Zeitschrift: Schweizerisches Archiv für Volkskunde = Archives suisses des traditions populaires

Herausgeber: Schweizerische Gesellschaft für Volkskunde

Band: 118 (2022)

Heft: 2

Artikel: Vom Streetstyle zum Streetfight : Faschismus im Hipstergewand

Autor: Rüss, Catharina

DOI: https://doi.org/10.5169/seals-1035155

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 15.07.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

SCHWEIZERISCHES ARCHIV FÜR VOLKSKUNDE / ARCHIVES SUISSES DES TRADITIONS POPULAIRES
118. JAHRGANG (2022), HEFT 2, S. 31–49, DOI 10.33057/CHRONOS.1699/31-49

Vom Streetstyle zum Streetfight

Faschismus im Hipstergewand

CATHARINA RÜß

Abstract
Dieser Beitrag verhandelt den Style der Alt-Right-Bewegung, insbesondere den der Proud Boys, einer 2016 gegründeten Organisation mit Anhängern in Amerika und Europa, die neben anderen faschistischen Gruppen nachweislich am Angriff auf das US-Kapitol beteiligt war. Es wird deutlich, wie der Style der Gruppe als Nazipop in Kombination mit dem Konzept des Hipsters mit guerillaähnlichen Strategien verbreitet wird. Dabei zeigt sich, dass sich die affektive Vermittlung einer vermeintlich subversiven Hipness als einer von vielen Gründen erweist, warum es diesen Männern innerhalb weniger Jahre gelungen ist, zu einer relevanten Gruppe in der amerikanischen politischen Landschaft aufzusteigen. Im Mittelpunkt der Analyse stehen die in visuellen Medien präsentierten Outfits, verschiedene Publikationen des ehemaligen Anführers Gavin McInnes sowie der Onlineversandhandel 1776, über den die Organisation Textilien vertreibt. Ausgehend von modetheoretischen Überlegungen fragt dieser Beitrag danach, welche Bedeutungskonstruktionen dem Style der Proud Boys zugrunde liegen. Dabei werden auch Haltungen aufgedeckt, die dem Hipsterdiskurs entstammen. Entgegen der Annahme, die Alt-Right habe nur verschiedene Moden «appropriiert», wird die These verfolgt, dass sich die Proud Boys ganz speziell Dinge aneignen, die aus ihrer Sicht nicht als Moden, sondern als Antimoden erscheinen und die an rechtspopulistische Ideologien anschliessbar sind.
Keywords: fashion, Alt-Right, hipster, communication guerilla, pop culture, fascism
Mode, Alt-Right, Kommunikationsguerilla, Popkultur, Faschismus

Nach dem Sturm auf das Kapitol am 6. Januar 2021 erschienen in den Medien zahlreiche Artikel, in denen das Aussehen einzelner Anhänger Donald Trumps in den Vordergrund gerückt wurde. Besonders häufig gingen Bilder um die Welt, auf denen der Aktivist Jakob Anthony Angeli Chalsey zu sehen war, der als «Büffelmann» zum «Gesicht» des Putschversuchs avancierte.[1] Vor allem die Boulevardisierung der Kuriosität seiner Aufmachung täuschte darüber hinweg, dass die Mehrheit des

1 www.tagesschau.de/ausland/qanon-129.html; Kreye, Adrian: Die Spur der Hörner. In: Sueddeutsche.de, 8. 1. 2021, www.sueddeutsche.de/kultur/jake-angeli-sturm-aufs-kapitol-bueffelmann-qanon-1.5168555.

Mobs weniger auffällig gekleidet war. Die überwiegend männlichen Extremisten marschierten weder als Wilde in Wikingerkostümen noch im stereotypen Outfit des Skinheads mit Bomberjacke und Springerstiefeln auf, das bis heute in den Medien zahlreiche Ikonografien von rechtsradikalen Schlägertrupps prägt. Vielmehr changierte das Aussehen der meisten Gewalttätigen zwischen Stilen, die von Normcore[2] bis Hardcore reichten sowie an linksalternative Looks erinnerten. Ihr Erscheinungsbild sorgte für eine derartige Verwirrung, dass das Gerücht verbreitet wurde, es habe sich bei einigen Krawallmachern um Anhänger der Antifa gehandelt.[3] Laut dem FBI gibt es für diese Annahme keine Hinweise.[4] Auch eine Datenbank des National Public Radio mit Festnahmeprotokollen belegte,[5] dass keine der Personen, die bisher im Kontext der Ausschreitungen angeklagt wurden, Verbindungen zur Antifa besass, wohl aber zu rechtsextremistischen Organisationen.

Insgesamt offenbarte sich am Erscheinungsbild der Aufrührer:innen eine typische Methode des Stylens der transnationalen «New Global Far Right»-Bewegung:[6] die Verkörperung einer «obscurity in style».[7] Sie rekurriert auf die Strategie, kulturelle Konfigurationen von Moden und politischer Identität zu vervielfältigen und zu verschieben, nicht zuletzt mit dem Ziel, zugleich Grenzen des Sagbaren und der Gewalt zu verrücken.[8] Styles fungieren dabei als Elemente einer rechtspopulistischen «Vermittlungsstrategie», die rechtsextreme Inhalte in die «Mitte» der Gesellschaft rückt.[9] Durch Übernahmen, Permutationen und Überschreibungen von Dingen, Symbolen und Emblemen der politischen Linken und der Popkultur werden Semiotiken vestimentärer Rechts-links-Koordinaten unterminiert. Das Durcheinanderbringen von Kleiderordnungen ist also Programm. Diese Art des rechtsextremen «Etikettenschwindel[s]» wird seit Jahren aus verschiedenen Blickwinkeln erforscht.[10] Sie lässt sich als Facette eines gesamtgesellschaftlichen

2 Der Begriff Normcore wird 2013 von der Trendagentur K-Hole geprägt und mit einem unauffällig wirkenden Stil bestehend aus Casual- und Outdoorkleidung verbunden. K-Hole: Youth Mode. A Report on Freedom, 2013, khole.net/issues/youth-mode.

3 Qiu, Linda: Fact Check. A Year After the Breach, Falsehoods About Jan. 6 Persist. In: Nytimes.com, 5. 1. 2022, www.nytimes.com/live/2022/01/05/us/jan-6-fact-check.

4 Alba, Davey: F. B. I. says there is no evidence antifa participated in storming the Capitol. In: Nytimes.com, 8. 1. 2021, www.nytimes.com/2021/01/08/technology/fbi-says-there-is-no-evidence-antifa-participated-in-storming-the-capitol.html?searchResultPosition=12.

5 NPR.org, 28. 1. 2022, www.npr.org/2021/02/09/965472049/the-capitol-siege-the-arrested-and-their-stories.

6 Miller-Idriss, Cynthia: Hate in Homeland. The New Global Far Right. Princeton 2020.

7 Gaugele, Elke: The New Obscurity in Style. Alt-Right Faction, Populist Normalization, and the Cultural War on Fashion from the Right. In: Fashion Theory. The Journal of Dress, Body and Culture 23/6 (2019), S. 711–731; Hermansson, Patrik; Lawrence, David; Mulhall, Joe; Murdoch, Simon (Hg.): The International Alt-Right. Fascism for the 21st Century? New York 2020, S. 116–122.

8 Gaugele, Elke; Held, Sarah: Rechte Angriffe, toxische Effekte, neue Unübersichtlichkeiten. In: dies. (Hg.): Rechte Angriffe – toxische Effekte. Uniformierungen extrem Rechter in Mode, Feminismus und Popkultur. Bielefeld 2021, S. 11–38, hier S. 18.

9 Möller, Julia: Rechtsextremismus im Kontext rechter Ideologie und dessen Einfluss auf die «Mitte» der Gesellschaft – Aufgabe, Funktion und Interventionspotential. In: Lukas Boehnke, Malte Thran, Jacob Wunderwald (Hg.): Rechtspopulismus im Fokus. Theoretische und praktische Herausforderungen für die politische Bildung. Wiesbaden 2019, S. 216.

10 Schulze, Christoph: Etikettenschwindel. Die Autonomen Nationalisten zwischen Pop und Antimo-

Prozesses des Shifting Image[11] und der wechselseitigen Aneignungen von Styles und «multivokal[en]» Symbolen[12] beschreiben.

Dass die Strategie der Bild- und Dingwanderung in Richtung Stilverwirrung nicht neu ist, zeigte Diedrich Diederichsen in seinem Aufsatz «The Kids Are Not Alright». Schon Anfang der 1990er-Jahre, so Diederichsen, hätten Neonazis sämtliche Ideen von «Pop, Underground, [...] Tribalismus, Revolte, Abgrenzung etc.» adaptiert.[13] Doch aktuell erhält dieses Phänomen eine besonders toxische Qualität im Kontext einer transatlantischen rechten Kulturrevolution, die neue, dynamische Allianzen rechter Bewegungen grundiert und eine systematische Diskursverschiebung verfolgt. Das Ziel ist die Mobilisierung breiter Bevölkerungsschichten auf dem vermeintlich vorpolitischen Aktionsfeld des Emphatischen der populären Kultur.[14] Das Spiel mit (Anti-)Moden lässt sich dabei als Element vieler Strategien verstehen, bei denen sämtliche popkulturelle und linkspolitisch geprägte Narrative und Theorien besetzt und an faschistische Ziele und Zwecke angepasst werden.

In diesem Beitrag richtet sich der Fokus speziell auf die medialisierten Styles der Proud Boys, einer 2016 gegründeten rechtsextremen Organisation, die über Anhänger in Amerika und Europa verfügt[15] und neben anderen rechtsextremen Fraktionen nachweislich am Sturm auf das US-Kapitol beteiligt war.[16] Die Zahl der Mitglieder dieser Gruppierung kann laut der Organisation ACLED kaum präzise angegeben werden,[17] denn es handelt sich bei den Proud Boys zwar um eine hierarchisch strukturierte Bruderschaft mit in verschiedenen Bundesstaaten der USA organisierten «Chaptern», gleichzeitig treten die Proud Boys aber auch als Teil einer international verzweigten Alt-Right-Szene mit Mitgliedern in anderen Ländern auf. Die Grade der Mitgliedschaft in dieser Organisation scheinen zu variieren. Sie

derne. Baden-Baden 2017; Batzer, Jan: Zur Ästhetik der Identitären Bewegung. In: Lukas Boehnke, Malte Thran, Jacob Wunderwald (Hg.): Rechtspopulismus im Fokus. Theoretische und praktische Herausforderungen für die politische Bildung. Wiesbaden 2019; Hornhuff, Daniel: Neue Rechte und ihr Design. Bielefeld 2019; Miller-Idriss, Cynthia: The Extreme Gone Mainstream. Commercialisation and Far Right Youth Culture in Germany. Princeton 2017; Watzlawik, Jan C.: Gegenstände. Zur materiellen Kultur des Protests. Berlin 2016.

11 Richard, Birgit: Vom Hipster zum Black Metal: True vs. Fake auf YouTube und flickr. In: Kai-Uwe Hugger (Hg.): Digitale Jugendkulturen. Wiesbaden 2014, S. 48.

12 Korff, Gottfried: Antisymbolik und Symbolanalytik in der Volkskunde. In: Rolf Wilhelm Brednich, Heinz Schmitt (Hg.): Symbole. Zur Bedeutung der Zeichen in der Kultur. Münster 1997, S. 12.

13 Diederichsen, Diedrich: The Kids Are Not Alright. In: Elke Gaugele, Sarah Held (Hg.): Rechte Angriffe – toxische Effekte. Uniformierungen extremer Rechter in Mode, Feminismus und Popkultur [1992]. Bielefeld 2021, S. 201–214, hier S. 202.

14 Strick, Simon: Rechte Gefühle. Affekte und Strategien des digitalen Faschismus. Bielefeld 2021; Nagle, Angela: Kill All Normies. Online Culture Wars from 4Chan and Tumblr to Trump and the Alt-Right. Croyden 2017.

15 Die Proud Boys pflegen Verbindungen nach Deutschland und zur Identitären Bewegung Österreich (IBÖ). Kinsky, Carl: Proud Boys. Trumpismus und der Aufstieg ultranationalistischer Bruderschaften. Münster 2021, S. 50, 84 f.

16 Reid, Shannon E.; Valasik, Matthew: Alt-Right-Gang. A Hazy Shade of White. Oakland 2020, S. 28; Austen, Ian: Canada Formally Declares Proud Boys a Terrorist Group. In: Nytimes.com, 3. 2. 2021, www.nytimes.com/2021/02/03/world/canada/canada-proud-boys-terror-group.html.

17 https://acleddata.com/2021/04/22/actor-profile-proud-boys. The Armed Conflict Location and Event Data Project (ACLED) ist eine amerikanische Nichtregierungsorganisation, die sich auf die Sammlung und Auswertung von Daten im Zusammenhang mit politischen Konflikten konzentriert.

reichen von öffentlichen Initiationsritualen über Tattoos als Erkennungszeichen bis hin zu Teilnahmen an Demonstrationen. Erschwert wird die Schätzung der Mitgliederzahl nicht zuletzt dadurch, dass einige Anhänger ihre Verbindung zur Organisation leugnen.[18]

Der Begriff Style verweist hier auf ein Ensemble aus Textilien und Körpermodifikationen, wozu auch Frisuren, Bärte, Tätowierungen und Muskeln zählen. Er bezieht sich auf die Symbiose einer Kleid-Körper-Gestaltung, die in der kulturanthropologischen Forschung als Körpertechnik und Modekörper theoretisiert wird.[19] Das Interesse richtet sich vor allem auf den kommunikativen Charakter des Erscheinungsbildes der Proud Boys, dessen Bedeutung sich aus Tradierungszusammenhängen und Positionierungen in kulturellen und historischen Kontexten ergibt. Eine besondere Rolle spielt dabei das ambivalente Konzept des Hipsters, auf das sich die Gruppierung einerseits mit ihrem Style zu beziehen, von dem sie sich andererseits gleichzeitig abzugrenzen scheint. Im Zentrum der Analyse stehen neben den in Bildmedien visualisierten Outfits der Männer verschiedene Publikationen des ehemaligen Anführers Gavin McInnes sowie der Onlineversandhandel 1776, den die Proud Boys selbst betreiben und über den sie Textilien verkaufen. Durch die Analyse der unterschiedlichen Quellen wird deutlich, wie der Style der Gruppe mit guerillaartigen Strategien als Nazipop verbreitet wird.[20]

Im Folgenden geht es im ersten Schritt darum, die Proud Boys im Kontext der internationalen Alt-Right (Alternative Right) zu lokalisieren. Im zweiten Schritt wird dargelegt, wie der Style der Organisation in Relation zum medialen Genre der Streetstyles zu verorten ist und wie er mit Konzepten der Antimode und des Hipsters korrespondiert. Denn die Proud Boys erscheinen als Prototypen des sogenannten Nipsters – des Nazis im Hipstergewand. Dieser Konnex scheint brisant angesichts der Tatsache, dass die Gruppe 2016 von demselben Mann gegründet wird, der 1994 mit zwei Freunden das Magazin *Vice* ins Leben gerufen hat, dem selbst ernannten «Punk» und «Godfather of Hipsterdom»[21] Gavin McInnes. Obwohl mit dieser Fokussierung die Gefahr verbunden ist, dass zur Glorifizierung dieses Mannes beigetragen wird, liegt darin das Potenzial, beispielhaft an einer Person Ambivalenzen, Motive und Verschränkungen von Popkultur, Medien, Mode und Faschismus zu verdeutlichen. An McInnes lässt sich das Hybriditätspotenzial linker und rechter Distinktionspraxen im Bereich der emphatischen Popkultur

18 Im Mai 2021 sollen dem Telegram-Kanal der Proud Boys 35 500 Abonnent:innen gefolgt sein. Kinsky (Anm. 15), S. 39 f.

19 Craik, Jennifer: The Face of Fashion. Cultural Studies in Fashion. London 1993, S. 4 f.; Haller, Melanie: Mode, Macht, Körper. Wie sich Mode-Körper-Hybride materialisieren. In: Body Politics 3/6 (2015), S. 187–211.

20 Eco, Umberto: Über Gott und die Welt. Essays und Glossen [1985]. München 2020, S. 146–156; Denk, Larissa; Spille, Jan: Kleidsamer Protest – Medium und Moden des Protestes. In: Klaus Schönberger, Ove Sutter (Hg.): Kommt herunter, reiht euch ein. Eine kleine Geschichte der Protestformen sozialer Bewegungen. Berlin, Hamburg 2009, S. 211; Schröder, Burkhard: Nazis sind Pop. Berlin 2000; Schölzel, Hagen: Guerillakommunikation. Genealogie einer politischen Konfliktform. Bielefeld 2013.

21 The Daily Caller: «Godfather of Hipsterdom» Gavin McInnes: Feminism makes women miserable, 23. 10. 2013, http://dailycaller.com/2013/10/23/godfather-of-hipsterdom-feminism-makes-women-miserable.

besonders deutlich illustrieren. Denn der medienaffine Mann ist repräsentativ für diejenigen Rechtsaktivist:innen, die nicht popkulturelle Phänomene vom Rand aus kopieren, sondern die gleichsam aus der Mitte eines «hippen» Popdiskurses heraus faschistische Narrative mit einem weiten Resonanzradius entwickeln. Er beherrscht als ehemaliges Mitglied einer Punkband, als Medienunternehmer, Musik- und Modekritiker sämtliche Register der Popkultur sowie der Werbung.[22] Dank seiner Erfahrungen, Kontakte und medialen Netzwerke mit globaler Reichweite kann er seine politischen Ziele besonders dynamisch und effizient vorantreiben.

Auf der Grundlage modetheoretischer Überlegungen wird danach gefragt, welche Sinnkonstruktionen und Geschlechterbilder dem Style der Proud Boys zugrunde liegen, wobei auch misogyne, mode- und modernefeindliche Haltungen freigelegt werden, die dem Diskurs des Hipsters inhärent sind. Entgegen der Annahme, dass die Alt-Right Moden «appropriiert»,[23] wird die These vertreten, dass sich die Proud Boys nur solche Dinge aneignen, die aus ihrer Sicht nicht als Mode erscheinen, sondern als Antimode an rechtspopulistische Ideologien anschlussfähig sind. Im dritten Schritt wird an einzelnen Outfits verdeutlicht, wie sich die affektive Vermittlung einer vermeintlich subversiven Hipness als einer von vielen Gründen erweist, warum es diesen Männern innerhalb weniger Jahre gelungen ist, zu einer relevanten Gruppe in der politischen Landschaft Amerikas zu avancieren. Dem Konzept der Antimode kommt hier eine Schlüsselrolle als Agent der Entfesselung von Affekten zu. Denn das Attraktivitätspotenzial rechtspopulistischer Bewegungen basiert weniger auf einer explizit kommunizierten Doktrin als auf einem «Erregungspotential»[24] von Bildern und Narrativen, die mit Textilien verwoben sind. Es lässt sich auf einem postfaktischen Terrain des Imaginären verorten, auf dem sich Gefühle, Mentalitäten und Identifikationsprozesse entfalten.[25] Diese These knüpft sowohl an neuere Forschungen über die Alt-Right-Bewegung als auch an Analysen über den Faschismus von Saul Friedländer und Theodor W. Adorno an.[26] Mit Rekurs auf Christoph Schulzes Monografie über die Strategien der deutschen Autonomen Nationalisten verfolgt dieser Beitrag den Ansatz, dass den Dingpolitiken im Schein faschistischer Coolness Fragmente rechtsradikaler Praxis von longue durée inhärent sind.[27] Die Transfers und Umdeutungen von Styles als symbolische Dingpolitiken zu denken, zielt dabei auf die Betonung

22 Zu solchen Persönlichkeiten können auch die aus «Hipster-Playlists» bekannten Indierocker John Maus und Ariel Pink gezählt werden, die sich am 6. 1. 2021 unter den Anhänger:innen Trumps am Kapitol versammelten. Skrobala, Jurek: Indiegrösse und Trump-Fan – wie passt das zusammen? In: Spiegel.de, 16. 1. 2021, www.spiegel.de/kultur/musik/ariel-pink-indiegroesse-und-trump-fan-wie-passt-das-zusammen-a-c9065137-4e71-446e-b3b9-fd4e5fe1efc1.

23 Gaugele/Held (Anm. 8), S. 63.

24 Korff (Anm. 12), S. 12.

25 Frischlich, Lena: «Propaganda». Einblicke in die Inszenierung und Wirkung von Online-Propaganda auf der Makro-Meso-Mikro-Ebene. In: Klaus Sachs-Hombach, Bernd Zywietz (Hg.): Fake News, Hashtags & Social Bots. Neue Methoden populistischer Propaganda. Wiesbaden 2018, S. 159 f.

26 Adorno, Theodor W.: Aspekte des neuen Rechtsradikalismus. Ein Vortrag [1967]. Berlin 2019; Friedländer, Saul: Kitsch und Tod. Der Widerschein des Nazismus. München 1984.

27 Hermansson/Lawrence/Mulhall/Murdoch (Anm. 7), S. 11–23.

einer reziproken Symbol-Subjekt-Objekt-Relation.[28] Neu sind dabei die globalen Dynamiken der Alt-Right sowie die digitalen Formate, welche von Influencer:innen über Telegram-Kanäle bis hin zu Trolls und Guerillamarketing reichen und die Einflusssphäre dieser Gruppen massgeblich erweitern.[29] Schlussendlich zeigt sich aber, dass die (anti)modischen «Männerphantasien», die den Kleid-Körper-Konstruktionen des rechtsextremen «men's club» der Proud Boys zugrunde liegen, so neu nicht sind.[30]

Rechtspopulismus, Rechtsextremismus und Alt-Right

Die Proud Boys lassen sich im Spannungsfeld zwischen Rechtspopulismus, Rechtsextremismus und Alt-Right verorten. Bei allen drei Konzepten handelt es sich um Sammelbezeichnungen, die mit «kontroversem wissenschaftlich-analytischem [...] Gehalt aufgeladen sind».[31] Daher ist es zentral, diese Begriffe zunächst im Zusammenhang der Aktion und der Position der Proud Boys zu präzisieren. Zahlreiche Arbeiten betonen die Hybridität der «New Global Right», die «amorpher» und wandlungsreicher erscheint, als es Untersuchungen nahelegen, die von klar isolierbaren Vereinigungen ausgehen.[32] Die Proud Boys werden als Strömung der internationalen Alt-Right-«Manosphere» betrachtet.[33] Der Begriff Alt-Right erlangte 2008 durch den Nationalisten Richard Spencer Popularität. Spencer begreift ihn als US-amerikanische Variante der europäischen neuen Rechten. Als Vordenker und «Stichwortgeber» dieser Strömung gilt der Philosoph Alain de Benoist, der Initiator der Nouvelle droite.[34] Er steht für eine Scheinreformation des Rechtsradikalismus im Sinne einer Anpassung an moderne Diskurse, ein intellektuelles Verwirrspiel im Modus der Verschleierung von Bezügen zum Nationalsozialismus. Eine ideologische Nähe zum Dritten Reich stellt de Benoist dennoch her, indem er sich auf die «konservativen Revolutionäre» der Weimarer Republik und «Wegbereiter des Nationalsozialismus» wie Ernst Jünger, Oswald Spengler und Carl Schmitt bezieht.[35] Statt von «Rassen» spricht de Benoist von Identitäten und einem Ethnopluralismus,

28 Watzlawik (Anm. 10), S. 144.
29 Dickson, E. J.: The Rise and Fall of the Proud Boys. In: Rollingstone.com, 15. 6. 2021, www.rollingstone.com/culture/culture-features/proud-boys-far-right-group-1183966; Miller-Idriss (Anm. 10), S. 53.
30 Reid (Anm. 16), S. 24; Theweleit, Klaus: Männerphantasien [1977]. 2 Bände. Hamburg 2005.
31 Braun, Stephan; Geisler, Alexander; Gerster, Martin: Die extreme Rechte. Einleitende Betrachtungen. In: dies. (Hg.): Strategien der extremen Rechten. Hintergründe – Analysen – Antworten. Wiesbaden 2009, S. 15.
32 Strick (Anm. 14), S. 22.
33 Ebd., S. 210. Zu Manosphere vgl. Hermansson/Lawrence/Mulhall/Murdoch (Anm. 7), S. 163–180.
34 Boehnke, Lukas: Rechter Kulturkampf heute: Identitätskonstruktion und Framing-Strategien der Identitären Bewegung. In: ders., Malte Thran, Jacob Wunderwald (Hg.): Rechtspopulismus im Fokus. Theoretische und praktische Herausforderungen für die politische Bildung. Wiesbaden 2019, S. 97.
35 Funke, Hajo: Rechtsextreme Ideologien, strategische Orientierung und Gewalt. In: Stephan Braun, Alexander Geisler, Martin Gerster (Hg.): Strategien der extremen Rechten. Hintergründe – Analysen – Antworten. Wiesbaden 2009, S. 26 f.

worunter er die Vorstellung, «jede ‹Ethnie›, jedes ‹Volk› habe einen eigenen, natürlich angestammten Raum im Weltgefüge», versteht.[36]

Auf diese Ideologie Bezug nehmend versammeln sich unter dem Oberbegriff Alt-Right selbst ernannte Anwält:innen der «European American culture».[37] Der Philosoph Jason Stanley sieht in ihnen eine faschistische Bewegung und warnt, dass sich die USA in einer Phase der systematischen Legalisierung des Faschismus befänden.[38] Auch wenn sich die Proud Boys als «Alt-Lite» bezeichnen, also als angeblich weniger extremistisch, zählen sie als «Alt-Right-Gang» eindeutig dazu.[39] Die kanadische Regierung stuft die «all-male organization» als terroristische Vereinigung ein, deren Mitglieder frauenfeindliche, islamfeindliche, antisemitische und einwanderfeindliche Ideologien vertreten sowie mit weiss-suprematistischen Gruppen sympathisieren. Die Organisation strebt mit anderen Anhänger:innen der «Global Far Right» Synergieeffekte an.[40]

Der Begriff Populismus ohne das Präfix «Rechts» bezieht sich auf eine Art der Kommunikation, die auf Dichotomisierungen wie «gutes Volk»/«korrupte Eliten» beruht.[41] Als zentrales Merkmal des Rechtspopulismus der Proud Boys erweist sich ein Denken in Antagonismen, das sich folgendermassen strukturiert: Die Abwehr richtet sich gegen ein Oben, das sogenannte Establishment, worunter sie einen Komplex von Wirtschaftsunternehmen, Demokrat:innen und Mainstreammedien, Intellektuellen und #MeToo-Aktivist:innen verstehen. Die Abgrenzung der ultrachauvinistischen Proud Boys, die sich im Kern als Kämpfer für eine männliche Hegemonie verstehen, zielt jedoch nicht nur auf ein Oben, sondern auch auf ein Unten im Sinne der Abwertung von Einwander:innen, Minderheiten und Bewegungen von Black Lives Matter bis hin zur Antifa.[42] Diese Doppelabwehr nach oben und nach unten tritt als Doppelhass in Erscheinung, der sich einerseits gegen Erfolgsträger:innen und andererseits gegen Verlierer:innen und Gegner:innen des Kapitalismus richtet. Diese Paradoxie kennzeichnet sowohl den Rechtspopulismus als auch den Rechtsradikalismus, den Adorno zufolge «Theorielosigkeit» kennzeichne: Rechtsradikale würden die «Schuld an ihrer eigenen potentiellen Deklassierung» nicht auf die «Apparatur» schieben, die ihre soziale Abwärtsbewegung bewirkt.[43] Vielmehr richten sie ihre Attacken gegen Gruppen, von denen sie glauben, dass sie

36 Grigori, Eva; Trebing, Jerome: Jugend an die Macht – Zugriffe neurechter Bewegungen auf die Jugendarbeit am Beispiel der Gruppen «Identitäre Bewegung» und «KontraKultur». In: Lukas Boehnke, Malte Thran, Jacob Wunderwald (Hg.): Rechtspopulismus im Fokus. Theoretische und praktische Herausforderungen der politischen Bildung. Wiesbaden 2019, S. 140.

37 Strick, Simon: The Alternative Right, Masculinities, and Ordinary Affect. In: Gabriele Dietze, Julia Roth (Hg.): Right-Wing Populism and Gender. European Perspectives and Beyond. Bielefeld 2020, S. 207.

38 Stanley, Jason: America is now in fascism's legal phase. In: TheGuardian.com, 22. 12. 2021, www.theguardian.com/world/2021/dec/22/america-fascism-legal-phase.

39 Reid/Valasik (Anm. 16), S. 7.

40 Strick (Anm. 37), S. 210; Hermansson/Lawrence/Mulhall/Murdoch (Anm. 7), S. 3–7.

41 Boehnke, Lukas; Thran, Lukas: Defizitäre Populismusbegriffe: Von der Defizitperspektive zur ideologietheoretischen Analysekompetenz. In: Lukas Boehnke, Malte Thran, Jacob Wunderwald (Hg.): Rechtspopulismus im Fokus. Theoretische und praktische Herausforderungen für die politische Bildung. Wiesbaden 2019, S. 13.

42 Kinsky (Anm. 15), S. 17.

43 Adorno (Anm. 26), S. 10.

ihre «naturgegebenen» Herrschaftsansprüche bedrohen könnten. Sie unterstellen ihnen Lügen und legitimieren dadurch Gewalt als Notwehr. Als häufiges Motiv erweist sich dabei die Selbstviktimisierung als Werkzeug der «affektive[n] Mobilmachung».[44]

Typische Merkmale des Rechtspopulismus sind mediamilitärische Operationen, die den Anweisungen des *Handbuchs der Kommunikationsguerilla* zu folgen scheinen.[45] Diesem ist ein Zitat von Roland Barthes vorangestellt: «Ist die beste Subversion nicht die, Codes zu entstellen, statt sie zu zerstören?»[46] Es scheint sich zu bewahrheiten, was Diedrich Diederichsen 1992 feststellte: Der Poststrukturalismus und die Dekonstruktion sind längst «in rechte Hände gefallen».[47] Als zentrale Ursache für die guerillaartigen Stilverwirrungen der Alt-Right lässt sich diese Strategie der operationalen Anpassung an aktuelle Diskurse identifizieren.[48] Diese Methode geht mit einem Relativismus als Durchsetzungsstrategie einher, bei der ein dogmatischer Rassismus durch einen sogenannten weicheren Kulturalismus ersetzt wird.[49] Er hat das Ziel, Stigmatisierungen zu vermeiden und diverse Verbündete, zu denen übergangsweise auch People of Color, Feminist:innen[50] und Homosexuelle zählen können, für den Kampf gegen ein übergeordnetes Feindbild zu akquirieren. Aus dem Mangel an programmatischer Präzision folgt ein Selbstwiderspruch, der vorläufig zugunsten eines höheren Ziels strategisch instrumentalisiert wird.[51] Mit dem Verweis, People of Color in ihrer Organisation aufgenommen zu haben, blocken etwa die Proud Boys sämtliche Vorwürfe ab, eine weiss-suprematistische Bewegung zu sein.[52] So fungieren People of Color als willkommene «Kronzeug:innen» der vermeintlichen Abwesenheit von Rassismen.[53] Als propagandistischer Vorteil erscheint es dann, wenn sich etwa der Nachfolger von McInnes, der Afrokubaner Enrique Tarrio, als Vorsitzender der Proud Boys in Szene setzt.[54] Dieses Phänomen bezeichnet die Politikwissenschaftlerin Christina Beltrán als «multiracial whiteness».[55] Sprachlich drückt sich dieser Relativismus in einer Begriffsverschiebetaktik aus, die ihre Entsprechung in Motivwanderungen

44 Gaugele/Held (Anm. 8), S. 11.
45 Autonome a.f.r.i.k.a.-gruppe; Blisset, Luther; Brünzels, Sonja: Handbuch der Kommunikationsguerilla. Berlin, Hamburg 2012, http://kguerilla.org/virtual/ueber.htm.
46 Autonome a.f.r.i.k.a.-gruppe et al. (Anm. 45).
47 Diederichsen (Anm. 13), S. 206.
48 Funke (Anm. 35), S. 27.
49 Zorn, Daniel-Pascal: Ethnopluralismus als strategische Option. In: Jennifer Schellhöh, Jo Reichertz, Volker M. Heins, Armin Flender (Hg.): Grosserzählungen des Extremen. Neue Rechte, Populismus, Islamismus. Bielefeld 2018, S. 28.
50 Farris, Sara R.: Femonationalismus. Konvergenzen und ideologische Formationen im Namen der Frauenrechte. In: Gaugele/Held (Anm. 8), S. 107–128; Kaiser, Susanne: Politische Männlichkeit. Wie Incels, Fundamentalisten und Autoritäre für das Patriarchat mobilmachen. Berlin 2020.
51 Dennoch verwenden die Proud Boys «White Power»-Symbole wie das O.-K.-Handzeichen, um Rassisten ihre Sympathie zu bekunden. Reid/Valasik (Anm. 16), S. 25.
52 Kinsky (Anm. 15), S. 21.
53 Ebd., S. 13.
54 Coasten, Jane: The Proud Boys, Explained. In: Vox.com, 1. 10. 2020, www.vox.com/2018/10/15/17978358/proud-boys-trump-biden-debate-violence. Über Hintergründe von Charlottesville Hermansson/Lawrence/Mulhall/Murdoch (Anm. 7), S. 251–258.
55 Beltrán, Cristina: Opinion: To understand Trump's support, we must think in terms of multiracial

der Mode findet. Wiederholt wird der Terminus «Westen» anstelle des «verpönten Ausdrucks Rasse» gesetzt.[56] Wie zahlreiche Anhänger:innen der internationalen Alt-Right vertreten auch die Proud Boys einen Nativismus[57] nach dem Motto «The West is the Best».[58] Und wie viele Rechtspopulisten inszenieren sie sich dabei als Opfer. Im Namen der Freiheit verwenden sie Begriffe und Zeichen «der linken Emanzipationsbewegungen» und des Empowerments mit dem Effekt, dass demjenigen, der «nicht genau aufpasst, [...] die Verabsolutierung des Eigenen», die dabei gefordert wird, entgeht.[59] Als politische Ziele der Proud Boys lassen sich folgende Punkte nennen: westlicher Chauvinismus, Reduzierung der Macht des Staats, Maximierung der Macht von Männern, geschlossene Grenzen, «Anti-Politische Korrektheit, Anti-Rassenschuld»[60] mit der gleichzeitigen Suggestion eines angeblichen Antirassismus.

Zu den zentralen Persönlichkeiten der Propagierung dieser Programmatik zählte bis 2018 der Begründer der Organisation, Gavin McInnes. Als Mitherausgeber eines globalen Massenmediums, zu dem *Vice* in den 2000er-Jahren heranwächst, verfügt er über weitreichende Kenntnisse über die Inszenierung einer coolen und popaffinen «cutting edge»-Ästhetik.[61] McInnes ist bis zu seiner Trennung von der Firma im Jahr 2008[62] mitverantwortlich dafür, dass sich das Magazin *Vice*, welches als Fanzine gegründet wurde, als Sprachrohr von Punk- und alternativen Szenen vermarktet. Diese Subkulturen, die in den 1980er-Jahren in der Tradition des Situationismus «laienhafte» Formen semiotischer Widerständigkeit herausgebildet haben, gelten als «wichtige Stationen» zwischen «Avantgardekunst und Guerillakommunikation».[63] *Vice* scheint sich am Vorbild der britischen Zeitschrift *i-D* zu orientieren. *i-D* gilt als erstes Nischenmagazin, das sich in den 1980er-Jahren mit einer vom Punk beeinflussten Ästhetik des Ordinären auf Musik- und Jugendkulturen spezialisierte.[64] Ende der 1990er-Jahre überführen *Vice* und *i-D* das Genre

Whiteness. In: Washingtonpost.com, 15. 1. 2021, www.washingtonpost.com/opinions/2021/01/15/understand-trumps-support-we-must-think-terms-multiracial-whiteness/.

56 Zorn (Anm. 49), S. 28.

57 Zum Nativismus vgl. Boehnke/Thran (Anm. 41), S. 19.

58 Gollner, Adam Leith: The Secret History of Gavin McInnes. In: Vanityfair.com, 29. 6. 2021, www.vanityfair.com/news/2021/06/the-secret-history-of-gavin-mcinnes.

59 Zorn (Anm. 49), S. 30.

60 Kinsky (Anm. 15), S. 84.

61 Steel, Emily: At Vice, Cutting-Edge Media and Allegations of Old-School Sexual Harassment. In: Nytimes.com, 23. 12. 2017, www.nytimes.com/2017/12/23/business/media/vice-sexual-harassment.html.

62 Über die Gründe für McInnes' Zerwürfnis mit seinen Kollegen Suroosh Alvi und Shane Smith vom Magazin *Vice* kursieren diverse Gerüchte. Angeblich gab es eine Schweigevereinbarung. Im Kontext der #MeToo-Bewegung war *Vice* mit zahlreichen Klagen von Mitarbeiter:innen konfrontiert, die sich über die sexistische Firmenkultur beschwerten. 2018 übernahm Nancy Dubuc die Rolle des CEO. Heute positioniert sich *Vice* gegen Frauenhass und die Alt-Right. Vgl. Gollner/Leith (Anm. 58).

63 Schölzel (Anm. 20), S. 226.

64 Lynge-Jorlén, Ane: Niche Fashion Magazines. Changing the Shape of Fashion. London 2017; Rocamora, Agnès; O'Neill, Alistair: Fashioning the Street: Images of the Street in the Fashion Media. In: Eugenie Shinkle (Hg.): Fashion as Photograph. Viewing and Reviewing Images of Fashion. London, New York 2008, S. 186 f.; Watzlawik, Jan C.: Strassen, Stile, Sensationen. Die Präsenz des Streetstyles in Weblogs. In: Gudrun M. König, Gabriele Mentges (Hg.): Medien der Mode. Berlin 2010, S. 127 f.

Streetstylefotografie in digitale Formate.[65] Stärker als *i-D* grenzt sich *Vice* mit einem «edgy content» ab, worunter die Verbindung von Mode und Gewalt, «Sex, Drugs and Rock 'n' Roll» verstanden wird.[66] McInnes nimmt eine Schlüsselposition zwischen «alternativen» Modemedien und der Diffusion rechtsradikaler Inhalte ein, indem er sich als Richter von Streetstylefotografien inszeniert. Seine als Humor kaschierten Auf- und Abwertungen der fotografierten Personen sind von rassistischen und sexistischen Kommentaren geprägt. Sie erscheinen 2004 im Bildband *Vice Dos and Dont's. 10 Years of Vice Magazine's Street Fashion Critiques.*[67] Nach seiner Trennung von *Vice* setzte er seine Modekritiken auf seiner eigenen Website streetcarnage.com fort und brachte 2010 eine Sammlung seiner Statements im Buch *Street Boners. 1,764 Hipster Fashion Jokes*[68] heraus.

Dass sich McInnes' Weg vom Streetstyle zum Streetfight als kurz erweist, zeigt sich, als er 2016 kaum als Fashion-Joke getarnt mit den Proud Boys in Erscheinung tritt. Die Alt-Right-Gang verkörpert einen Style, den die Presse als «hipster racism»[69] bezeichnet und mit dem Wort Nipster auf den Begriff bringt.[70] Bereits zwei Jahre vor der Entstehung der Gruppe taucht diese Wortschöpfung in einem Artikel des *Rolling Stone* auf, in dem das Erscheinungsbild der deutschen Neonaziszene verhandelt wird: «Heil Hipster: The Young Neo-Nazis Trying to Put a Stylish Face on Hate».[71] McInnes und seine Mitstreiter, etwa der schwule Proud Boy und ehemalige Breitbart-Redakteur Milo Yiannopoulos,[72] beherrschen diese Technik der digitalen Aufmerksamkeitsökonomie virtuos, indem sie die Differenzpolitik der Alt-Right als punkige Provokationsform des *épater le bourgeois* ins rechte Lager übersetzen.[73] Die Alt-Right wird als neue Coolness, Hassrede als Anarchie, Gewalt als ein «1968 von rechts» verkauft, um die Bewegung vom Ruch des verpönten «Nazis» zu befreien.[74] Exemplarisch hierfür ist auch McInnes' Selbstinszenierung als Seelenverwandter des verstorbenen The-Clash-Sängers Joe Strummer: «We got along smashingly.»[75] Als das FBI die Proud Boys 2018 als rechtsextremistische Gefahr einstufte sowie Twitter und Facebook alle Konten von McInnes sperrten, trat

65 Heute gehört *i-D* zu Vice Media.
66 Steel (Anm. 61).
67 Alvi, Suroosh; McInnes, Gavin (Hg.): Vice Dos and Don'ts. 10 Years of *Vice* Magazine's Street Fashion Critiques. New York 2004.
68 McInnes, Gavin: Street Boners. 1,764 Hipster Fashion Jokes. New York 2010.
69 Hemmer, Nicole: Tweedy racists and «ironic» anti-Semites: the alt-right fits a historical pattern. In: Vox.com, 2. 12. 2016, www.vox.com/the-big-idea/2016/12/2/13814728/alt-right-spencer-irony-racism-punks-skinheads.
70 Reid/Valasik (Anm. 16), S. 24.
71 Rogers, Thomas: Heil Hipster: The Young Neo-Nazis Trying to Put a Stylish Face on Hate. In: Rollingstone.com, 23. 6. 2014, www.rollingstone.com/culture/culture-news/heil-hipster-the-young-neo-nazis-trying-to-put-a-stylish-face-on-hate-64736.
72 Kinsky (Anm. 15), S. 49, 59. Siehe zu Yiannopoulos Paula-Irene Villas Artikel «Eure Gefühle sind mir schnuppe». In: Zeit.de, 10. 2. 2017, www.zeit.de/kultur/2017-02/milo-yiannopoulos-populismus-usa-donald-trump-breitbart-10nach8.
73 Marantz, Andrew: Anti Social. How Online Extremists Broke America. New York 2019, S. 13.
74 Strick (Anm. 37), S. 207; Kinsky (Anm. 15), S. 49, 59; Marantz (Anm. 73), S. 25.
75 McInnes, Gavin: The Death of Cool. New York 2013, S. 117.

er als Führer der Organisation zurück, um Strafprozessen zu entgehen.[76] Dennoch blieb er im medialen Diskurs als «Strippenzieher» sichtbar.[77]

Streetstyles, Hipster und Frauenhass

Für das Verständnis des Nipsterstyles der Proud Boys ist es zentral, die häufig unscharfe Bedeutung der Sozialfigur Hipster in Relation zur Oppositionskonstruktion Mode – Antimode zu exemplifizieren. Denn die Gruppe verkörpert einen Holzfällerlook, der zwar als nicht modisch intendiert war, aber in den 2010er-Jahren als hip und modisch rezipiert wurde. Während einige Medien McInnes unterstellten, im Magazin *Vice* dem Hipster zur weltweiten Popularität verholfen zu haben, bezeichnete er sich selbst nicht als solchen und distanzierte sich auch in seinen Kritiken wiederholt von der zeitgenössischen Vorstellung vom Hipster als Modetypus. Vielmehr bezog er sich mit den Proud Boys auf ein nostalgisches Konzept von Hipness, das im 20. Jahrhundert in Popromanen von einer literarischen Figur repräsentiert wird, die sich durch Subversivität, Ironie, eine Antihaltung, Ressentiments gegen den sogenannten Mainstream und nicht zuletzt einen «Hang zur Aggressivität» auszeichnet.[78]

Insgesamt koexistieren im Mode- und Popdiskurs zwei Hipsterbegriffe.[79] Auf diese beziehen sich auch die Proud Boys: Sie identifizieren sich nämlich mit dem positiv gewerteten Hipster des 20. Jahrhunderts als männlich cooler Antimoderebell und grenzen sich von dem negativ gewerteten Hipster des 21. Jahrhunderts als effeminiertes Modeopfer ab.

Der historische Hipster des 20. Jahrhunderts wird häufig mit der Beat Generation und den Beatniks der 1940er- bis 1960er-Jahre verbunden.[80] Dieser Typus ist Gegenstand von zahlreichen Aufsätzen und wird 1957 von Norman Mailer mit dem rassistischen Konzept des «White Negroe» belegt.[81] Nach wie vor taucht es in Feuilletons als Definition für weisse, männliche Jazzenthusiasten auf.[82] Mit dieser Figur des Hipsters wird heute ein überwiegend positives Image US-amerikanischer

76 Kinsky (Anm. 15), S. 60.
77 Gollner (Anm. 58). McInnes betreibt aktuell den Podcast *Get Off My Lawn*.
78 Geer, Nadja: Gelebte Pop-Ästhetiken. Dandy, Flaneur, Hipster. In: Claudia Benthien, Ethel Matala de Mazza, Uwe Wirth (Hg.): Handbuch Literatur & Pop. Berlin 2019, S. 284–303.
79 Greif, Mark: Positionen. In: ders. (Hg.): Hipster. Eine transatlantische Diskussion. Frankfurt am Main 2012, S. 28.
80 Diederichsen, Diedrich: Coolness. Souveränität und Delegation. In: Jörg Huber (Hg.): Person/Schauplatz. Zürich 2003 (Interventionen 12), S. 246.
81 Broyard, Anatole: Portrait of the Hipster. In: Partisan Review 15/6 (1948), S. 721–727; Diederichsen (Anm. 80), S. 243–254; Hebdige, Dick: Subculture. The Meaning of Style [1979]. London 2007, S. 46–51; Mailer, Norman: The White Negro [1957]. In: Dissent, 20. 6. 2007, www.dissentmagazine.org/online_articles/the-white-negro-fall-195.
82 Der «erste Hipster», Mezz Mezzrow, wird als «white negro» bezeichnet, der von «schwarzen Musikern und Drogendealern angezogen» war. Fischer, Jonathan: Der erste Hipster. In: Süddeutsche Zeitung, 22./23. 1. 2022, S. 51.

Coolness imaginiert.[83] Coolness, so könnte man für den historischen Hipster zusammenfassen, wird dort lokalisiert, wo das weisse Spiessertum und der Bürokratismus nicht sind.[84] Diese Vorstellung findet sich auch im Aussehen des historischen Hipsters wieder, das als «down-dressing» in Opposition zum Karrieristen im Anzug geschildert wird.[85] Es handelt sich dabei um einen Männlichkeitsentwurf, was auch im grammatikalischen Geschlecht des Hipsters angelegt ist: Es gibt keine Hipsterin. Der historische Hipster wird mit ungeordnetem Haar, Breton-Shirts, schwarzen Rollkragenpullovern, «baggy chino trousers», «faded blue jeans» sowie Tattoos verknüpft und als rebellisch interpretiert.[86] Coolness erweist sich in diesem Kontext als ein «mode of masculinity»[87] einer lässigen «I don't-care»-Attitüde gegenüber bürgerlichen Werten.[88] Gleichzeitig wird diese Coolness als Befreiung vom bourgeoisen «Modediktat», als Ablehnung der weiblich codierten Hysterie der Mode gedeutet und mit dem Konstrukt Antimode verbunden.[89]

Denn Mode wird seit dem 19. Jahrhundert in dichotomischer Differenz zu Männlichkeit konzeptualisiert[90] und repräsentiert in der westlichen Moderne nicht nur Feminität und Effemination, sondern auch Unbeständigkeit, Inhaltsleere und Oberflächlichkeit, während Antimode Maskulinität, Beständigkeit, Geist und Substanz signalisiert.[91] Obwohl Antimode «nichts anderes ist als der dialektische Gegenschlag *innerhalb* eines modischen Prozesses, ‹Antimode als Mode›»,[92] herrscht dennoch im Alltagsverständnis die Vorstellung von der Antimode als Gegensatz zur Mode vor. Dieser binären Logik zufolge werden als Modeopfer diejenigen bezeichnet, die sich mit Haut und Haaren der Mode ausliefern und ihre Autonomie verlieren.[93] Während dem Modeopfer «no distance to his objects»[94] unterstellt wird, bedeutet Coolness, eine kühle Distanz gegenüber Trends zu wahren.[95]

83 Rüß, Catharina: Hipster and (Anti-)Fashion. In: Heike Steinhoff (Hg.): Hipster Culture. New York 2021, S. 108.

84 Diederichsen (Anm. 80), S. 243–254; Polhemus, Ted: Fashion and Anti-Fashion. Exploring Adornment and Dress from an Anthropological Perspective. London 2011, S. 17.

85 Polhemus (Anm. 84), S. 7.

86 Geczy, Adam; Karaminas, Vicki: Fashion and Masculinities in Popular Culture. New York 2018, S. 60.

87 Fraiman, Susan: Cool and the Second Sex. New York 2003, S. xii.

88 Hebdige (Anm. 81), S. 46–51.

89 Hollander, Anne: Anzug und Eros. Eine Geschichte der modernen Kleidung. Berlin 1995, S. 258–261; Polhemus (Anm. 84), S. 17.

90 Simmel, Georg: Philosophie der Mode. In: ders.: Die Philosophie der Mode. Die Religion, Kant und Goethe, Schopenhauer und Nietzsche (Gesamtausgabe, Bd. 10), hg. von Michael Behr et al. Frankfurt am Main 1995, S. 23 f.; Veblen, Thorstein: The Theory of the Leisure Class [1899]. Oxford 2007, S. 118–123.

91 Rüß (Anm. 83), S. 112.

92 Bausinger, Hermann: Zu den Funktionen der Mode. In: Schweizerisches Archiv für Volkskunde 68/69 (1972/73). Festschrift für Robert Wildhaber zum 70. Geburtstag am 3. 8. 1972, S. 24 (Hervorhebung im Original).

93 Schiermer, Bjørn: Fashion Victims: On the Individualizing and Deindividualizing Powers of Fashion. In: Fashion Theory. The Journal of Dress, Body and Culture 14/1 (2010), S. 89.

94 Ebd., S. 87.

95 Coolness ist vielschichtig und kann an divergierende Kulturen und Geschlechter geknüpft sein. Hier handelt es sich um eine Facette der Coolness im westlichen Modediskurs. Vgl. Rüß, Catharina: Looking Cool in Black Leather. In: Fashion Studies Journal, 4. 2017, www.fashionstudiesjournal.org/4-essays-/2017/7/28/cool-poses-with-leather-jackets.

Mit dieser Dichotomie ist auch ein Männlichkeitsmythos verknüpft, der Coolness an Maskulinität bindet, Maskulinität wiederum an Farblosigkeit und Uniformität koppelt.[96] Ignoriert wird dabei die Tatsache, dass Uniformen «*auch* modischen Charakter besitzen».[97] Coolness prägt nicht zuletzt das Konzept der Antimode vom historischen Hipster bis hin zu diversen «Distinktionsästhetik[en]»[98] der Jugend- und Subkulturen des 20. Jahrhunderts. In seiner Untersuchung über Antimoden stellt Fred Davis fest, dass diese ihren Style als ein Ausserhalb der kommerziellen Bekleidungsmode begreifen, dabei aber die wechselseitigen Dynamiken der Textilien im Konsum- und Modeprozess verdrängen.[99] Diese Art der Externalisierung des Eigenen bezeichnet Bjørn Schiermer als Hybris, als ein absolutes, aber illusionäres Vertrauen in die eigene Autonomie.[100] Wenig erstaunlich ist es daher, dass weiblich codierte Moden in Präsentationen von Subkulturen weniger vorkommen und Jugendkulturen oft als Boy-Clubs dargestellt werden.[101] Ähnlich argumentiert Sarah Thornton in ihrer Studie *Club Cultures*. Thornton zeigt, wie Hipness als männlicher Habitus imaginiert wird, der mit einem Geheimwissen über popkulturelle Codes verwoben als Opposition zum weiblich konnotierten Mainstream erscheint.[102] Auf diese Hipness referieren auch die Proud Boys mit ihrem Style.

Seit Ende der 1990er-Jahre taucht im Sprachgebrauch vermehrt der Hipster als Bezeichnung für einen «inner city chic» einer «creative-minded, neo-liberal youth» auf.[103] Mit Hipstern werden nun «indie», «arty-looking, vintage-clad inhabitants» assoziiert,[104] weniger aber Akteure einer spezifischen Subkultur verbunden. Vielmehr erweist sich der Hipsterbegriff als eine narrative Figur des «Otherings», die in Sprechakten erzeugt wird und dazu dient, Milieus wie die Creative Industry oder Creative Class[105] zu stereotypisieren oder als «Sündenbock» für Gentrifizierungen zu karikieren.[106] Die in diesem Kontext Hipstern zugeschriebenen Moden wechseln zwischen den 2000er- und den 2020er-Jahren von Nerds[107] über mus-

96 Kaiser, Susan; Hethorn, Janet; Freitas, Anthony: Masculinities in Motion: Beyond the Fashion-versus-Uniformity Binary. In: Gabriele Mentges, Dagmar Neuland-Kitzerow, Birgit Richard (Hg.): Uniformen in Bewegung. Vestimentäre Praktiken zwischen Vereinheitlichung, Kostümierung und Maskerade. Münster 2007, S. 203.

97 Bausinger (Anm. 92), S. 25.

98 Korff (Anm. 12), S. 26.

99 Davis, Fred: Antifashion. The Vicissitudes of Negation. In: Malcolm Barnard (Hg.): Fashion Theory. A Reader. New York 2020, S. 99. Zum Modesystem vgl. Entwistle, Joanne: The Fashioned Body. Fashion, Dress and Modern Social Theory. Cambridge 2000, S. 44.

100 Schiermer (Anm. 93), S. 84.

101 McRobbie, Angela; Garber, Jenny: Girls and Subcultures. In: Stuart Hall, Tony Jefferson (Hg.): Resistance Through Rituals in Post-War Britain [1976]. London 2006, S. 177–188.

102 Thornton, Sarah: Club Cultures. Music, Media and Subcultural Capital. Cambridge 1995, S. 13, 114 f.

103 Geczy, Adam; Karaminas, Vicki: Fashion and Masculinities in Popular Culture. New York 2018, S. 62 f.

104 McCauley, Jay Bowstead: Menswear Revolution. London 2018, S. 15.

105 Florida, Richard: The Rise of the Creative Class. New York 2002, S. 190–210; McRobbie, Angela: Everyone is Creative: Artists as New Economy Pioneers? In: Tony Bennett, Elizabeth Silva (Hg.): Everyday Life in Contemporary Culture. Durham 2003, S. 184–210.

106 Rüß (Anm. 83), S. 106; Steinhoff, Heike: Hipster Culture: A Definition. In: dies. (Hg.): Hipster Culture. New York 2021, S. 21.

107 Kohut, Annekathrin: Nerds. Eine Popkulturgeschichte. München 2022, S. 208 f.

kulöse Holzfällertypen bis hin zu «Shipstern» mit Schiffermützen.[108] Regelmässig werden diese Trendwechsel in den Medien mit der Proklamierung des Todes des Hipsters begleitet. Gemeint ist damit nur die Verabschiedung einer Mode. Denn transformiert in einen neuen Look ersteht die narrative Figur des Hipsters wieder von den Toten auf.[109]

Der Hipsterbegriff der Gegenwart lässt sich also in einem Spannungsfeld zwischen Mode und Antimode verorten. Er taucht im Modediskurs wiederholt als pejorative Bezeichnung für Akteure auf, denen unterstellt wird, Antimode nur vorzutäuschen, in Wahrheit aber wie Modenarren im In-und-out-Karussell der Mode gefangen zu sein.[110] Der Hipster der Gegenwart wird zum Synonym für eine «männliche Modepuppe».[111] Wie Modekritik dabei in Hipsterkritik kippen und sich bis zum Hipsterhass steigern kann, zeigt sich Mitte der 2000er-Jahre, als Streetstyleblogs an Konjunktur gewinnen.[112] Während in dieser Ära modisch gekleidete Streetstylefotografen wie The Sartorialist als Hipster[113] typisiert werden, tauchen zeitgleich Hipsterbashings auf Websites wie «Look at this fucking Hipster» oder in McInnes' «DOs & DON'Ts»-Kritiken des Magazins *Vice* sowie auf seiner Plattform streetcarnage.com auf.[114] Vielfach richtet sich der dort geteilte Hipsterhass gegen männliche «fashionable scenesters», die nicht als «wahrhaft coole» Kerle erscheinen.[115] McInnes spielt in diesem Diskurs eine zentrale Doppelrolle. Obwohl er sich selbst im hippen Vintagelook eines «mod from the 70s»[116] inszeniert, verbreitet er die Rhetorik des Otherings, das heisst des Hipster-Bashings und der Ressentiments gegen genderfluide Akteure der Creative Class. Als kulturpessimistischer «Hipster» institutionalisiert er gleichsam den Hipsterhass, «aus retro wird reaktionär».[117] Immer wieder lässt er in seinen Streetstylekritiken seinen Ressentiments gegen «would-be-trendsetters»[118] und queere Personen freien Lauf. Vor allem Männer in bunten Textilien kommentiert er als «stupid asshole» oder «hippie faggot pig boy».[119] Dagegen zeigt er sich fasziniert vom Kleidungsstil der Rechtsextremen auf einer Neonazidemonstration in Berlin: «The Nazis have amazing graphic design

108 Rüß (Anm. 83), S. 105.
109 Ebd., S. 115.
110 Ebd., S. 116.
111 Deutschlandfunk: Das Phänomen Hipster. Eine männliche Modepuppe, 21. 11. 2016, www.deutschlandfunk.de/das-phaenomen-hipster-eine-maennliche-modepuppe-100.html.
112 Rocamora, Agnès; O'Neill, Alistair: Fashioning the Street: Images of the Street in the Fashion Media. In: Eugénie Shinkle (Hg.): Fashion as Photograph. Viewing and Reviewing Images of Fashion. London, New York 2008, S. 185–199.
113 Richard (Anm. 11), S. 46.
114 Die Seite StreetCarnage.com ist gelöscht worden. Nur der Twitter-Kanal @Street_Carnage ist auffindbar. Der letzte Post stammt vom 7. 2. 2018.
115 McCauley (Anm. 104), S. 14.
116 McInnes (Anm. 68), S. 3.
117 Ingold, Simon M.: Was haben Hipster mit amerikanischen Rechtsnationalisten zu tun? In: Neue Zürcher Zeitung, 9. 3. 2021, www.nzz.ch/feuilleton/hipster-gavin-mcinnes-gruender-der-proud-boys-gehoerte-zu-ihnen-ld.1601020.
118 Hart, Hugh: Snarky Hipster, Skewers Fashion, Blunders in Street Boners. In: Wired.com, 9. 6. 2010, www.wired.com/2010/06/street-boners.
119 McInnes (Anm. 68), S. 241.

skills and their outfits are neat as a pin.»[120] Die coole Antihaltung als Provokation und Distinktion um jeden Preis führt in McInnes' Fall zur Bejahung einer faschistischen Uniformästhetik, die auch im Erscheinungsbild der Proud Boys zum Ausdruck kommt. Diejenigen, die nicht McInnes' Vorstellungen einer heteronormativen Geschlechterbinarität entsprechen, werden Spott und Häme ausgesetzt. Zudem sind seine Kommentare von einem misogynen männlichen Blick geprägt. Frauen werden in der Regel als Sexobjekte angesehen: «you will get so horny your pants will rip», «[f]ucking them is like raping Tinkerbell», «put those boobs in your hand».[121] Insgesamt lässt sich an diesen Streetstylekritiken ein Weltbild freilegen, das sich im Style der Proud Boys widerspiegelt. Es handelt sich um das Erscheinungsbild des Nipsters: die Verkörperung einer rückwärtsgewandten, westlich-chauvinistischen «Coolness» im Gewand der Antimode.

Nipsterkitsch in Uniformen

«I am a Western chauvinist who refuses to apologize for creating the modern world.»[122] So lautet das Glaubensbekenntnis, das jeder Proud Boy im Rahmen seines Aufnahmerituals aufsagt. Ist er Mitglied des Männerbundes geworden, präsentiert er sich in einem Outfit, das weniger die moderne Welt der 2020er-Jahre zu repräsentieren scheint. Besessen von einem Kult des Kampfs[123] beteiligt sich die Bruderschaft regelmässig an Strassenschlachten und organisiert Angriffe auf politische Gegner:innen.[124] Gewalt kennzeichnet auch das Körperbild der Gruppe, die tätowierte Fäuste schwingend ihre Initiationsriten und Prügeleien in sozialen Netzwerken zur Schau stellt.[125] Zahlreiche publizierte Fotos dokumentieren, wie sich die Proud Boys mit breitschultriger Körperstatur und muskulösen Armen in gleichförmig schwarz-gelber Einheitskleidung als stählerne Krieger und «Fels[en] in der Brandung»[126] präsentieren. Diese «quasi-Uniformierung[en]»[127] lassen sich im Kontext der Kampfrituale der Gang als Insignien des Nazikitschs interpretieren. Typisch hierfür ist die Selbsterhöhung des Mannes als Held vor einer Schauerkulisse des Untergangs: «Als Bannerträger [...] eines Kultes der hehren Grundwerte» steht der Proud Boy gleichsam «aufrecht im Kampf» gegen die Ruchlosigkeit der Postmoderne und rüstet sich als Mitglied einer «Elite» für den «Zusammenprall» der «Kulturen».[128] Archaisch mutet in dieser Konfiguration auch der Nipsterstyle vieler Mitglieder an. Mit dem Wort Nipster sind hier Vollbärte, das Stereotyp des Holzfäller-Hipsters gemeint, der in den späten 2000er-Jahren mit einem «desire

120 Ebd., S. 20.
121 Ebd., S. 250, 26, 38; vgl. auch McInnes (Anm. 68), S. 309.
122 Kinsky (Anm. 15), S. 40.
123 Vgl. Miller-Idriss (Anm. 6), S. 93–110.
124 Reid/Valasik (Anm. 16), S. 25 f.
125 Ebd., S. 25.
126 Theweleit (Anm. 30), S. 276 f.
127 Kinsky (Anm. 15), S. 41.
128 Friedländer (Anm. 26), S. 29.

for something pre-industrial» und Retromode assoziiert wird.[129] Dieser Look erweist sich als «Mythenbricolage»[130] einer faschistischen Männerfantasie, die einen «Gegensinn zur Moderne» darstellt.[131] Sie zeichnet sich durch folgende Merkmale aus: Zum einen zielt sie auf eine Tradition, Uniformierungspraxen als Handlungsformen politischen Protests einzusetzen.[132] Mit dem Versuch, durch gleichförmige Kleidungsschnitte, Farben und Körpermodifikationen eine Vereinheitlichung des Erscheinungsbildes zu erzielen, kommunizieren die Proud Boys eine hypermaskuline Gruppenidentität. Als Markenzeichen der Alt-Right-Gang gelten das Schriftkürzel POYB, das Motiv eines Hahns, der auf einem nach Westen weisenden Pfeil sitzt, sowie schwarze Fred-Perry-Shirts mit gelben Streifenbündchen und gelben Lorbeerkranzlogos. Die Farbe Schwarz symbolisiert wehrhafte Männlichkeit und lässt die Gruppe bei Aufmärschen als «schwarzen Block» erscheinen, während Gelb als Aufmerksamkeit generierende Akzentfarbe fungiert. Zum anderen zeichnet sich der Style der Organisation durch eine Bricolage von subkulturellen Referenzen aus, die dem Hierarchisch-Autoritären, das durch Uniformierungen tendenziell vermittelt wird, scheinbar zuwiderlaufen. Vor allem die längeren Haare, Bärte und Tattoos einiger Mitglieder erinnern nicht nur an linksliberale Hipster, sondern auch an die antiautoritären Gegenbewegungen der 1960er- und 70er-Jahre, aber auch an Styles von Hardcore- und Punkbands, deren politische Orientierungen heterogen und nicht immer als eindeutig links zu verorten sind. Diese Ähnlichkeit der Looks ist kein Zufall, da die Proud Boys wiederholt ihre Begeisterung für Hardcorebands betonen.[133]

Mit ihrem Auftreten scheinen sie der Aufforderung von Andrew Anglin zu folgen, der 2017 auf der Website *The Daily Stormer* allen Alt-Rights empfiehlt: «We simply must be cool [...]. That will make us look like bad boys and heroes.»[134] Angesichts der Tatsache, dass McInnes bei der Gründung seiner Bruderschaft 46 Jahre alt ist und mit Berücksichtigung einiger Fotografien, die Proud Boys mit grauen Bärten und Ansätzen von «Bierbäuchen»[135] zeigen, stellt sich jedoch die Frage, «how youth-centric the alt-right as a social movement actually is».[136] Dennoch betrachtet sich die Organisation als coole «Boys», die mit ihren Shirts, Jeans und Chinos, Dr.-Martens-Stiefeln und Yellow Boots von Timberland einen «Supermarket-Style»[137]

129 Fischer, Molly: The Tyranny of Terrazzo. In: Thecut.com, 3. 3. 2020, www.thecut.com/2020/03/will-the-millennial-aesthetic-ever-end.html; Ingold (Anm. 117).

130 Gaugele und Held beziehen sich mit dem Begriff auf Claude Lévi-Strauss und John Clarke. Vgl. Gaugele/Held (Anm. 8), S. 22.

131 Korff, Gottfried: Sieben Fragen zu den Alltagsdingen. In: Gudrun König (Hg.): Alltagsdinge. Erkundungen der materiellen Kultur. Tübingen 2005, S. 40.

132 Vgl. auch Denk/Spille (Anm. 20), S. 222 f.

133 Vgl. Schulze (Anm. 10), S. 236–258.

134 Zitiert nach Conti, Allie: Neo-Nazi to Troll Army. In: Vice.com, 9. 8. 2017, www.vice.com/en/article/599zmx/neo-nazi-to-troll-army-we-have-to-be-sexy-at-the-big-alt-right-rally.

135 Vgl. Abasi, Ares: Proud Boys sind wieder da – diesmal mit neuer Strategie. In: Fr.de, 15. 12. 2021, www.fr.de/politik/usa-proud-boys-rechtsextreme-gruppe-comeback-neue-strategie-91181270.html.

136 Reid/Valasik (Anm. 16), S. 7.

137 Polhemus, Ted: Street Style. London 1995, S. 130 f.

«bricolagieren»,[138] der sowohl auf Jugendkulturen als auch auf Dresscodes bürgerlicher Eliten anspielt.[139] Die roten MAGA-Caps («Make America Great Again») einiger Proud Boys ähneln zudem Trucker-Caps, die Anfang der 2000er-Jahre mit einer White-Trash-Ästhetik der Hipster konnotiert wurden. Zu diesem Look kombiniert die Gang bei Strassenkämpfen militärische Ausrüstungen wie schwarze Sturzhelme, kugelsichere Westen, Camouflage-Jacken, Arm- und Beinschützer.

Speziell im Fred-Perry-Shirt, das sich in seinem Design seit fast siebzig Jahren nicht verändert hat, verdichtet sich die semiotische Doppeldeutigkeit, die insgesamt die Styleverwirrungen der Proud Boys auszeichnet. Denn es kommuniziert zweierlei: Rebellion und Konservativität. Ähnlich wie die Marke Timberland verweist es wegen seines Polo-Shirt-Schnitts auf die Preppy-Kultur des konservativen Establishments.[140] Andererseits erinnert Fred Perry an historische Subkulturen der britischen Working Class wie die Rude Boys, Mods und Ska-Punks.[141] Ausserdem zählt das Label zum klassischen Stylearsenal rechtsradikaler Skinheads. Auffällig ist, dass alle Stilelemente der Proud Boys einem Symbolrepertoire entstammen, das mit dem Konzept Antimode verwoben ist. Der Philosoph Nickolas Pappas zählt zu diesem Repertoire neben Tätowierungen, der Farbe Schwarz, Jeans und Uniformen auch die Negation bunter Töne, die, obwohl sie Teil der Mode ist, Antimode, Maskulinität und Zeitlosigkeit behauptet.[142] Kleidungsstile von Rechtsradikalen zeichnen sich generell durch das Fehlen von extravaganten Ästhetiken aus: «Es gibt kein modisches Versuchsfeld oder die etablierte Norm infrage stellende Experimente. Das Bunte und die Vielfalt fehlen. Fluide Geschlechter fehlen.»[143] Integriert in ein Bezugssystem rechter Stylelogiken und Geschlechterbinaritäten referiert das Erscheinungsbild der Proud Boys auf einen Stylebegriff, der keine Diffusion von Vielfalt und Neuheiten meint, sondern Abwehr und Antisozialität.[144] Sechs Merkmale kennzeichnen diesen Style: die Behauptung von Jugendlichkeit, Popularität, Maskulinität, Aggressivität, Rebellion sowie die Verbindung zur proletarischen Pose.[145] Ihre vestimentäre Entsprechung finden diese Aspekte im modischen Genre der Streetwear.[146] Unter diesem Begriff werden sportliche Kleidungsstile subsumiert, denen zugeschrieben wird, auf «der Strasse» entstanden zu sein.[147] Streetwear implizierte im 20. Jahrhundert auch männliche Reviermarkierungen in

138 Vgl. Levy, Rachael; Ailworth, Erin: Who Are the Proud Boys? In: Wsj.com, 5. 2. 2021, www.wsj.com/articles/who-are-proud-boys-11601485755.

139 Zum Begriff Bricolage siehe Hebdige (Anm. 81), S. 103.

140 Adz, King; Stone, Wilma: This is not Fashion. Streetware. Past, Present and Future. London 2018, S. 91–105.

141 Rüß (Anm. 83), S. 120 f.

142 Pappas, Nickolas: The Philosopher's New Clothes. New York 2016, S. 130–155.

143 Lange, Valerie; Patz, Jana: Kritische Analyse rechter Mode aus der Perspektive des Modedesigns. Modedesignerinnen im Expertinnengespräch. In: Gaugele/Held (Anm. 8), S. 98.

144 Marantz bezeichnet die Alt-Right als asoziale Bewegung. Vgl. Marantz (Anm. 73).

145 Schulze zählt diese Punkte als Style-Merkmale der Autonomen Nationalisten auf. Vgl. Schulze (Anm. 10), S. 301 f.

146 Alle Kleidungsstücke der Proud Boys gelten als «Essentials» der Streetwear. Vgl. Adz/Stone (Anm. 140), S. 33–75.

147 Ebd., S. 23.

Szenevierteln: «What you wore [...] was especially important for boys with their macho territorital bullshit.»[148]

Ziel der Proud Boys ist es, mit Kleidung eine Banden-Coolness zu suggerieren. Dementsprechend gibt sich auch der Versandhandel 1776 der Organisation das Gepräge eines Distributionskanals von Antimoden. Dort werden Oberbekleidung und Accessoires bis hin zu Waffen als Fanprodukte verkauft.[149] Zudem verortet sich der Laden mit der Behauptung, eine Revolutionsplattform darzustellen, als düstere Heterotopie des Modesystems.[150] Dies wird sofort auf der ersten Seite des Shops signalisiert, die sich mit dem Slogan «The Revolution starts here» öffnet. Sie zeigt ein Ölgemälde von Emanuel Leutze aus dem Jahr 1851, das George Washington bei der Überquerung des Delaware River darstellt und den Unabhängigkeitskampf der US-Amerikaner:innen symbolisiert. Durch diese Rahmung werden die angebotenen Textilien als Uniformen einer Befreiungsarmee markiert. Welche Rolle Frauen in dieser Szenerie zugedacht wird, verdeutlicht sich schnell bei der Durchsicht der Produktpalette. Auf dem einzigen T-Shirt, das sich an Kundinnen richtet, ist der Schriftzug zu lesen: «Fuck the Proud Boys». Fast alle T-Shirts erweisen sich als textile Werbeflächen rechtspopulistischer Propaganda.[151] Während ihre Schnitte simpel gehalten sind, heben sich die unterschiedlichen Drucke mit ironischen Anspielungen und Pastiches von bekannten Bildern, Logos und Typografien voneinander ab. An diesen «Hate clothing[s]»[152] warenförmiger Rebellion offenbart sich, dass die Proud Boys nicht nur Styles historischer Jugendkulturen bricolagieren, sondern auch Techniken der Kommunikationsguerilla wie Sampling, Meme und Parodie adaptieren. Ironische Intertextualitäten werden so zu Merkmalen eines nazipopkulturellen Dispositivs. Exemplarisch lässt sich dies an einem schwarzen T-Shirt zeigen, auf dem ein Bild gedruckt ist, das auf das 1982 erschienene Debütalbum der Hardcoreband Bad Brains anspielt, das den Song «Banned in DC» enthält. Alle Musiker der Gruppe sind People of Color und für ihren Crossover von Hardcore, Punk und Reggae international bekannt. Auf dem Originalmotiv ihrer Platte ist das Dach des Kapitols zu sehen, das von einem gelben Blitz getroffen wird. Daneben steht in einem graffitiähnlichen grün-roten Schriftzug «Bad Brains». In der gleichen Ästhetik gehalten zeigt das T-Shirt der Proud Boys einen gelben Blitz, der in das Vogellogo von Twitter eindringt. Darüber prangt der ähnliche Graffitischriftzug «Right Wing» sowie «Banned On Twitter». Mit dieser Pastiche spielt das T-Shirt auf Trumps Verbannung aus dem Regierungsgebäude und von Twitter an. Zugleich signalisiert es mit dem Zitat des Bad-Brain-Covers popkulturelles Insiderwissen. Der Song suggeriert subkulturelle Revolte und evoziert mit dem Blitz Affekte wie Aggression und Wut gegen ein vermeintlich ungerechtes, hegemoniales Mediensystem.

148 Ebd., S. 23–77.

149 Im Juni 2021 fand sich im Shop ein Set, bestehend aus einem Megafon, einer Pistole, einem Cap und einem Halstuch. Dieses ist im Januar 2022 nicht mehr zu finden.

150 Vgl. Foucault, Michel: Die Heterotopien. Der utopische Körper. Frankfurt am Main 2013, S. 7–22.

151 Vgl. Miller-Idriss (Anm. 6), S. 78 f.

152 Ebd., S. 80.

Styletrojaner

Der Proud Boy als Nipster erweist sich als Subjekt und Objekt rechtspopulistischer Styletransformationen. An der Mythenbricolage seines Erscheinungsbildes entfaltet sich eine paradox erscheinende Gleichzeitigkeit zweier entgegengesetzter Bewegungen, die wegen ihrer Gegenläufigkeit ein kraftvolles Potenzial der Affektmobilisierung bewirken. Der Pop des Rechtspopulismus kommt einerseits in der totalen Abgrenzung zum Ausdruck, die sich aus uniformen Retrostilen und Heldennarrativen der Vergangenheit speist. Nazipop erscheint als Nazikitsch, der sich in einem Doppelhass auf ein Oben und ein Unten artikuliert. Andererseits wird der Rechtspopulismus auch von der Operation des strategischen Relativismus im Sinne der Suggestion von Unbestimmtheitsstellen, Ambiguitäten und Pluralismen angetrieben. Wie sich am Beispiel des Bad-Brain-T-Shirts zeigt, zielen ästhetische Reize wie Pastiches auf grössere Zielgruppen und bergen multiple Identifikationsmöglichkeiten. Solche Styles erweisen sich als besonders effektive Mittel der Propaganda, die mit Humor und Ironie Motive des Pop umdrehen. Als sogenannte trojanische Pferde[153] ermöglichen diese Dinge den Transfer von rechtsradikalen Botschaften in die Mitte der Gesellschaft, wo der Hass seine Resonanzen entfaltet.

153 Miller-Idriss (Anm. 6), S. 62–67.