfindende Diskussionsveranstaltung zur gegenwärtigen deutschen Sicherheitspolitik mit einem ehemaligen UN-Botschafter. Die Abwesenheit von Kommentaren, in denen die mangelnde Neutralität des Museums kritisiert wird, lässt darauf schließen, dass User*innen die Veranstaltung sehr wohl dem Verantwortungsbereich des Museums zuordnen. Stattdessen nutzen sie die Kommentarsektion aber dafür, sich über die Bundeskanzlerin auszulassen. So schreibt *David Neigler*: „Da hat er [der Botschafter] ja einen tollen Job gemacht, wenn Merkel nur noch mit ‚alle Grenzen auf‘ auf die für sie überraschende Völkerwanderung reagiert hat.“ Weitere User*innen posten Merkel-Memes und machen Anspielungen auf die ‚korrupte‘ Politik.

Thematisieren die Museen die Modernisierung des Militärs, taucht die Erzählung des Verfalls schnell auf. Der Leiter des Militärmuseums beschreibt, was User*innen fordern: „Eigentlich müssen wir zurück zu den alten Werten....Tapferkeit, Kämpfergeist, richtig Schmiss usw. nicht immer diese links-grün versiffte, politische Korrekte.“[182] Eine Berufung auf ‚traditionelle Werte‘ innerhalb der Bundeswehr, die Erzählung über mangelnde Meinungsfreiheit und die Behauptung, Militärmuseen stellten die Geschichte des Zweiten Weltkrieges aus ‚Siegermachtperspektive‘ dar, docken an einem Verständnis von ‚Neutralität‘ der Museen an, in denen politische Statements nur dann gewünscht sind, wenn sie die eigene Ideologie vertreten, wie es mein Interviewpartner auf den Punkt bringt:

182 Interview, 18. November 2021.

> [G]rundsätzlich ist eine ganz wichtige Sache, ob überhaupt irgendetwas über Panzer hinaus thematisiert werden sollte [...]. Interessanterweise habe ich manchmal in Diskussionen gefragt: ‚Wie ist es denn? Sollen wir beispielsweise über die Tapferkeit der Wehrmachtsoldaten und die Innovationsfähigkeit der Wehrmacht reden?' ‚Ja, das schon.' Also ganz einfach eine billige Form...es darf Kontexte geben aber nur die genehmen.[183]

Das Kritisieren von unangenehm empfundenen Kontexten zieht sich durch alle Fallstudien und ist eines der zentralen Merkmale populistischer Praktiken in meiner Feldforschung. Dies wird auch im Zusammenhang mit Kritik an Maßnahmen zur Eindämmung der Pandemie deutlich, um die es nun in einem kurzen Exkurs gehen soll.

Exkurs: Covidioten

Die Kritik an Coronaschutzmaßnahmen in Museen durch Teile der Followerschaft soll hier zusätzlich kurz erwähnt werden, da die Forschungsphase meiner Arbeit deckungsgleich mit der zeitweiligen Schließung von Museen war und geöffnete Museen Schutzmaßnahmen wie Regelungen zum Einlass und das Tragen von Schutzmasken treffen mussten, was sich folglich auch in den digitalen Praktiken der Museen und ihrer Followerschaft widerspiegelt. Nicht jede Kritik an solchen Maßnahmen ist populistisch und die Kritiker*innen sind eine heterogene Gruppe. Dennoch sind die Social-Media-Seiten von Museen zum Teil massiv mit populistischen Kommentaren in Hinblick auf Covid-19 konfrontiert. Wenn Museen Informationen zu tagesaktuellen Einlassbedingungen posten, drücken User*innen aus, nicht mehr in die Ausstellungen zu kommen und ihnen somit im analogen Leben zu ‚entfolgen'. Eher selten waren klar antisemitische Kommentare wie ‚impfen macht frei' zu beobachten, eine Phrase, die klar auf Toraufschriften nationalsozialistischer Konzentrationslager anspielt. Entsprechend kritisieren einige Gedenkstätten auf ehemaligen Zwangsarbeits- und Konzentrationslagern in ihren Posts solche antisemitischen Narrative. Zudem finden sich Kommentare,

183 ebd.

in denen Zutrittsregelungen als faschistoid bezeichnet werden. Auffällig ist, dass viele der zu anderen Themen populistisch kommentierenden User*innen auf ihren eigenen Seiten Stellungnahmen gegen die Coronaschutzmaßnahmen und staatlichen Umgang mit der Pandemie teilen, was auf ein Misstrauensverhältnis der User*innen zu den Maßnahmen der Regierung hinweist. In Kombination mit dem Teilen von AfD-Posts oder rassistischen Witzen entstehen dann in der Summe (rechts-)populistische Framings.[184]

Auch in Interviews thematisieren meine Gesprächspartner*innen die Auswirkungen der Pandemie. Einerseits reflektieren sie die kritischen Kommentare, andererseits hat die Bedeutung Sozialer Medien für den Museumsbetrieb durch zeitweilige Schließungen zugenommen. Die Auswirkungen der Pandemie auf diskursive Formationen und museale digitale Praktiken sind komplex und können hier nicht ausführlich besprochen werden, schwingen aber stets im Hintergrund mit.

Auswirkungen populistischer Kritik

Die drei im vorherigen Kapitel besprochenen Fallstudien zeigen auf, dass populistisch agierende User*innen sich in verschiedenen diskursiven Formationen und durch verschiedene mikropolitisch-populistische Praktiken gegen die Repräsentationen von Museen positionieren. Die Museen selbst und/oder die Followerschaft der Museen werden von populistisch agierenden User*innen als ‚Elite' entlang gängiger populistischer Narrative über ‚Gendergaga', ‚westdeutscher Siegermentalität' oder ‚deutschen Schuldkult' konstruiert. Diese Konstruktionen sind deckungsgleich mit den von etablierten populistischen Parteien (re-)produzierten Narrativen.

Museen evozieren mit dem Posten von Objekten, insbesondere von Objekten des Alltags, starke Erinnerungen und mobilisieren Emotionen bei der Followerschaft. Algorithmen werden dann bedeutsam, wenn sie Inhalte in die Timesli-

184 Siehe zu rechten Framings der Corona-Krise auch: Richard McNeil-Wilson: Framing in Times of Crisis: Responses to COVID-19 amongst Far Right Movements and Organisations. In: International Center for Counter Terrorism. Research Paper 2020, S. 1-33.

nes außerhalb der Community spülen. Die Erinnerungen und Emotionen sowie Meinungen anderer User*innen – ausgedrückt in Kommentaren und (Dis-)Likes – können das Gefühl der Miss-Repräsentation begünstigen, was besonders im Kontext von Zeitzeug*innen sichtbar wird. Das Zeitzeugesein ist einerseits für die positive Selbstaffirmationen von User*innen im Kontext von kulturellem Erbe und Identität wichtig und wird andererseits als Legitimation im Kampf um Deutungshoheit als diskursive Strategie eingesetzt. Populistische Wahrheitsbildungen folgen im Untersuchungsfeld häufig einem Eskalationsmuster oder einer spiralartigen Formation, indem User*innen ihre *claims* wiederholend zuspitzen. Diese Wahrheitsbildung zielt dabei auf die Sichtbarmachung des eigenen Empfindens und die ‚Richtigstellung' historischer oder gesellschaftspolitischer Repräsentation im Sinne ihrer revisionistischen Ansichten ab. Dabei spielen Emotionen eine tragende Rolle: durch gesellschaftlich und politisch auferlegte *feeling rules* haben User*innen das Gefühl, sich nicht ‚ostdeutsch' oder ‚patriotisch' fühlen zu dürfen oder fühlen sich als Teil einer Mehrheit, die von der Minderheit (durch ‚Sprachdiktat') unterdrückt wird. Wenn Museen zu diesem ‚Diktat' beitragen, ist das Vertrauensverhältnis aus Sicht der populistisch agierende User*innen *disrupted*. Zur (Wieder-)Herstellung von Deutungshoheit stützen die User*innen ihre Thesen gegenseitig, nehmen Bezug aufeinander und legitimieren ihre Ansicht durch persönliche Involviertheit. Welche Konsequenzen ergeben sich für die Museen und ihre Mitarbeiter*innen aus diesen populistischen Praktiken? Im Folgenden wende ich mich Auswirkungen auf die museale Arbeit zu. Zur Rahmung dieser Beobachtungen beschreibe ich zunächst allgemeine Herausforderungen im Umgang mit Social-Media-Kanälen, die, aus aus Sicht meiner Gesprächspartner*innen, häufig durch mangelnde Professionalisierung geprägt sind. Daraus erwachsen – im Zusammenspiel mit Populismus – nicht nur Schwierigkeiten im Umgang mit Machtgefällen, sondern auch Unsicherheiten und das Gefühl der Unvorhersehbarkeit. Letztere trägt schließlich dazu bei, dass Hatespeech und orchestrierte Angriffe antizipiert werden.

Emische Perspektiven auf digitale Museumsarbeit

In der Regel nutzen Museen digitale Netzwerke, um Sichtbarkeit für Museumsobjekte und ihre Mitarbeitenden zu schaffen und um potenziell neue Besucher*innen anzuwerben. Dabei verfolgen sie kommerzielle Interessen und müssen für erfolgreiche Auftritte zugrundeliegende, plattformspezifische Infrastrukturen wie Algorithmen mitbedenken. Zusätzlich geht es um das angemessene Kommunizieren auf Augenhöhe mit Communitys. Die explizit für den Online-Content zuständigen Mitarbeiter*innen, mit denen ich Interviews geführt habe, sind häufig Volontär*innen und Praktikant*innen oder sind in den Abteilungen der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit oder der Kommunikation angesiedelt. Die Nutzung von Sozialen Medien ist fester Bestandteil ihrer alltäglichen Arbeit geworden und hat sich mit zunehmender Relevanz und Vielfalt der Plattformen gewandelt. Dabei wissen Mitarbeiter*innen auch um die zugrunde liegenden Infrastrukturen und Affordanzen verschiedener Kanäle, was sich zum Beispiel daran zeigt, dass in den Interviews regelmäßig Praktiken als plattformspezifisch reflektiert werden. So beschreibt die Volontärin eines Museums beschreibt die Praktiken auf Instagram zum Beispiel als „schon sehr positiv und nett und freundlich blumig [...] da gibt es kaum kritische Kommentare".[185] Der Leiter eines Militärmuseums reflektiert weiterführend auch das Verhältnis von Affordanzen zu den eigenen Social Media Praktiken des Hauses und beschreibt dabei plattformspezifische Unterschiede:

> Twitter liebt sich dafür, die geistreiche Bubble zu sein, da sind wir mit Memes unterwegs, also mit kurzen Sprüchen und solchen Sachen. [...] Bei Instagram bedienen wir genau das, was die Plattform will...wir mischen schluffelige Wohlfühligkeit mit schönen Bildern und lustigen Smileys und da kommen die ernsten Sachen fast kaum an.[186]

Die Mitarbeiter*innen hinter den Kanälen sind sich also ganz klar über die spezifischen Affordanzen der jeweiligen Plattformen bewusst und berücksichtigen sie

185 Interview mit der Volontärin eines historischen Museums, 11. August 2021.
186 Interview, 18.November 2021.

in der Ausgestaltung der Inhalte, beziehungsweise richten sich die Inhalte nach den Affordanzen. Die Präsenz auf Plattformen vermittelt darüber hinaus das Gefühl, dass Mitarbeitende Rund um die Uhr erreichbar sein sollten, was im Kontrast zu regulären Arbeitszeiten steht. In den meisten Einrichtungen, mit denen ich gesprochen habe, sind die zeitlichen, finanziellen und personellen Ressourcen allerdings stark eingeschränkt, was von dem Vorstandsmitglied eines Community-Museums als belastend empfunden wird:

> Für Social Media brauchst du Geld, du brauchst eine Person, die das macht, die Ahnung hat, die das im Blick hat, die ständig neuen Content produziert, das braucht Geld, das braucht Ressourcen, gleichzeitig ist es so, dass uns nicht wirklich mehr Geld zur Verfügung stehen wird.[187]

Mitarbeiter*innen reflektieren, wie sich hier bereits abzeichnet, in Interviews auch die eigene Professionalität im Zusammenhang mit Ressourcen. Auch der Museumsleiter einer mittelgroßen Institution wünscht sich mehr Professionalisierung und Kapazitäten:

> Der Punkt ist, wenn man es nicht professionell tut [Social Media bedienen], wenn man diese Dinge nur in Zweitfunktion macht, wird man nicht die Qualität erreichen, die man da benötigt und man wird seine Ziele nicht erreichen können.[188]

Das Spannungsfeld von Professionalisierungsdruck und unzureichenden Ressourcen wird in Interviews besonders dann als problematisch skizziert, wenn Museen Social Media nutzen, weil es „state of the art“[189] ist. Zu dem Professionalisierungsdruck reiht sich mitunter das Gefühl, ‚mithalten‘ zu müssen – „alle anderen Einrichtungen machen das ja auch, du kannst es halt nicht nicht machen.“[190] Das Gefühl, Plattformen bedienen zu müssen, steht in engem Verhältnis zu einer Skepsis gegenüber der Schnelllebigkeit neuer Kanäle, was in mehreren Interviews zum Ausdruck kommt. So berichtet der oben zitierte Museumsleiter,

187 Interview, 25. August 2021.
188 Interview mit dem Leiter eines Militärmuseums, 13. Oktober 2021.
189 Ebd.
190 Interview, 25. August 2021.

neue Plattformen „sprießen wie Pilze aus dem Boden“, entsprechend sei die Auslastung bei den Verantwortlichen „am Limit“.[191] Das Bewusstsein, Inhalte und Objekte digital auf Webseiten präsentieren zu können, ist dennoch in fast allen Einrichtungen Status quo. Gerade in Hinblick auf Zeitzeugen wird diese Praxis immer wichtiger und wird als in Zukunft noch relevanter seiend wahrgenommen.

Zu Gast im Museum vs. Museum als Gast

Mit mehr Präsenz auf Plattformen und folglich mehr Interaktion auf den Kanälen der Museen nimmt auch die Sichtbarkeit kritischer Kommentare zu, wie die Mitarbeiterin einer Gedenkstätte schildert:

> Da ist, würde ich sagen, schon ein leichter Anstieg an solchen Äußerungen, an kritischen Kommentaren oder auch problematischen Kommentaren, die so in die rechte Richtung gehen oder der Rechten zugeordnet werden müssen.[192]

Zudem gibt es auch ‚versteckte‘ digitale, populistische Praktiken, mit denen Museen indirekt konfrontiert sind. Auch hier erschwert der Kapazitätsmangel das Monitoring der Interaktionen online, was besonders im Kontext einer NS-Gedenkstätte klar wird. Rechte Besucher*innen rezipieren die musealen Praktiken der Institution regelmäßig in Foren, was an die Museumsdirektorin durch antifaschistische Organisationen oder den Verfassungsschutz herangetragen wird. Für ein aus ihrer Sicht sinnvolles, flächendeckendes Monitoring fehlen die personellen Kapazitäten.

Meine Gesprächspartner*innen kontrastieren die analogen Praktiken populistisch agierender Besucher*innen mit digitalen Praktiken der Followerschaft. Während (rechts-)populistisch agierende Akteur*innen im Internet durch ‚widerspenstige‘ (im Sinne wiederholter und sich zuspitzender), laute Praktiken auffallen,[193] treten sie als analoge Besucher*innen in den Museen *leise* auf, werden von meinen Gesprächspartner*innen als *leise* empfunden: „Also es ist nicht so,

191 Interview, 13. Oktober 2021.
192 Interview, 22. Juni 2021.
193 Vgl. Ostiguy 2017, S. 76.

dass sie sich aufspielen und versuchen irgendwie durch Lautstärke zu gewinnen“, äußert der Museumsleiter eines Militärmuseums.[194] Ähnlich beschreibt ein anderer Direktor seinen Eindruck des Publikums in der analogen Ausstellung:

> [Der rechte Besucher,] [d]er sagt nichts. In der Regel ducken die sich weg [...] dazu fehlt der Mut. [...] Und die Rechten sind auch, wenn sie einzeln auftreten, in der Regel nicht in der Lage, sich offen kritisch oder in welcher Form auch immer zu äußern. Das tun die nicht. [...] Das liegt daran, dass die schon wissen, wo sie sind, und da sind die extrem zurückhaltend.[195]

Offen bleibt, woran die politische Haltung der Besucher*innen dann festgemacht wird und ob die als rechts gelesenen Besucher*innen deckungsgleich mit der Online-Followerschaft sind. Bemerkenswert an diesen Ausschnitten ist das implizite Selbstverständnis des Museums als in der analogen Umgebung deutungsmächtigem Raum – am analogen Ort ‚trauen‘ sich (rechts-)populistische Akteur*innen nicht, sichtbar aufzutreten. Im Gegensatz dazu sind Museen im digitalen Raum selbst zu Gast, wie Amelia Wong es ausdrückt,[196] auf Social Media besteht folglich ein anderes Machtgefälle, in dem populistisch agierende User*innen sich den Raum eher aneignen können. Während die Autorität von Museen im analogen Raum – aufgrund der affektiven Atmosphäre[197] oder der ‚Aura‘ der Institution – von allen Akteur*innen quasi bedingungslos anerkannt wird, verschiebt sich dieses Gefälle im Digitalen:

> [I]n der analogen Ausstellung [gibt es] nichts, was mit populistischer Aneignung oder mit Breitmachung zu tun hätte. In den sozialen Medien ist das anders. Da kann man sich einmischen. Da kann man sich fest darauf verlassen, dass immer wieder nach bestimmten Punkten so ein ‚Whataboutism‘ kommt.[198]

194 Interview, 18. November 2021.
195 Interview, 13. Oktober 2021.
196 Vgl. Wong 2011, S. 102.
197 “Such atmospheres [...] are made jointly by the emotive nature and prompts of the museums and their displays, and the ways in which encultured visitors use them to negotiate and articulate their positions, feelings, and enmities through reference to the past and to prevailing emotional regimes.” Gönül Bozoğlu: Museums, Emotion, and Memory Culture: The Politics of the Past in Turkey. London 2019, S. 5.
198 Interview, 18. November 2021.

Museen können also, befördert durch ein Set verschiedener digitaler Affordanzen und die Verlagerung affektiver Atmosphären, online eher zur Zielscheibe populistischer Praktiken werden als offline. Das Wissen um diese Vulnerabilität fördert die Antizipation darüber, dass populistische Praktiken auf die Museen zukommen könnten, wie im Folgenden argumentiert wird.

Damoklesschwert Populismus? Antizipation populistischer Praktiken

> „Also wir haben jetzt nichts, was so diskriminierend oder rassistisch ist, dass wir es löschen müssten. [...] Solche Fälle hatten wir jetzt noch nicht. Aber ich würde schon sagen, dadurch dass der Umgangston sozusagen total rau geworden ist, online, das sieht man ja in Kommentarspalten auf Social Media.“[199]

So antwortet die Mitarbeiterin eines Technikmuseums auf die Frage hin, welche inhaltliche Kritik sie auf den Sozialen Medien ihres Museums beobachtet. Zu betonen ist hier die Anmerkung, dass es *noch* keine Inhalte gab, die zu löschen wären. Diese Rahmung weist auf Möglichkeitsräume hin, in denen rassistische oder diskriminierende Kommentare durchaus vorstellbar sind. Kritische oder (rechts-)populistische Praktiken auf den digitalen Museumsseiten sind, wie bisher aufgezeigt wurde, nicht täglich beobachtbar und im Vergleich zu anderen digitalen Praktiken der Followerschaft eher selten. Insofern scheint die Antizipation populistischer Praktiken durch Museumsmitarbeiter*innen paradox. Meine Gesprächspartner*innen beschreiben die Quantität populistischer Affronts als ‚gemäßigt‘, sehen aber – mit Blick in die Zukunft – eine gesellschaftspolitische Radikalisierung. Diese antizipierte radikalisierte Öffentlichkeit speist sich nicht nur aus den Erfahrungswerten von Mitarbeiter*innen, sondern vor allem aus einem impliziten Wissen über (rechts-)populistische Praktiken. Die zuvor erwähnte Mitarbeiterin führt im Interview weiter aus:

199 Interview, 22. Juni 2021.

> Bei bestimmten Themen kann man sich vorstellen, dass da kritische Kommentare passieren werden, aber das ist auch nicht immer unbedingt so, manchmal sind es auch Beiträge, die wir teilen, wo der inhaltliche Zusammenhang gar nicht gegeben ist, also dass dann trotzdem zu einer ganz anderen Thematik ein kritischer Kommentar verfasst wird oder veröffentlicht wird, womit man gar nicht gerechnet hat, weil der inhaltliche Bezug gar nicht da ist. Und dass man auch da das mehr im Blick hat.[200]

Dieser Ausschnitt weist auf das implizite Wissen darüber hin, welche Diskurse von populistischen Akteur*innen aufgegriffen werden könnten. Zudem zeichnet sich hier das auch in der Digitalethnografie beobachtete, oftmals zusammenhangslos erscheinende Aufgreifen von Themen durch populistisch agierende User*innen ab. Ein solches Überraschungsmoment, die ‚Unberechenbarkeit' populistischer Praktiken, führt bei der Mitarbeiterin zu verstärkter Awareness.

Meine Gesprächspartner*innen drücken in Interviews regelmäßig ihre Antizipation auftauchender *bad manners* populistisch agierender User*innen aus. Populistische Praktiken werden dabei nicht nur beobachtet, sondern in naher Zukunft antizipiert, was beispielsweise im Interview mit der Mitarbeiterin einer Gedenkstätte deutlich wird, die über eine geplante Hashtagaktion spricht. In Zusammenarbeit mit weiteren Gedenkstätten sollte ein Hashtag geteilt werden, unter dem sich verschiedene Erzählungen zur Befreiung Deutschlands durch die Alliierten nach dem Zusammenbruch des ‚Dritten Reiches' finden.

> Bei dem Hashtag [...], im Vorfeld, da waren wir Aware, wir dachten uns, da könnte was kommen, haben das auch dementsprechend immer live verfolgt, es gab aber tatsächlich nur einmal auf Twitter den Versuch, den Hashtag zu übernehmen, von Rechten [...]. Die hatten aber nur so wenig Interaktion, dass wir beschlossen haben, den Rechten dann nicht noch mehr Reichweite zu geben, in dem wir das in irgendeiner Art und Weise kommentieren.[201]

200 Ebd.
201 Interview mit der Mitarbeiterin einer Gedenkstätte, 26. Mai 2021.

Die im Vorfeld, bei der Planung der Kampagne, antizipierten Störungen durch populistische Praktiken, verdeutlichen das implizite Wissen der Mitarbeiter*innen über mögliche Angriffsflächen und populistische Praktiken im Kontext vom Gedenken an den Holocaust. Antizipation verstehe ich, angelehnt an Mark Nuttall, als multiple Praktik, „as a form of knowledge, as ontology, as foresight and insight, as engagement, as orientation, as self-realisation, and as a consideration of potential."[202] Nuttalls Überlegungen beziehen sich auf die Antizipation klimatischer Veränderungen in Grönland, in seiner ethnografischen Arbeit betrachtet er Praktiken, die aus der Antizipation heraus entstehen. Im Gegensatz zur Adaption an neue Begebenheiten beinhaltet Antizipation einerseits Handlungsmacht, weist aber andererseits auch auf Unsicherheiten, Ängste und Ungewissheit[203] hin. Nuttall stellt zudem fest, Antizipation

> acts to guide us through a world of shifting conditions and sudden surprises – people gather information, they acquire knowledge and use it not just to circumvent and avoid difficult situations, but also do produce the future by anticipating in order to stay one step ahead of disaster and catastrophe.[204]

‚Katastrophen' wie Shitstorms wollen Museumsmitarbeiter*innen vorgreifen oder sie vermeiden und andererseits Haltung zeigen. Besonders deutlich wird dieser Konflikt im Gespräch mit dem Vorstandsmitglied eines Community-Museums. Bisher tangieren die Praktiken des Museums, in dem er tätig ist, (rechts-) populistische Akteur*innen oder User*innen noch nicht, obwohl es manchmal zu diskriminierenden Kommentaren auf den Social-Media-Kanälen kommt. Populistische oder diskriminierende Kommentare häufen sich Insbesondere dann, wenn durch Anzeigen auf Facebook die Algorithmen so verändert werden, dass der Kanal User*innen außerhalb der Community des Museums erreicht, wie bereits in Kapitel 3 aufgezeigt wurde. Entsprechend ist für das Vorstandsmitglied des kleinen Community-Museums „Reichweite, Sichtbarkeit [...] ambivalent. Wenn

202 Mark Nuttall: Anticipation, Climate Change, and Movement in Greenland. In: Études/Inuit/Studies 34/1 (2010), S. 21-37, hier: S. 34.
203 Vgl. ebd., S. 23.
204 Ebd.

du halt bestimmte Leute erreichst, handelst du dir halt mehr Ärger ein."[205] Die stetige Antizipation möglicher Kommentare wirkt sich auch auf die emotionalen Erfahrungen des Mitarbeiters aus:

> Schon diese Erwartung ist halt etwas, das anstrengend ist. Ich habe keinen Bock drauf, erwarten zu müssen, dass irgendwelche dummen beleidigenden Kommentare kommen. Und dann halte ich vielleicht doch noch mal kurz inne und überlege, müssen wir das jetzt wirklich machen [etwas posten].[206]

Hier wird die affektive Dimension von antizipierter Zukunft deutlich, die stetige Erwartungshaltung wird als anstrengend empfunden.[207] Demgegenüber steht das Bedürfnis, sich gegen (rechts-)populistische Praktiken zu positionieren, was in Konflikt mit Unsicherheiten und dem Gefühl von Vulnerabilität steht. Das zeigt sich in der Reflexion meines Interviewpartners über seine privaten digitalen Praktiken, wenn er diskriminierende oder (rechts-)populistische Kommentare auf den Kanälen des Museums als privater User sieht:

> Also, wenn es zum Beispiel bei mir in die Timeline gespült wird, es gab so Momente, da habe ich von meinem eigenen Social-Media-Account ein bisschen dagegengehalten, aber dann machst du dich halt auch zur Zielscheibe und dann musst du auch aufpassen. […] Und schon diese Erwartung sozusagen, auf negative Reaktionen, ist schon etwas.[208]

Zudem wirken sich Vorhandensein von (rechts-)populistischen Kommentaren und antizipierte Zunahme solcher Affronts in naher Zukunft auch auf die museale Arbeit an sich aus. So verfügt das Museum über Material in Zusammenhang

205 Interview, 25. August 2021.
206 Ebd.
207 Bryant und Knight beschreiben: "[…] anticipation helps us to understand a particular affective dimension of time that calls for collective response. We often talk about such 'times' in the colloquial: a Time of Peace, a Time of War, a Time of Hunger, a Time of Crisis. These are 'times' that require or induce collective responses." Rebecca Bryant/Daniel M. Knight: The Anthropology of the Future. Cambridge 2019, S. 30. In Zeiten von Beschuss von rechts überlegt mein Interviewpartner, welche kollektiven Handlungen die antizipierte Zukunft abwenden könnten.
208 Interview, 25. August 2021.

mit Pädosexualität im Archiv, das aufgearbeitet werden müsse. Der Themenkomplex ist hochgradig emotional aufgeladen und auch im demokratischen Diskurs polarisierend. Schließlich hat das Thema in Westdeutschland zu Zeiten der Deutsch-Deutschen Teilung und auch nach der Wiedervereinigung immer wieder für Aufregung gesorgt. So standen und stehen Die Grünen beispielsweise immer wieder aufgrund ihrer zu Gründungszeiten der Partei vertretenen, liberalen Haltung zum Thema Pädosexualität immer wieder in der Kritik.[209] Eine aufklärende Ausstellung zu machen, empfindet der Museumsvorstand als gefährlich, da eine Kontrolle über die Rezeption durch die antizipierte Öffentlichkeit entgleitet:

> [F]ür eine Institution wie uns ist das halt super scheiße, wenn irgendwo eine Mitteilung ist, wo ‚Pädo' und [Name des Museums] in einem Satz auftaucht. Ganz egal, was da drinsteht, wir könnten das super tollste ever machen, aber diese Verbindung allein ist schon ein Problem. Weil das halt einfach an bestimmte Narrative andockt, und wenn die Hälfte der Leute das missversteht und nicht ganz genau liest, dann hast du wieder Leute, die sich aufregen, die keine Ahnung haben von historischen Ursachen und so was [...] und wenn so eine Alice Weidel nur diese Überschrift und dann [Name des Museums] und ‚Pädosexualität', ‚Täter' [liest], das wäre ein Super-GAU. Und dann bist du dir die Shitstorms der gesamten Republik sicher.[210]

Mein Interviewpartner antizipiert hier populistische Praktiken als Damoklesschwert, das stets über dem Museum schwebt. Diese Antizipation speist sich hier aus dem Wissen über populistische, diskursive Verbindungen, in denen pädosexuelle Praktiken an ‚die Elite' gekoppelt werden.[211] In diesem Fall zeigt sich die Wirkmacht populistischer Praktiken ganz konkret: Die antizipierte Öffentlichkeit als dem Museum gegenüber feindlich eingestellt führt hier zu paradoxen Praktiken

209 Dazu: Institut für Demokratieforschung Georg-August-Universität Göttingen: Die Pädophiliedebatte bei den Grünen im programmatischen und gesellschaftlichen Kontext. Erste und vorläufige Befunde zum Forschungsprojekt, 2013, http://www.demokratie-goettingen.de/content/uploads/2013/12/Paedophiliedebatte-Gruene-Zwischenbericht.pdf (Zugriff 08.02.2022).

210 Interview, 25. August 2021.

211 Die Verbindung wird beispielsweise in der rechtspopulistischen Zeitschrift Compact (re-)produziert. Vgl. Daniell Pföhringer/Compact: Unfassbar: Kinderporno-Ausstellung in Linz mit Steuergeldern gefördert, 02.06.2021, https://www.compact-online.de/unfassbar-kinderporno-ausstellung-in-linz-mit-steuergeldern-gefoerdert (Zugriff 11.11.2021).

– durch Antizipation wird die Zukunft nicht nur imaginiert, sondern auch *enacted* und in die Gegenwart verschoben, wie Bryant und Knight anmerken.[212] Hier wird die Zukunft vorweggegriffen, indem sensible Themen nicht ausgestellt werden.

Umgang mit populistischer Kritik

Das vorherige Kapitel hat aufgezeigt, welche Effekte populistische Praktiken im Digitalen auf Museumsmitarbeiter*innen haben. Obgleich Hatespeech, Angriffe oder orchestriertes Vorgehen im Regelfall eher selten sind, belastet das Klima in den Sozialen Medien die Fachkräfte. Neben mangelnder personeller Ausstattung und finanziellen sowie zeitlichen Ressourcen, die mit dem Gefühl unzureichender Professionalisierung einhergehen, bestehen auf Sozialen Medien veränderte Machtbeziehungen, die für die Menschen in den Institutionen herausfordernd sind. Zudem beeinflusst das implizite Wissen über Populismus die Wahrnehmung. Es scheint ein diffuses Wissen darüber, was Populismus ist und wie genau er funktioniert, zu geben, aus dem sich die Antizipation einer Zukunft, in der populistische Angriffe stattfinden werden, speist. Infrastrukturierende Funktionen wie Algorithmen verstärken die ‚Unvorhersehbarkeit' und steigern Gefühle der Unsicherheit. Die Kenntnis von populistischen Funktionsweisen – und der Funktionsweisen von Social-Media-Plattformen – können aber auch absichernde Funktionen haben:

> [E]s ist mehr so eine Art Folklore. Also es sind so feste Tanzschritte, die beide Seiten durchmachen. Wir sagen bestimmte Dinge, von denen wir richtig finden, dass sie drin sind…wir wissen, dass das die Leute triggert. Die lassen sich triggern und dann passiert aber weiter nichts. Also es ist mehr so ein kultureller Kampf, aber eindeutig ungleichgewichtig für uns und die normalen Menschen.[213]

212 Vgl. Rebecca Bryant/Daniel M. Knight 2019, S. 26.
213 Interview, 18. November 2021.

Der Leiter eines Militärmuseums beschreibt hier routinierte Abläufe, die sich in der Auseinandersetzung mit populistisch agierenden Usern ergeben. Auf ‚Provokationen' hin werden die Follower des Museums getriggert, doch es bleibt bei vorhersehbaren Kommentaren, die im Sande verlaufen. Durch diese Perspektive lässt sich (Handlungs-)Macht herstellen, der Museumsbetrieb kennt die Abläufe und ist nicht (mehr) überrascht. Aus diesem Wissen um die Mechaniken populistischer Vorgehensweise entstehen, wie nun aufgezeigt wird, verschiedene Strategien. Diese umfassen einerseits die Ausarbeitung ‚technisch-absichernder' Hilfen wie Handlungsrichtlinien, andererseits aber auch pro-aktive Herangehensweisen wie die Arbeit mit Communitys und die Ausarbeitung einer klaren Haltung.

Reagieren, ignorieren, löschen? Guidelines und Leitbilder

Für den Umgang mit populistischen, radikalen oder diskriminierenden Kommentaren entwickeln Museen interne Guidelines. Für die Transparentmachung dieser Regeln gibt es die sogenannte Netiquette als digitale Hausordnung. Sie weisen User*innen auf den erwünschten Umgangston in der Interaktion mit Anderen hin und sind an die Seiten einiger Museumskanäle angeheftet oder werden via Aufrufen per Chatfunktion ermöglicht. Während einige Museen eine sehr dezidierte Netiquette ausgearbeitet haben, fehlen diese in anderen Institutionen gänzlich oder werden, parallel zur Überarbeitung des eigenen Leitbilds, momentan entwickelt.[214] In der Ausarbeitung beziehen sich Museen oft auf eine von der Mobilien Beratung gegen Rechtsextremismus entwickelten Handreichung, in der die Netiquette, in Einklang mit dem Selbstbild, für mehr Handlungssicherheit für Moderator*innen und klare Kommunikationsregeln für User*innen sorgen sollen.

> Eine Netiquette sollte Erwartungen an die Nutzer_innen hinsichtlich des Diskussionsklimas und des Umgangs untereinander positiv formulieren,

214 Wie im Interview mit einer Mitarbeiterin einer Gedenkstätte von 22. Juni 2021: „[D]as Leitbild, was wir mal im Grunde erarbeitet haben, das ist schon so in die Jahre gekommen, das ist 20 Jahre alt, das muss unbedingt auch überarbeitet werden, und das ist natürlich was, das dann die Grundlage bildet, wie wir arbeiten, was wir kommunizieren, wie wir kommunizieren".

> aber auch deutlich machen, welche Inhalte nicht erwünscht sind und auch nicht geduldet werden. [...] Auch die Community sollte ermutigt werden, diskriminierenden und geschichtsrevisionistischen Posts zu widersprechen.[215]

Neben der Entwicklung von Netiquette bieten Guidelines interne Richtlinien zum Verfahren mit (rechts-)populistischen Kommentaren. Die Moderation von Content ist bei Museen, die sich bereits mit Guidelines auseinandergesetzt haben, von einem Demokratieverständnis mit der Betonung auf Meinungsfreiheit geprägt. Gelöscht werden Kommentare demnach nur dann, wenn sie Andere diskriminieren oder verletzen:

> In den Kommentaren geht es [...] teilweise sehr heiß her. [...] Werden Erfahrungen geschildert und Meinungen vertreten, schreiten wir nur ein, wenn die Kommentare andere Personen verletzen, diffamieren, etc.[216]

Ein weiterer im Forschungsfeld häufig beobachteter Umgang mit (rechts-)populistischen Kommentaren, ist das Ignorieren durch die Moderation. Etliche populistische Kommentare bleiben von Museumsseite unbeantwortet. Im Fall der Hashtag-Annektierung in der Gedenkstätte ist das Nicht-Eingehen auf populistische Praktiken eine bewusste und kollektive Entscheidung, um die Reichweite von (rechts-)populistischen Posts nicht zu erhöhen. Das Nicht-Antworten auf Kommentare kann folglich ebenfalls als strategisch bezeichnet werden. Einerseits haben, wie bereits aufgezeigt, Museen oftmals keine personellen und finanziellen Kapazitäten, um auf alle Kommentare direkt zu reagieren, andererseits wird antizipiert, dass sich ein ‚Einlassen' auf manche Diskussionen nicht lohnt, weil Auseinandersetzungen zwecklos erscheinen. Dies wird vom Umgangston der populistisch agierenden User*innen geschlussfolgert:

> Was wir nicht machen und nie erleben, ist, dass wir richtig einsteigen auf Beleidigungen usw. oder auf richtig destruktive Kritik. Da macht man

215 MBR/VDK e.V. 2020, S. 35.
216 Interview mit dem Social-Media-Manager eines Museums, 14.12.2021.

> sich nur selbst kaputt. Es bringt keinem was und ich habe die Erfahrungswerte (und das deckt sich mit allem, was ich bisher gelesen habe), dass eben die Masse der Mitlesenden sowieso weiß, was eindeutig aus dem Bauchgefühl was Schwachsinn ist und Schrott ist und eben was vernünftige Kommentare und kontrovers ist und was diskutiert werden sollte.[217]

Spannend ist hier der Hinweis, dass die Community ebenfalls ein Gefühl dafür zu haben scheint, welche Diskussionen keinen Mehrwert haben, was auch Ausdruck eines partizipativen Verständnisses sein kann: Indem das Museum versucht, sich so wenig wie möglich in den Austausch zwischen User*innen einzumischen, gewährleistet es mehr Partizipation. Dafür muss das Museum sich auf die *Community of Trust* verlassen können:

> Wir löschen so gut wie gar nichts, also bevor wir überhaupt an diesen Punkt kommen [...] gucken wir uns am liebsten erst mal an, wie reagiert die Community auf diesen Kommentar und wenn wir denken, dass schon diese Reaktion der Community ausreicht, lassen wir den Kommentar auch stehen. Und wir versuchen so selten wie möglich in so ein Gespräch einzugreifen.[218]

Für den Museumsdirektor werden – deckungsgleich mit den Beobachtungen aus meiner digitalanthroplogischen Feldforschung – populistische Kommentare in vielen Fällen durch die Followerschaft des Museums als *Community of Trust* reguliert.

Communitys der Museen als regulierende Kraft

Wie schon beschrieben, bleiben die meisten (rechts-)populistischen Kommentare nicht unbeantwortet im digitalen Raum stehen. Follower*innen des Museums diskutieren mitunter intensiv in den Kommentarspalten miteinander und stellen den populistischen Wahrheitsbehauptungen ihre eigenen entgegen. Diese

217 Interview, 18. November 2021.
218 Interview, 13. Oktober 2021.

truth-making-Praktiken sind vielfältig und komplex und der Austausch *zwischen* User*innen häufig hochgradig emotional geladen. Auf populistische Kommentare, die den Sinn oder die Arbeit spezifischer Museen infrage stellen, verweisen einzelne User*innen aus der Followerschaft häufig auf Selbstbild und Funktion der Museen wie den Bildungsauftrag und den gesellschaftspolitischen Fokus. Durch das Teilen von Videos, Statements oder Wikipedia-Artikel wird die Verteidigung der Museumshaltung von der Followerschaft angereichert. Das Verweisen auf Artikel, Bücher oder anderes Material bei inhaltlichen Differenzen ist eine routiniert zu beobachtende Praktik, die als Stützung des Wahrheitsgehalts der eigenen Aussagen einerseits dient und andererseits User*innen zur vertiefenden Auseinandersetzung mit (kontroversen) Themen dienen kann. Unbeeindruckt davon beharren kritische User*innen häufig zunächst auf ihren Meinungen, was Diskussionen schärfer werden lässt. Besonders auffällig ist, dass User*innen in solchen Kämpfen um Deutungsmacht auch Inhalte der privaten Profile der gegenläufig argumentierenden Seite anführen. So teilen sie Screenshots der Posts ihrer Kontrahenten und klassifizieren ihre Meinungen als irrelevant. Aus Profilen oder Aussagen populistisch kommentierender User*innen wird abgeleitet, dass ihre Diskussionsbeiträge nicht ernst zu nehmen sind oder ein tatsächlich demokratischer Dialog nicht möglich ist. Das Zusammenspiel aus technischer Beschaffenheit der Plattform und dem impliziten Wissen um politische Symbole und Praktiken steht hier in Relation zur spezifischen Form der Wahrheitsbildung: Facebooks Funktion, Profile Anderer anzusehen, ermöglicht es User*innen erst, auf den *populist lifestyle* anderer zu schließen, diesen durch Screenshots sichtbar und für andere interpretierbar zu machen.

User*innen fragen bei widersprüchlichen Ansichten nach Quellen für Behauptungen und führen ihre Meinungen zum Teil dezidiert und lange aus. In manchen Diskussionen nehmen sie auch moderierende Rollen ein und vermitteln zwischen User*innen oder bestärken sich gegenseitig, oft auch durch den 👍-Emoji ausgedrückt. Bei besonders provokativen Kommentaren im populistischen Stil kommentiert die Followerschaft in angriffslustigem oder ebenfalls provokativem Ton – die User*innen stecken sich gegenseitig mit Emotionen an.[219] In einigen Fällen

219 Vgl. Scheer 2012, S. 16.

begünstigt diese provokative Stimmung, dass kein wirklicher Argumentationsaustausch zwischen den beteiligten User*innen entsteht. Auch hier spielt Spaß eine wichtige Rolle, ironische Kommentare oder das sich-lustig-machen über (rechts-)populistische *truth-claims* sind Teil des Ringens um Deutungshoheit. In anderen Fällen nimmt die Followerschaft in sehr langen Auseinandersetzungen Bezug aufeinander, sodass das Verständnis für die Argumente der Gegenseite potenziell wachsen kann. Die regulativen Praktiken von User*innen können so zu demokratischen Diskursen beitragen. Hier hat sich auf den Social-Media-Kanälen verschiedener Museen eine eigenständige Gegenkultur entwickelt, sodass reaktionäre, populistische Kommentare nicht unwidersprochen im Internet stehen. Dieser Eindruck wird auch von dem Direktor eines Militärmuseums aufgegriffen: „[D]as können Sie auf Facebook auch gut verfolgen, dass die Community die an uns gebunden ist das im Prinzip selbst reguliert.“[220]

Haltung als proaktive Praktik

Die regulierende Community entbindet Museen allerdings nicht von ihrer Verantwortung, sich zu positionieren. Das Überlassen des ‚diskursiven Kriegsfeldes‘ an die Community ohne jegliche Einmischung der Museen kann die Community zu Bauernopfern machen – erhöhte Partizipation bedeutet nicht, keine eigenen Positionen deutlich zu machen und sich komplett auf die Community zu verlassen. Teil proaktiver Praktiken von Museen sollte das Stellungbeziehen sein – so zumindest reflektiert die Presse-Mitarbeiterin eines Technikmuseums, deren Institution das Leitbild gerade neu definiert und mittlerweile proaktiver agieren möchte:

> [I]n der Regel [haben wir] erst mal geguckt und abgewartet, ob sich die Diskussionen nicht unter den User*innen selbst regelt und dass dann andere Personen diese kritischen Kommentare erst mal entkräften. […] Und so mit den Jahren und auch mit der Idee, dass wir uns als Forum verstehen wollen, und da halt auch in Diskussion treten möchten, verfol-

220 Interview, 13.10.2021.

> gen wir jetzt eher die Position, dass wir auf jeden Fall ein Statement von unserer Seite abgeben zu dem Kommentar [...] und das ist unser Kanal, unsere Plattform, und dass wir da nicht anderen das Wort überlassen, die vielleicht auch unserer Meinung sind oder auch gute Argumente einbringen.[221]

Entlang eines Leitbilds des Museums als Forum sind Mitarbeiter*innen ermutigt, Stellung zu beziehen, Deutungsmacht zu erlangen und sich nicht nur auf die regulative Kraft der Community zu verlassen. Diese Wahrnehmung der gesellschaftlichen Funktion von Museen speist sich aus dem sich wandelnden Selbstverständnis und der Erkenntnis, dass Museen politische Akteure sind.[222] Das Aufgreifen politischer, kontroversen Themen führt nicht, wie von einigen Institutionen antizipiert, nur zu (rechts-)populistischer Kritik, sondern ermöglicht auch politische Partizipation: „Je proaktiver man solche Sachen aufnimmt, desto schneller passiert es nicht nur nicht, sondern man vermittelt es auch an die normalen Leute."[223]

Dafür ist *Haltung* grundlegend und wird in Interviews immer wieder thematisiert. Hier soll Haltung praxeologisch verstanden werden: mit einem Set verschiedener *doings* und *sayings*, eingebettet in den (Arbeits-)Alltag von Museumsmitarbeiter*innen wird Haltung performt[224] und ist Teil des eigenen Selbstbildes von Museumsmitarbeiter*innen. Die teleo-affektive Struktur von Haltung, die Subjekte mit Handlungen und Objekten (in diesem Fall dem Museum) verknüpft, wird besonders in Zusammenhang mit populistischen Affronts sichtbar, wie das Vorstandsmitglied eines Communitymuseums es schildert:

221 Interview, 22. Juni 2021.

222 Vgl. Richard Sandell et al./Bode Lab: The Case for the Socially Purposeful Museum, 2020, https://www.lab-bode-pool.de/pdf/?url=https%3A%2F%2Fwww.lab-bode-pool.de%2Fde%2Fmaterialien%2Fthe-case-for-the-socially-purposeful-museum%2F&print=0&filename=lab.Bode+pool+-+The+case+for+the+socially+purposeful+museum+-+20220207.pdf (Zugriff 09.02.2022).

223 Interview, 11. November 2021.

224 Ansätze der Selbstreflexion über Haltung als Grundlage für die museale Arbeit finden sich in Hinblick auf (Rechts-)Populismus in den Thüringer Museumsheften. Vgl. Museumsverband Thüringen: Thüringer Museumshefte. Titelthema: Populismus und Extremismus als Herausforderung für Museen 1 (2019) https://museumsverband-thueringen.de/wp-content/uploads/2019/07/Th%C3%BCringer-Museumshefte-1-2019.pdf. (Zugriff 09.02.2022).

> ‚[G]et used to it', eine Einstellung von ‚Fickt euch', wir sind hier und wir machen das genau, um Sichtbar zu sein, um Leute zu erreichen, und es interessiert uns einen Scheißdreck. Das ist eine gewisse Haltung [...]. Und das hilft dir auch irgendwie, weil du vielleicht noch mehr das Gefühl hast, es betrifft dich selbst, und das ist das, wofür du einstehst, und es ist nicht nur ein Job sozusagen. Und das kann glaube ich auch hilfreich sein für einen Schutzpanzer.[225]

Haltung ermöglicht hier das Gefühl, souverän mit populistischem Einwirken auf die Institutionen umgehen zu können, sich ihm entgegenzusetzen, für eigene Werte einzustehen und protegiert Museumsmitarbeiter*innen vor dem Gefühl der Vulnerabilität.[226] Dem Gefühl von Belastung durch die stetige Antizipation von populistischen Praktiken setzt das Vorstandsmitglied hier eine Souveränität gegenüber, durch Identifikation mit und Vertretung von gewissen Werten kann (emotionaler) Widerstand geleistet werden. Ähnliches beschreibt auch ein Museumsdirektor, der sich durch das Leitbild des Museums gestärkt fühlt:

> [W]ir sind eine geschlossene Front gegen den Rest der Welt. Wenn dieses Haus nicht in seinem Leitbild stehen hätte: ‚Wir sind politische Akteure. Wir wollen etwas ändern und wir haben eine politische Meinung, die setzen wir in den Ausstellungen um', dann könnte ich mir auch vorstellen, dass ich müde und traurig wäre. Aber dann würde ich für nichts kämpfen. Aber so ist es halt: ‚Ich mache dafür was. Das ist mein Anteil. Das ist mein täglicher Antifaschismus.' Das sage ich auch so. [...] Ich stehe nicht in Abwehrkampf gegen diese Horden von Idioten, sondern ich habe etwas wofür ich kämpfe und das hält mich hoch und die Kolleginnen im Team genauso.[227]

Als politische Akteur*innen handeln er und seine Kolleg*innen in der Offensive – *kollektive Haltung* mobilisiert hier das Gefühl, handlungsfähig und -mächtig zu sein.

225 Interview, 25. August 2021.
226 Sánchez Laws 2015, S. 65.
227 Interview, 18. November 2021.

Proaktive Haltung zeigt sich in *Gegenrede,* der sachlichen Auseinandersetzung, dem Rückgriff auf Fachwissen, dem Delegieren durch Links zu Veröffentlichungen, Artikeln etc. und der Stärkung der eigenen Position durch Verweise auf das Selbstverständnis der Einrichtungen. Institutionen belassen ihre Stellungnahmen häufig bei einzelnen Reaktionen, wenn in den Antworten kein Mehrgewinn durch eine Diskussion mit populistisch agierenden User*innen erkennbar ist und diese sich lediglich inhaltlich wiederholen. Ein weiterer Bestandteil der Gegenrede kann das bewusste Herbeiführen von Irritation sein. Teil dieser Praktiken ist auch das Posten von ironischen Memes oder das Kontern mit Humor. Diese Strategie wird von oben zitiertem Direktor als erfolgreich beschrieben, er stellt fest, dass das

> [D]ie Likes [...] wirklich zufliegen lässt, die Leute brauchen nicht die langen Erklärungen und die bierernsten Antworten auf das was offensichtlich Unsinn ist, sondern solche Sachen kann man eher mit ein flotten Spruch kontern und damit die Herzen gewinnen. [...] Und das Wachstum gibt uns da recht.[228]

Ein solcher Umgang mit (rechts-)populistischen Kommentaren stärkt die Bindung zwischen Community und Museum und weist abermals darauf hin, dass die meisten User*innen zwischen demokratischer Kritik und *bad manners* unterscheiden können. Darüber hinaus verändern proaktiver Umgang und das Aufgreifen politischer Themen die Community nachhaltig, wie ein anderer Museumsdirektor eines technisch Ausgerichteten beobachtet:

> Mehr und mehr wandern diejenigen, die Technikfaszination haben aus dem Kanal ab und es kommen mehr Leute rein die sich mit gesellschaftlichen Problemen beschäftigen, [...] da gibt es eine Veränderung in der Community, weil die sehen, wir machen nicht Schräubchenkunde, sondern wir beschäftigen uns mit hochpolitischen Themen. [...] Und das verändert die Community.[229]

228 Ebd.
229 Interview, 13. Oktober 2021.

Das Gefühl, Deutungsmacht herstellen zu können, und auf die Community einwirken zu können, sie zu politisieren, beruht auch auf der Selbstaffirmation, nicht vulnerabel zu sein, sich nicht von der Agenda populistisch agierender User*innen beeinflussen zu lassen.[230] Die Sicht, dass Museumsarbeit in die Gesellschaft hineinwirken kann, wirkt empowernd. Aus der Haltung heraus entsteht bei dem Museumsleiter ein Verständnis von Museumsarbeit, in dem durch die Auseinandersetzung mit den *truth-claims* der *Community of Trust* der museale Bildungsauftrag im Sinne eines demokratischen Diskurses im digitalen Raum umgesetzt wird, und mit dessen Zitat ich schließen möchte:

> Was ich wirklich liebe und was ich mir auch erhalten möchte, was ein bisschen schwierig ist, wenn Leute gute kontroverse Standpunkte also, wenn sie gute Standpunkte haben. [...] Das liebe ich, weil es ist ja eine Herausforderung. Das ist Museumsarbeit.[231]

Fazit und Ausblick

Die europäische Gemeinschaft ist gegenwärtig von multiplen Krisen betroffen beziehungsweise in sie involviert. Populistische Politik macht sich Krisennarrative zunutze, indem sie vermeintlich einfache Antworten auf komplexe Probleme anbietet und dabei gleichzeitig polarisierend wirkt. Das macht Populismus äußerst erfolgreich, der Vormarsch populistischer Parteien in den Regierungen europäischer Länder ist seit Mitte der 2010er-Jahre schleichend aber zunehmend zu beobachten. In Deutschland ist es vor allem die Alternative für Deutschland (AfD), die zusehends auf lokal- und bundespolitischer Ebene an Macht gewinnt und nativistische und nationalistische Narrative zunehmend normalisiert. Auch im außerparteilichen Kontext tragen Menschen, die solche Parteien aktiv oder passiv unterstützen, oder zumindest mit ihrer Ideologie sympathisieren, und die ich in diesem Buch *ordinary people* genannt habe, zu populistischen Diskursen bei. Sie (re-)produzieren die Kategorie ‚des Volkes', dass gegen ‚die Elite' aufbe-

230 Vgl. Sánchez Laws 2015, S. 65 f.
231 Interview, 11. November 2021.

gehrt, ihre Forderungen sind oft eingefärbt von national-konservativen Vorstellungen über ‚uns' und ‚die Anderen'. Erinnerungs- und Geschichtspolitik spielt in diesem Kontext eine besondere Rolle, speisen sich die homogenisierenden Vorstellungen vom ‚Eigenen' und ‚Fremden' doch häufig aus selektiven Versionen und Interpretationen von Geschichte. Museen als Orte des Ausstellens von Vergangenheit und Gegenwart sind aus diesem Grund besonders anfällig für populistische Politik und können zur Zielscheibe werden. Als historisch gewachsene, epistemische Autoritäten sind sie auch immer wieder mit dem Vorwurf konfrontiert, elitär zu sein. Sie sind keine ‚neutralen Räume', sondern inhärent politische Subjekte, haben gesellschaftliche Bedeutung und stehen in Wechselwirkung mit ihr. Daraus hervor geht auch die Verantwortung, diejenigen, die (und deren Geschichte) sie repräsentieren, aktiv in ihre Arbeit einzubeziehen. Moderne Museumsarbeit bedeutet, (Deutungs-)Macht mit Communitys und dem Museumspublikum zu teilen und entsprechend Partizipation an der Ausgestaltung von *truth-claims* über die Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft zuzulassen. Dieses Gebot ist seit 2023 auch fest in der Definition von Museen durch die ICOM verankert. Für die Menschen hinter den Institutionen bedeuten Partizipation und Öffnung in der Praxis allerdings ein Spannungsfeld – Zulassen von Mitbestimmung vs. Aufgeben von Machtposition – das besonders dann als Herausforderung oder Problem empfunden wird, wenn die Mitgestaltenden ihr Mitspracherecht nutzen, um die Grenzen demokratischer Partizipation auszureizen.

Der vorliegende Beitrag hat aufgezeigt, dass es in musealer Repräsentation diverse und vor allem wirkmächtige Angriffsflächen gibt, in denen die epistemische Autorität von Museen durch *ordinary people* auf undemokratische Art hinterfragt wird. Wenn diese Akteur*innen sich als ‚unterrepräsentiertes Volk' in antagonistischer Beziehung zum Museum und dessen ‚korrupter' Followerschaft im Sinne einer ‚Elite' konstruieren, greifen sie auf populistische Rhetoriken und Strategien zurück. Digitale Räume, und im Speziellen Social-Media-Plattformen, stellen durch ihre veränderte Zeitlichkeit, ihre Niederschwelligkeit, aber auch ihre Anonymität und ihre Infrastrukturen, eine spezifische Atmosphäre her, die andere *feeling rules* – Gefühlsregime und Verhaltensregeln – nahelegt als der physische Raum einer Ausstellung. Diese veränderte affektive Atmosphäre er-

möglicht, so argumentiere ich, eine veränderte Machtbeziehung. Technische Funktionen, implizites (Medien-)Wissen und politische Haltung von populistisch agierenden User*innen vermengen sich dann zu Praktiken, mit denen nicht nur Kritik an Museen geübt wird, sondern die zu *bedrohlichen Praktiken* werden. Diskursiv betonen Populist*innen die Bedeutung heteronormativer Erzählungen für den Erhalt des ‚Volkskörpers', dem die Sichtbarmachung sexueller und geschlechtlicher Diversität aus ihrer Perspektive entgegensteht. In dieser Logik begünstigen Museen durchs Adressieren von Vielfalt den ‚Verfall' der heteronormativen Gesellschaft durch (staatlich geförderte) ‚Frühsexualisierung'. Diverser repräsentiert werden hingegen sollte aus Sicht der Populist*innen allerdings die deutsche Erinnerungspolitik. Der Vorwurf hier richtet sich gegen eine Repräsentation aus Siegerperspektive, was sowohl ältere deutsche Geschichte, speziell den 2. Weltkrieg und die Shoah betrifft, als auch jüngere deutsche Geschichte zur deutsch-deutschen Teilung. Deutsche Geschichtsschreibung- und Repräsentation sollte sich aus ihrer Sicht stattdessen auf glorreiche Aspekte des Sieges statt auf Scham und Niederlage konzentrieren. Die Verhandlung beider Themenkomplexe verfolgt ähnliche Ziele. Im Kontext der DDR-Erinnerung geht es vor allem darum geht, unterdrückten Zeitzeug*innen eine Stimme zu geben, die sich gegen den Westen als elitären Herrscher zur Wehr setzen, es dient als normative Kategorie im Kampf um Deutungshoheit. Ziel der Kritik an NS-Vergangenheitsbewältigung hingegen ist die Wiederherstellung der Nation, und mit ihr einhergehend (stolzen) Gefühlen der Nation gegenüber. Diese populistischen Diskurse zielen auf die Sichtbarmachung des eigenen Empfindens ab. Während es vordergründig um den Vorwurf geht, Geschichtsschreibung und -Darstellung sei nicht ‚neutral' genug, wird sich eigentlich gegen *feeling rules* zur Wehr gesetzt – dem Gefühl, sich nicht ‚ostdeutsch' oder ‚patriotisch' fühlen zu dürfen und unterdrückt zu werden, werden alternative Lesarten der Geschichte entgegengesetzt, die eben diese Gefühle legitimieren. Auf rhetorischer Ebene werden die populistischen Praktiken durch das laute, ‚widerspenstige' Beharren auf der eigenen Meinung, den offensiven Sprachgebrauch, der sich auch in der Semantik etablierter Parteien wiederfindet, und die Ablehnung von *political correctness* effektiv. Sie können im Extremfall dazu führen, dass Themen online nicht an-

gesprochen, Ausstellungen physisch nicht realisiert werden. Insofern *bedrohen* die Praktiken eben solche Museumsarbeit, die sich für Diversität und differenzierte Geschichtsbilder einsetzt. Dies zeigt sich vor allem in den emotionalen Erfahrungen, die Museumsmitarbeiter*innen im Kontext mit Populismus online machen, und der mit ihr einhergehenden Antizipation. Einer kleinen Gruppe von User*innen kommt durch ihr Auftreten eine enorme Wirkmacht zu: Obwohl es vergleichsweise wenig direkte Affronts gibt, werden orchestrierte Angriffe als in einer nahen Zukunft wahrscheinlich konzipiert. Museumsmitarbeiter*innen reagieren mit gesteigerter Awareness und Selbstzensur. Der imaginierten Zukunft, in der Museen sie von Populismus betroffen sind, wird vorweggegriffen – die Zukunft wird *enacted*, indem spezifische Situationen vermieden, bestimmte Ausstellungen nicht realisiert, Objekte nicht gezeigt werden. Die stetige Antizipation wird als anstrengend und ermüdend empfunden.

Paradoxerweise können die Bedrohungen durch populistische Praktiken auch positive oder produktive Auswirkungen haben: erst durch sie werden Institutionen dazu gezwungen, eine klare Haltung zu entwickeln, die auch wichtig im emotionalen Umgang mit populistischer Einflussnahme ist. Die Erkenntnis und das Eingeständnis, dass Museen politische Akteurinnen sind, fördern Resilienz und einen proaktiven Umgang mit Vorwürfen. Darunter fällt auch die Förderung der Community zur demokratischen Selbstermächtigung. Der oftmals noch immer als passiv rezipierte Gast kann als Multiplikator im Sinne der Museen argumentieren. Das *self-enactment* der Community spricht für eine vertrauensvolle Bindung zu Museen, mit gestärkter Community macht sich das Museum weniger vulnerabel. Daher sollten User*innen in ihrer regulierenden Funktion durch die Institutionen dadurch unterstützt werden, dass auch sie Stellung beziehen. Museum als Orte des Diskurses können die Community ins Positive verändern. Einhergehend mit dem Aufbau einer vertrauensvollen Beziehung zwischen Museum und Community können gesellschaftspolitische Debatten angestoßen werden, wenn konstruktive Kommentare museal geführte Diskurse beeinflussen – hier entsteht ein demokratischer Austausch in Wechselwirkung. Institutionen können sich *gemeinsam* mit ihren *Communitys of Trust* populistischen *truth-claims* entgegensetzen und demokratische Partizipation zulassen. Diese komplexe Aufgabe wird von Sandell et al. passend zusammengefasst:

> This is by no means a straightforward task and there are significant challenges for museums in expressing and building support for progressive values whilst, at the same time, seeking to engage and build relations of trust with diverse audiences and constituencies. Taking a stand on contemporary issues, while often accompanied by numerous complex ethical dilemmas and made increasingly difficult by growing polarisation, is nevertheless becoming an increasingly central feature of twenty-first century museum practice.[232]

In meiner Feldforschung und besonders in den Interviews mit Mitarbeiter*innen ist klar geworden, dass die Nutzung Sozialer Medien für Partizipation immer mehr zum Standard wird – aber auch, dass die Kapazitäten hierfür oftmals nicht ausreichend vorhanden sind. Mit zunehmender Relevanz ‚neuer' Technologie, globaler Vernetzung und der Bedeutung von Erreichbarkeit müssen Museen erkennen, dass die digitale Vermittlung weiter ausgebaut werden sollte. Das bedeutet konkret, dass Stellen geschaffen werden und Mitarbeiter*innen geschult werden müssen. In digitaler Kommunikation liegt ein hohes Potential, vielschichtig und plural zu kommunizieren und Diskussionen Raum zu geben. Dafür müssen weitere Werkzeuge entwickelt werden. Progressive und innovative Nutzung von Social-Media-Kanälen können dazu beitragen, dass Museen sich von ‚nischigen' Institutionen zu politischen Orten transformieren und sich dadurch neue Zielgruppen erschließen können. Moderne Museumsarbeit meint dann einen selbstbewussten, spaßigen und argumentativ ausgewogenen, offenen Umgang im Sinne einer partizipativ-offenen Kultur mit Sozialen Medien. Strukturen von Museen, Rahmenbedingungen wie Finanzierungen, etc., sind höchst uneinheitlich. Die hohe Selbstidentifikation von Museumsmitarbeiter*innen mit ihren Institutionen und ihre emotionale Involviertheit sollte gestärkt werden. Wenn diese Akteur*innen, die meist unsichtbar hinter den Museen stehen, in der Ausarbeitung von dem wandelnden Selbstbild hin zu einer Bewusstwerdung der politischen Funktion unterstützt werden, werden auch die Institutionen im Wahrnehmen ihrer demokratischen Rolle gestärkt.

232 Sandell et al 2020, S. 5.

Literaturverzeichnis

Bareither, Christoph: Vergnügen als Doing Emotion – Beispiel YouTube. In:
Maase, Kaspar et al. (Hg.): Macher – Medien – Publika. Beiträge der Europäischen Ethnologie zu Geschmack und Vergnügen. Würzburg 2014, S. 36-49.

Bareither, Christoph: Internet-Emotionspraktiken. Theoretische und methodische Zugänge. In: Lauterbach, Burkhart (Hg.): Alltag – Kultur – Wissenschaft. Beiträge zur europäischen Ethnologie. Würzburg 2017, S. 11-35.

Bareither, Christoph: Affordanzen. In: Heimerdinger, Timo/Tauschek, Markus (Hg.): Kulturtheoretisch Argumentieren. Ein Arbeitsbuch. Münster/New York 2020. S. 32-55.

Bevernage, Berber et al.: Claiming the People's Past. Populist Politics of History in the Twenty First Century. Cambridge 2024.

Boellstorff, Tom: Rethinking Digital Anthropology. In: Horst, Heather A./Miller, Daniel (eds.): Digital Anthropology. London/New York 2012, S. 39-60.

Bozoğlu, Gönül 2019: Museums, Emotion, and Memory Culture: The Politics of the Past in Turkey. London 2019.

Bohn, Cornelia/Hahn, Alois: Pierre Bourdieu (1930-2002). In: Kaesler, Dirk (Hg.): Klassiker der Soziologie. Band II. Von Talcott Parson bis Pierre Bourdieu. München: 2003. S. 252-271.

Breidenstein et al.: Ethnografie. Die Praxis der Feldforschung. München 2015.

Bryant, Rebecca/Knight, Daniel M.: The anthropology of the future. Cambridge 2019.

Bucy, Erik P. et al.: Performing Populism: Trump's Transgressive Debate Style and the Dynamics of Twitter Response. New Media & Society 22/4 (2020), S. 634-658.

Cesarino, Leticia: How Social Media Affords Populist Politics: Remarks on Liminality based on the Brazilian Case. In: Trabalhos em Linguística Aplicada 59/1 (2020), S. 404-427.

Dausein, Bettina/Kelle, Helga: Biographie und kulturelle Praxis. Methodologische Überlegungen zur Verknüpfung von Ethnographie und Biographieforschung". In: Völter, Bettina et al. (Hg.): Biografieforschung im Diskurs. Wiesbaden 2009, S. 188-212.

Drotner, Kirsten/Schrøder, Kim Christian (eds.): Museum Communication and Social Media. The Connected Museum. New York/London 2013.

Durnová, Anna: Der ‚March for Science' als Schauplatz der gesellschaftspolitischen Polarisierung zwischen Elite und Volk: ein interpretativer Beitrag zur

Analyse von Postfaktizität. In: Zeitschrift für Politikwissenschaft 29 (2019), S. 345-360.

Ekman, Mattias (2019): Anti-immigration and Racist Discourse in Social Media. In: European Journal of Communication 43/6 (2019), S. 606-18.

Falk, John H.: Identity and the Museum Visitor Experience. New York 2009.

Fleming, David: Do Museums Change Lives?: Ninth Stephen Weil Memorial Lecture. In: Curator. The Museum Journal 59/2 2016, S. 73-79.

Gallinat, Anselma: Narratives in the Making. Writing the East German Past in the Democratic Present. New York/Oxford 2017.

Genette, Gérard: Die Erzählung. Dritte Auflage. München 2010.

Gibson, James: The Ecological Approach to Visual Perception. New Jersey 1986.

Götz, Irene: Deutsche Identitäten. Die Wiederentdeckung des Nationalen nach 1989. Köln u. a.: 2011.

Gustafsson, Nils/Weinryb, Noomi: The Populist Allure of Social Media Activism: Individualized Charismatic Authority. In: Organization 27/23 (2020), S. 431-440.

Hark, Sabine/Villa, Paula-Irene (Hg.): Anti-Genderismus. Sexualität und Geschlecht als Schauplätze aktueller politischer Auseinandersetzung. Bielefeld 2015.

Herzfeld, Michael: How populism works. In: Theodossopoulos, Dimitrios/Kapferer, Bruce (eds.): Democracy's Paradox. Populism and its Contemporary Crisis. New York 2019, S. 122-138.

Hine, Christine: Ethnography for the Internet. Embedded, Embodied, and Everyday. London/New York: 2015.

Arlie Russel Hochschild: The Managed Heart: Commercialization of Human Feeling. London: 1983, 2003.

Hochschild, Arlie Russell: Strangers in Their Own Land. Anger and Mourning on the American Right. New York 2016.

Hodgin, Nick/Caroline Pearce (eds.): The GDR Remembered. Representations of the East German State since 1989. Rochester/New York 2011.

Hopkins, Julian: The Concept of Affordances in Digital Media. In: Friese, Heidrun et al. (Hg.): Handbuch Soziale Praktiken und Digitale Alltagswelten. Wiesbaden 2016.

Hyönen, Ari-Elmeri: Careless Speech: Conceptualizing Post-Truth-Politics. In: New Perspectives. Interdisciplinary Journal of Central & East European Politics and International Relations 26/3 (2018), S. 1-25.

Janes, Robert R./Sandell, Richard: Posterity has arrived: The Necessary of Museum Activism. In: Robert R. Janes/Richard Sandell (Hg.): Museum Activism. Oxon/New York 2019, S. 1-22.

Jarman, Alex: Populism, Social Media and the German Elections. In: European Policy Insitutes Network 40 (2017), S. 1-4.

Kaschuba, Wolfgang: Einführung in die Europäische Ethnologie. München 2012.

Kalmar, Ivan: The East is just like the West, only more so: Islamophobia and Populism in Eastern Germany and the East of the European Union. In: Journal of Contemporary European Studies 28/1 (2019), S. 15-29.

Kemmers, Roy et al.:Becoming Politically Discontented: Anti-Establishment Careers of Dutch Nonvoters and PVV Voters. In: Current Sociology 64/5 (2016), S. 757-774.

Kelle, Birgit: Gender Gaga. Wie eine absurde Ideologie unseren Alltag erobern will. München 2020.

Kobielska, Maria: Narrative and Resilience: Museum Exhibitions under Forced Change – A Case Study of the Museum of the Second World War in Gdańsk. In: Barndt, Kerstin/Jaeger, Stephan (eds.): Museums, Narratives, and Critical Histories: Narrating the Past for the Present and Future. Berlin/Boston 2024, S. 317–336.

Krämer, Benjamin: Populist Online Practices: The Function of the Internet in Right-Wing Populism. In: Information, Communication & Society 20/9 (2017), S. 1293-1309.

Krondorfer, Birge: ‚Schreibweisen dieser Art sind daher zu unterlassen.' Wem gehört die Sprache? Eine paradigmatische Geschichte aus Österreich. In: Lang, Juliane/Peters, Ulrich (Hg.): Antifeminismus in Bewegung. Aktuelle Debatten um Geschlecht und Vielfalt. Hamburg 2018, S. 233-252.

Kunzelmann, Daniel: Die stille Macht der Algorithmen. Das Beispiel Facebook. In: Kuckuck. Notizen zur Alltagskultur 2 (2015).

Laclau, Ernesto: On Populist Reason. London/New York: 2005.

Lang, Juliane/Ulrich Peters: Antifeminismus in Deutschland. Einführung und Einordnung eines Phänomens. In: Lang, Juliane/Peters, Ulrich (Hg.): Antifeminismus in Bewegung. Aktuelle Debatten um Geschlecht und Vielfalt. Hamburg 2018, S. 13-35.

Laursen, Ditte et al.: 'I ♥Skagens Museum': Patterns of Interaction in the Institutional Facebook Communication of Museums. In: Museum & Society 15/2 (2017) S. 171-192.

Leser, Julia/Spissinger, Florian: The Functionality of Affects: Conceptualising Far-Right Populist Politics beyond Negative Emotions. In: Global Discourse 10/2 (2020), S. 325-342.

Leser, Julia/Pates, Rebeca: The Wolves are coming back. The Politics of Fear in Eastern Germany. Manchester 2021.

Leser et al.: The Impact of Populist Politics on Museums: An explorative Interview Study in the UK, Poland, and Germany. In: Museums and Society (i.E.).

Löfgen, Ovar: The Nationalization of Culture. In: Ethnologia Europaea 19 (1989), S. 5-24.

Ludwig, Andreas: Politische Objekte – Politisierte Objekte. Historische Kontexte und Bedeutungszuweisungen der Materiellen Kultur in der DDR. In: Andreas Ludwig (Hg.): Zeitgeschichte der Dinge. Spurensuche in der materiellen Kultur der DDR. Wien/Köln/Weimar 2019, S. 47-64.

Macdonald, Sharon: Accessing Audiences: Visiting Visitor Books. In: Museum and Society 3/3 (2005), S. 119-136.

Macdonald, Sharon: Memorylands. Heritage and Identity in Europe Today. New York 2013.

Machcewicz, Pawel: The War that never ends: The museum of the Second World War in Gdańsk. Oldenbourg 2021.

Mazzarella, William: The Anthropology of Populism: Beyond the Liberal Settlement. In: Annual Review of Anthropology 48 (2019), S. 45-50.

McNeil-Wilson, Richard: Framing in Times of Crisis: Responses to COVID-19 amongst Far Right Movements and Organisations. In: International Center for Counter Terrorism. Research Paper (2020), S. 1-33.

Maigushca, Bice: Resisting the 'Populist Hype': a Feminist Critique of a Globalising Concept. In: Review of International Studies. 45/5 (2019), S. 768-785.

Maihofer, Andrea/Schutzbach, Franziska: Vom Antifeminismus zum ‚Anti-Genderismus'. In: Hark, Sabine/Villa, Paula-Irene (Hg.): Anti-Genderismus. Sexualität und Geschlecht als Schauplätze aktueller politischer Auseinandersetzungen. Bielefeld 2017, S. 201-207.

Maly, Ico: Algorithmic Populism and the Datafication and Gamification of the People by Flemish Interest in Belgium. In: Trabalhos em Linguística Aplicada 59/1 (2020), S. 444-68.

Mayer, Stefanie/Ajanović, Edma/Sauer, Birgit: Man, Woman, Family. Gender and the Limited Modernization of Right-Wing Extremism in Austria. In: Dietze, Gabriele/Roth, Julia (eds.): Right-Wing Populism and Gender. European Perspectives and Beyond. Bielefeld 2020, S. 101-115.

Mayer, Stefanie/Ajanović, Edma/Sauer, Birgit: Intersections and Inconsistencies. Framing Gender in Right-Wing Populist Discourses in Austria. In: NORA – Nordic Journal of Feminist and Gender Research 22/4 (2014), S. 250-266.

Meyer, Christian/Meier zu Verl, Christian: Ergebnispräsentation in der qualitativen Forschung. In: Baur, Nina/Blasius, Jörg (Hg.): Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung. Wiesbaden 2014, S. 245-258.

Moffitt, Benjamin: Populism. Cambridge 2020.

Moffitt, Benjamin: The Global Rise of Populism. Performance, Political Style, and Representation. Standford 2016.

Mouffe, Chantal: The Democratic Paradox. London 2000.

Mudde, Cas/Kaltwasser, Cristóbal Rovira (eds.): Populism in Europe and the Americas. Threat or Corrective for Democracy? Cambridge 2012.

Mudde, Cas/Kaltwasser, Cristóbal Rovira: Populism: A very short Introduction. New York 2017.

Neumann, Klaus: Don't Mention the Holocaust: The Alternative für Deutschland and Its Engagement with Pasts, Histories and Memories. In: Bevernage, Berber et al. (eds.): Claiming the People's Past. Populist Politics of History in the Twenty-First Century. Cambridge 2024, S. 31-48.

Nuttall, Mark: Anticipation, Climate Change, and Movement in Greenland. In: Études/Inuit/Studies 34/1 (2010), S. 21-37.

Ostiguy, Pierre: Populism. A Socio-Cultural Approach. In: Kaltwasser, Cristóbal Rovira et al. (eds.): The Oxford Handbook of Populism. Oxford 2017, S. 73-97.

Oswald, Emily: Remembering in Public. A Case Study of Museum-User Communication on Facebook. In: Hetland, Pet et al. (eds.): A History of Participation in Museums and Archives. Traversing Citizen Science and Citizen Humanities. London/New York 2020, S. 147-167.

Postill, John: Digital Politics and Political Engagement. In: Horst, Heather A./Miller, Daniel (eds.): Digital Anthropology. London/New York 2012, S. 164-185.

Postill, John: Populism and Social Media: A Global Perspective. In: Media, Culture & Society 40/5 (2018), S. 754-765.

Precht, Jørn: Verbreitung populistischer Narrative in den Kommentarspalten des sozialen Netzwerks Facebook. In: Müller, Michael/Precht, Jørn (Hg.): Narrative des Populismus. Erzählmuster und -strukturen populistischer Politik. Wiesbaden 2019, S. 93-114.

Priester, Karin: Umrisse des populistischen Narrativs als Identitätspolitik. In: Müller, Michael/Precht, Jørn (Hg.): Narrative des Populismus. Erzählmuster und -strukturen populistischer Politik. Wiesbaden 2019, S. 11-26.

Rädel, Jonas: Das Narrativ des rechten Ostens. Entstehung und Funktionen im Prozess der Deutschen Einheit. In: Futh, Mario et al. (Hg.): Die Beharrlichkeit der Nation. Interdisziplinäre Perspektiven auf die Funktionalität des Nationalen in Deutschland. Wiesbaden (i.E.).

Ringe, Nils & Rennó, Lucio (eds.): Populists and the Pandemic. How Populists Around the World Responded to COVID-19. London 2022.

Russo, Angelina et al.: How will Social Media Affect Museum Communication?. In: Conference Paper: Proceedings: Nordic Digital Excellence in Museums NODEM 06 (2006), S. 1-4.

Russo, Angelina et.al.: Participatory Communication with Social Media. In: Curator The Museum Journal 51/9 (2008), S. 21-32

Ryan, Fergus et al.: TikTok and WeChat: Curating and controlling global information flows. In: Australian Strategic Policy Institute. Policy Brief Report 37 (2020), S. 1-72.

Salmela, Mikko/von Scheve, Christian: Emotional Roots of Right-Wing Political Populism. In: Social Science Information 56/4 (2017), S. 567-595.

Sánchez Laws, Anna Luisa: Museum Websites and Social Media: Issues of Participation, Sustainability, Trust and Diversity. New York/Oxford: 2015.

Sarasin, Phillipp: Michel Foucault zur Einführung. Hamburg 2016.

Scharf, Stefan/Pleul, Clemens: Im Netz ist jeden Tag Montag. In: Rehberg, Karl-Siegfried et al.: PEGIDA. Rechtspopulismus zwischen Fremdenangst und ‚Wende'-Enttäuschung? Analysen im Überblick. Bielefeld: 2016. S. 83-98.

Schatzki, Theodore R.: Practice mind-ed Orders. In: von Sivgny, Eike et al. (eds.): The Practice Turn in Contemporary Theory. London/New York 2001.

Scheer, Monique: Are Emotions a Kind of Practice (and is that what makes them have a History?) A Bourdieuian Approach to Understanding Emotion. In: History & Theory 51 (2012), S. 193-220.

Scheer, Monique: Emotionspraktiken. Wie man über das Tun an die Gefühle herankommt". In: Beitl, Matthias/Schneider, Ingo (Hg.): Emotional Turn!? Europäisch ethnologische Zugänge zu Gefühlen & Gefühlswelten: Beiträge der 27. österreichischen Volkskundetagung in Dornbirn vom 29. Mai – 1. Juni 2013. Wien 2016, S. 15-36.

Smith, Laurajane et al: Emotion, Affective Practices, and the Past in the Present. Milton 2018.

Smith, Laurajane: Considering Nostalgia. The Affective Practices of Heritage and the Politics of Populism. In: Bevernage, Berber et al.: Claiming the People's Past. Populist Politics of History in the Twenty First Century. Cambridge 2024.

Schmitt, Susanne B.: Ein Wissenschaftsmuseum geht unter die Haut. Sensorische Ethnographie des Deutschen Hygiene-Museums. Bielefeld 2012.

Schmincke, Imke: Sexual Politics from the Right. Attacks on Gender, Sexual Diversity, and Sex Education. In: Dietze, Gabriele/Roth, Julia (eds.): Right-Wing Populism and Gender. European Perspectives and Beyond. Bielefeld 2020, S. 59-74.

Schultheis, Emily: AfD lays claim to East German identity. In: Institute of Current World Affairs (2019), S. 1-8.

Schöneberger, Klaus: Persistenz und Rekombination. Digitale Kommunikation und soziokultureller Wandel. In: Zeitschrift für Volkskunde 111/2 (2015), S. 201-213.

Schürmann, Benjamin/Gründl, Johann: Yelling from the Sidelines? How German parties employ populist and crisis-related messages on Facebook. In: Political Research Exchange. 4/1 (2022), S. 1-26.

Sieferle, Barbara: Praxis. In: Heimerdinger, Timo/Tauschek, Markus (Hg.): Kulturtheoretisch Argumentieren. Ein Arbeitsbuch. Münster/New York 2020, S. 408-432.

Simon, Nina: The Participatory Museum. Santa Cruz: 2020.

Spierings, Niels: Why Gender and Sexuality are both Trivial and Pivotal in Populist Radical Right Politics. In: Dietze, Gabriele/Roth, Julia (eds.): Right-Wing Populism and Gender. European Perspectives and Beyond. Bielefeld 2020, S. 41-58.

Spissinger, Florian et al.: Das Ringen um ‚die Ostdeutschen' – über die Beharrlichkeit einer Identitätskonstruktion". In: Vogel, Lars et al. (Hg.): Ostdeutschland. Identität, Lebenswelt oder politische Erfindung? Wiesbaden 2024, S. 337-359.

Stange, Jennifer: Die frommrechte Revolte. Es herrscht Aufbruchsstimmung am rechten Rand in Deutschland unter christlichen Fundamentalist_innen, Lebensschützer_innen und Rechtspopulist_innen. In: Burschel, Friedrich (Hg.): Aufstand der ‚Wutbürger'. AfD, christlicher Fundamentalismus, Pegida und ihre gefährlichen Netzwerke. Berlin 2015, S. 9-26.

Staatliche Museen zu Berlin/Institut für Museumsforschung: Heft 73. Statistische Gesamterhebung an den Museen der Bundesrepublik Deutschland für das Jahr 2018. Berlin 2019.

Strauss, Anselm L./Corbin, Juliet: Grounded Theory Methodology: An Overview. In: Denzin, Norman K. (ed.): Handbook of Qualitative Research. London/New York 1994, S. 273-285.

Strick, Simon: Rechte Gefühle. Affekte und Strategien des digitalen Faschismus. Bielefeld 2021.

Thiemeyer, Thomas: Fortsetzung des Krieges mit anderen Mitteln. Die beiden Weltkriege im Museum. In: Förster, Stig et. al. (Hg): Krieg der Geschichte (KRiG). Paderborn 2010, S. 1-367.

Ugur-Cinar/Altınok, Berat Uygar: Collective Memory and the Populist Cause: The Ulucanlar Prison Museum in Turkey. Memory Studies 14/1 (2021), S. 1-21.

Udupa, Sahana: Nationalism in the Digital Age: Fun as a Metapractice of Extreme Speech. In: International Journal of Communication 13 (2019), S. 3143-3163.

Valencia-Garcías, Louie Dean: Far-Right Revisionism and the End of History. Alt/Histories. Oxfordshire 2020.

Vogel, Lars/Leser, Julia: Ostdeutsche Identität(en) im Wandel? Persepektiven für Intra- und Interkohortenvergleiche. In: Zeitschrift für vergleichende Politikwissenschaft 14 (2020), S. 171-197.

Vogelmann, Frieder: The Problem of Post-Truth. Rethinking the Relationship between Truth and Politics. In: Behemoth. A Journal on Civilisation 11/2 (2018), S. 18-37.

Volk, Sabine: ‚Wir sind das Volk!' Representative Claim-Making and Populist Style in the PEGIDA Movement's Discourse. In: German Politics 29/4 (2020), S. 599-616.

Wells, Chris et al.: Trump, Twitter, and News Media Responsiveness: A Media Systems Approach. New Media & Society 22/4 (2020), S. 659-682.

Wodak, Ruth: The politics of fear: What right-wing populist discourses mean. London/New York 2015.

Wodak, Ruth: Vom Rand in die Mitte – ‚Schamlose Normalisierung'. In: Politische Vierteljahresschrift 59/2 (2018), S. 323-335.

Wong, Amelia S.: Ethical Issues of Social Media in Museums: A Case Study. In: Museum Management and Curatorship 26/2 (2011), S. 7-112.

Internetquellen

Facebook: Kosten für Werbung auf Facebook. https://www.facebook.com/business/help/201828586525529?id=629338044106215&ref=fbb_budgeting (Zugriff 23.02.2022)

Gedenkstätte Buchenwald: Wieder Anschlag auf Weimarer Gedenkprojekt „1000 Buchen". In: buchenwald.de, 21.07.2022, https://www.buchen-

wald.de/newsroom/Wieder-Anschlag-auf-Weimarer-Gedenkprojekt (Zugriff: 12.12.2024)

Hammerstein, Kathrin/Bundeszentrale für politische Bildung: Eine Fernsehserie schreibt Geschichte: Reaktionen auf die Ausstrahlung von ‚Holocaust', 18.01.2919, https://www.bpb.de/geschichte/zeitgeschichte/deutschland-archiv/284090/reaktionen-auf-die-ausstrahlung-der-fernsehserie-holocaust-vor-40-jahren. (Zugriff 02.02.2022).

ICOM Deutschland e.V.: Klarheit geschaffen: Offizielle deutsche Übersetzung der neuen Definition für Museen veröffentlicht. In: icom-deutschland.de, 10.07.2023, https://icom-deutschland.de/de/component/content/category/31-museumsdefinition.html?Itemid=114#:~:text=Die%20deutsche%20%C3%9Cbersetzung%20der%20Museumsdefinition,%2C%20bewahrt%2C%20interpretiert%20und%20ausstellt (Zugriff: 12.12.2024).

Institut für Demokratieforschung Georg-August-Universität Göttingen: Die Pädophiliedebatte bei den Grünen im programmatischen und gesellschaftlichen Kontext. Erste und vorläufige Befunde zum Forschungsprojekt, 2013, http://www.demokratie-goettingen.de/content/uploads/2013/12/Paedophiliedebatte-Gruene-Zwischenbericht.pdf (Zugriff 08.02.2022).

Mobile Beratung gegen Rechtsextremismus Berlin/Verein für Demokratische Kultur in Berlin e.V.: Nur Schnee von Gestern? Zum Umgang mit dem Kulturkampf von rechts in Gedenkstätten und Museen ,2020, https://mbr-berlin.de/wp-content/uploads/2021/02/200113_MBR_Broschuere_Gedenkstaetten_online1.pdf. (Zugriff 12.12.2022).

Museumsverband Thüringen: Thüringer Museumshefte. Titelthema: Populismus und Extremismus als Herausforderung für Museen 1, 2019, https://museumsverband-thueringen.de/wp-content/uploads/2019/07/Th%C3%BCringer-Museumshefte-1-2019.pdf. (Zugriff 09.02.2022).

MDR Thüringen: Nach Brief gegen AfD: Buchenwald-Gedenkstättenleiter bedroht - Polizei ermittelt. In: mdr.de, 21.08.2024, https://www.mdr.de/nachrichten/thueringen/mitte-thueringen/weimar/wagner-buchenwald-bedroht-anzeige-polizei-100.html (Zugriff: 12.12.2024).

Pföhringer, Daniell/Compact: Unfassbar: Kinderporno-Ausstellung in Linz mit Steuergeldern gefördert, 02.06.2021, https://www.compact-online.de/unfassbar-kinderporno-ausstellung-in-linz-mit-steuergeldern-gefoerdert (Zugriff 11.11.2021).

Sandell, Richard et al./Bode Lab: The Case for the Socially Purposeful Museum, 2020, https://www.lab-bode-pool.de/pdf/?url=https%3A%2F%2Fwww.

lab-bode-pool.de%2Fde%2Fmaterialien%2Fthe-case-for-the-socially-purposeful-museum%2F&print=0&filename=lab.Bode+pool+-+The+case+for+the+socially+purposeful+museum+-+20220207.pdf (Zugriff 09.02.2022).

Thiele, Daniel: Pandemic populism? How COVID-19 triggered populist user comments on mass media Facebook sites in Germany. Beitrag zu ECPR General Conference vom 30. August-3.September 2021. https://ecpr.eu/Events/Event/PaperDetails/59736. (Zugriff 02.01.2022).

Museen geraten zunehmend ins Visier populistischer Politik, und digitale Räume ermöglichen ein spezifisches Klima, in dem Menschen zu harscher Kritik an Museen beitragen können.

Dieser Band untersucht exemplarisch die drei Diskursfelder Gender, DDR-Erinnerungspolitik und Militärgeschichte als Zielscheiben populistischer Aneignung und Umdeutung. Museen sehen sich hier mit lautstarken Vorwürfen konfrontiert: Die Institutionen seien ‚elitär', ‚linksgrün durchsetzt' und betrieben ‚Schuldkult'. Das wirkt sich auch auf die emotionalen Erfahrungen von Museumsmitarbeiter*innen aus: Sie sind häufig erschöpft und antizipieren eine Zukunft, in der Bedrohungen zunehmen. Gleichzeitig entwickeln sie selbstbewusste und pro-aktive Umgangsweisen, die Museen und ihre Communitys stärken.

ISBN 978-3-947227-23-5

kw VERLAG