

# Wie eine „umgekehrte Psychoanalyse“: Überlegungen zum Propagandabegriff der Kritischen Theorie und dessen Potenzial für die Rechtsextremismusforschung

Andreas Jensen

**Zusammenfassung:** Der Beitrag unternimmt eine Reflexion jener psychosozialen Mechanismen, mit deren Hilfe ein Begriff von Propaganda für die Rechtsextremismusforschung gerahmt werden kann. Um einen solchen Propagandabegriff formulieren zu können, werden grundlegende Überlegungen ausgewählter Kritischer Theoretiker zu Propaganda und Agitation diskutiert. Dabei wird vorgeschlagen, dass Propaganda der extremen Rechten in Abgrenzung zu anderen politischen Mobilisierungsformen als eine regressiv wirkende Sozialisationsagentur verstanden werden kann. Um die Relevanz der dargelegten Überlegungen zu verdeutlichen, analysiert der Autor einen Ausschnitt einer politischen Rede von Björn Höcke (AfD), anhand der die doppelbödige Wirkungsweise extrem rechter Propaganda ausgearbeitet wird. So tritt in Höckes Ansprache gegen die deutsche Asylpolitik beispielhaft die ambivalente Adressierung extrem rechter Propaganda hervor, die ihrem Publikum einerseits narzisstische Aufwertung verspricht, dieses andererseits aber auch beständig klein macht und kränkt. Im Rahmen eines solchen doppelbödigen Erlebnisangebots jedoch, so wird zu zeigen versucht, macht extrem rechte Propaganda rechtsextreme Ideologiefragmente emotional attraktiv, insofern sie diese als verheißungsvolle Lösung für jene Konflikte und Beschädigungen darbietet, die extrem rechte Propaganda wiederum manipulativ verstärkt.

**Schlüsselbegriffe:** Propaganda, Rechtsextremismus, Kritische Theorie, Psychoanalytische Sozialpsychologie, Erlebnisangebot, Björn Höcke

## Like a “reverse psychoanalysis”: reflections on the concept of propaganda in critical theory and its potential for right-wing extremism research

**Summary:** This article reflects on the psychosocial mechanisms that can be used to frame a concept of propaganda for right-wing extremism research. In order to be able to formulate a concept of propaganda in critical theory, fundamental considerations of selected critical theorists on propaganda and agitation are discussed. It is suggested that propaganda of the extreme right can be understood as a regressive agency of socialisation in contrast to other forms of political mobilisation. In order to illustrate the relevance of the considerations presented, the author analyses an excerpt from a political speech by Björn Höcke (AfD), which is used to elaborate the ambiguous structure of of extreme right-wing propaganda. Höcke’s speech against German asylum policy is an example of the ambivalent effect of extreme right-wing propaganda, which on the one hand promises its audience narcissistic valorisation, but on the other hand also constantly belittles and offends them. In the context of such an ambiguous range of experiences, however, it is attempted to show that extreme right-wing propaganda makes extreme right-wing ideological fragments emotionally attractive,

insofar as it presents them as a promising solution to the conflicts and injuries that extreme right-wing propaganda in turn manipulatively reinforces.

**Keywords:** Propaganda, Right-Wing Extremism, Critical Theory, Psychoanalytical Social Psychology, Emotional Offer, Björn Höcke

In einer politischen Bekundung am 30. September 2015 in Erfurt richtete Björn Höcke als Fraktionsvorsitzender der AfD im Thüringer Landtag folgende Worte an sein Publikum:

„Man flutet unser Land mit Millionen junger Männer, Millionen junge Männer, das ist so, als würde man sozialen Sprengstoff in ein Land importieren. Junge Männer, und das ist ja auch eine ganz natürliche Sache, junge Männer suchen selbstverständlich junge Frauen. Wenn sie aber keine jungen Frauen finden, dann nehmen sie sich einfach junge Frauen, so wie in Köln [...]. Wie viele sexuelle Übergriffe, wie viele Vergewaltigungen, wären unseren Frauen erspart geblieben, wenn man etwas Selbstverständliches getan hätte, wenn man einfach das tut, was jeder souveräne Staat tut, der ein ganz normales Selbsterhaltungsgefühl hat, die Grenze zu sichern, liebe Freunde.“ (Höcke 2015)

Das angeführte Zitat soll dem vorliegenden Beitrag als Einleitung dienen, da dessen Betitelung als Propaganda vermutlich nicht nur dem Autor, sondern auch vielen Leser:innen nahelegen wird. Im Alltag, in den Medien und in der Politik scheint der Begriff häufig zur Anwendung zu kommen. Doch was ist eigentlich damit gemeint, wenn etwas als Propaganda bezeichnet wird?

Schauen wir vor dem Hintergrund dieser Frage auf die Äußerungen von Björn Höcke, so sticht vor allem deren affektive und aggressive Inszenierung hervor. Die als sexuell zügellos und gewalttätig kategorisierten Geflüchteten seien in Deutschland wie „sozialer Sprengstoff“. Bildhaft zeichnet Höcke ein apokalyptisches Szenario, in dem geflüchtete Menschen auf rassistische Weise in Verbindung mit sexuellen Straftaten, katastrophalen Zuständen und letztlich der Verwüstung und Zersetzung der deutschen Gesellschaft gebracht werden. Inmitten dieser konstruierten Gefahr präsentiert er sich selbst als denjenigen, der die eigentliche Wahrheit und rettende Lösung auszusprechen wagt.

Wie in einschlägigen Studien bereits ausgearbeitet wurde, muss Björn Höcke als ein Akteur der extremen Rechten angesehen werden (vgl. Kemper 2016: 92 ff.; Lohl 2021: 110 ff.). In der Forschung und im Alltag findet sich derzeit häufig der Begriff des Rechtspopulismus, der aufgrund seiner Prominenz an dieser Stelle aufgegriffen und dessen Verhältnis zum Begriff des Rechtsextremismus zumindest angedeutet werden soll. Auch wenn im vorliegenden Beitrag nicht umfassend auf verschiedene Populismustheorien eingegangen werden kann, so ist Rechtspopulismus bezogen auf Höckes Agitation insofern eine zutreffende Bezeichnung, als dass dieser in der Literatur häufig mit der strategischen Bespielung der Sorgen und Nöte des Publikums in Verbindung gebracht wird, eine konfliktgeladene Differenz zwischen vermeintlich privilegierten politischen „Eliten“ und dem einfachen und betrogenen „Volk“ konstruiert sowie einen moralischen Alleinvertretungsanspruch über eben dieses „Kollektivsubjekt Volk legitimiert“ (Müller 2016: 26). Wie Fielitz und Marcks bemerken, tendiert die mediale und öffentlich wirksame Betitelung extrem rechter Organisationen oder Parteien wie der AfD als *rechtspopulistisch* bisweilen jedoch zur Verharmlosung der von diesen vertretenen Positionen (vgl. Fielitz & Marcks 2020: 10). Dabei verdeutlichen Akteure der extremen Rechten wie Höcke, dass Rechtspopulismus nicht als

eine Form eines „Rechtsextremismus light“ (Lohl/Brunner/Wirth 2019: 5) missverstanden werden darf. Im Kern beziehen sich rechtspopulistische Agitationen immer auf Fragmente einer rechtsextremen Ideologie, auf die auch Höcke publikumswirksam zurückgreift: Ausdruck finden diese Fragmente in einem ausgeprägten völkischen Denken, das von einem „Volk“ nicht im Sinne eines Demos, sondern eines Ethnos, einer biologisch und kulturell begründeten Abstammungsgemeinschaft, ausgeht, sowie einem Geschichtsrevisionismus, der die deutschen Verbrechen des Nationalsozialismus glättet, umformuliert oder gar leugnet. Zudem zeigen sich in verschiedenen Reden Höckes zahlreiche Verschränkungen von Antisemitismus, Antifeminismus und Rassismus (vgl. Berg 2016: 28 f.), die ebenso zu zentralen Elementen einer rechtsextremen Weltanschauung zu zählen sind (vgl. Salzborn 2015: 21).

Hier, wie auch in vielen anderen Fällen, werden extrem rechte Einstellungen allerdings nicht erst dann problematisch, wenn sie in einer umfassenden rechtsextremen Weltanschauung eingebettet sind. Vielmehr bauen Reden wie die von Höcke auf einer breiten Ansprechbarkeit für rechtsextreme Ideologiefragmente auf, die quer durch die deutsche Gesellschaft zu finden ist (vgl. Decker/Brähler 2018). Ihre Adressat:innen sind größtenteils keine organisierten extremen Rechten, sondern jene Bürger:innen, die sich in Eigenbeschreibung dem imaginären Ort der „Mitte der Gesellschaft“ zurechnen.

Die Entwicklung extrem rechter Einstellungen zu verstehen und danach zu fragen, wie denn überhaupt die Bereitschaft entsteht, derartige Reden zu rezipieren und zu würdigen, ist ein wichtiges Anliegen der Rechtsextremismusforschung. Vor diesem Hintergrund greifen auch Exponent:innen der Rechtsextremismusforschung auf den Begriff der Propaganda zurück, um eine bestimmte Qualität politischer Mobilisierung erfassen zu können. Jedoch finden sich, entgegen dem häufigen Gebrauch des Begriffs, in der einschlägigen Forschung nur selten Auseinandersetzungen dazu, welcher Gegenstand eigentlich als propagandistisch bezeichnet werden kann und untersucht werden soll.

Aus diesem Anlass ist der vorliegende Beitrag dem Unterfangen gewidmet, konzeptionell über den Begriff der Propaganda für die Rechtsextremismusforschung nachzudenken und dessen analytisches Potenzial aufzuzeigen. Zwar existieren in unterschiedlichen ideologischen Kontexten verschiedene Formen von Propaganda. Mit dem vorliegenden Beitrag soll jedoch unterstrichen werden, dass besonders zwischen Rechtsextremismus und Propaganda eine eklatante Beziehung besteht und zwar, weil extrem rechte Mobilisierung auf völkische Mythen und (Verschwörungs-)Narrative aufbaut, die keiner rationalen Prüfung standhalten und daher auf eine Emotionalisierung des Publikums angewiesen sind.

Ebendiese auf Emotionalisierung ausgerichtete Wirkungsweise von Propaganda stellt einen Dreh- und Angelpunkt der Untersuchungen dar, die in der ersten Generation der Kritischen Theorie bezogen auf Themen wie Nationalsozialismus, Autoritarismus und Antisemitismus unternommen wurden. Was Propaganda der extremen Rechten als politische Mobilisierungsform auszeichnet, so soll mithilfe der Kritischen Theorie argumentiert werden, ist vor allem ein völkisches Erlebnisangebot, das psychische Intensität und narzisstische Gratifikation verspricht, gleichzeitig aber auch den Anschluss für eine Manipulation von (unbewussten) Bedürfnissen des Publikums anbietet, für die Leo Löwenthal einst die Bezeichnung einer „umgekehrten Psychoanalyse“ (Löwenthal 1946: 122) gefunden hat.

Unter Rückgriff auf diese Ideen der Kritischen Theorie möchte der Autor jene psychosozialen Mechanismen reflektieren, mit deren Hilfe ein Begriff der Propaganda für die Rechtsextremismusforschung gerahmt werden kann. Dabei beginnt der Beitrag mit einer Erörterung von Propaganda als (notwendigem) Konzept zur Einordnung und Untersuchung

aktueller Phänomene der extremen Rechten. Um einen Propagandabegriff der Kritischen Theorie annäherungsweise formulieren zu können, werden anschließend grundlegende Überlegungen ausgewählter Kritischer Theoretiker zu Propaganda und Agitation diskutiert. Abschließend soll gezeigt werden, dass Propaganda der extremen Rechten in Abgrenzung zu anderen politischen Mobilisierungsformen als eine regressiv wirkende Sozialisationsagentur verstanden werden kann.

## Propaganda: ein notwendiger Begriff für ein aktuelles Zeitproblem

In der einschlägigen Forschungsliteratur fällt auf, das je nach theoretischem Standpunkt und anvisiertem Untersuchungsgegenstand auch das Verständnis dessen variiert, wie Propaganda funktioniert und was diese bewirkt.

Diese vielgestaltige Verwendung brachte in der Forschung Stimmen hervor, die die Streichung des Begriffs der Propaganda aus dem wissenschaftlichen Kanon forderten:

„Es fragt sich daher, ob man überhaupt an einem allgemeinen Begriff der Propaganda festhalten soll, der so extrem unterschiedliche Sachverhalte betrifft wie die Verbreitung religiöser Überzeugungen und Wahrheiten an dem einen, revolutionär-terroristischer Parolen an dem anderen Ende der Skala. In unserem heutigen Verständnis von demokratischer Politik haben Emotionen keinen legitimen Platz mehr, aber Propaganda arbeitet in erster Linie mit emotionalen Mitteln. Ich plädiere daher letztlich dafür, Propaganda als einen vorwissenschaftlichen und somit im strengen Sinn unbrauchbaren Begriff auf sich beruhen zu lassen.“ (Ronneberger 1977: 100)

Als Plädoyer zur Streichung des Propagandabegriffs scheint Ronneberger für eine Politik zu werben, die auf den Austausch von rationalen Argumenten zielt, um die vielfältigen Interessen der Bevölkerung vertreten und ihnen gerecht werden zu können. Da Emotionen einen solchen Austausch erschweren würden, Propaganda aber maßgeblich den Einsatz und die Adressierung von Emotionen umfasse, so die Denkfigur des Plädoyers, sei sie als Forschungskonzept ungeeignet.

Im Hinblick auf das zitierte Plädoyer ließe sich allerdings auch umgekehrt fragen, ob nicht gerade dieser Bezug auf die emotionale Dimension politischer Mobilisierung ein Grund für die Beibehaltung des Propagandabegriffs in der Forschung darstellen könnte? So bezieht sich die häufig diagnostizierte *Repräsentationskrise* der Demokratie mitunter auf diese emotionale Dimension der Politik. Demnach fühle sich die Wähler:innenschaft, teils durchaus aus realitätsgerechten Gründen, nicht länger angesprochen und ernst genommen. Die Demokratie sei nicht mehr in der Lage, eine Verbindung zwischen den Belangen und Problemen der Bevölkerung und der geführten Politik herzustellen. Dabei bestehe das Problem vorrangig darin, so der Soziologe Hartmut Rosa, dass die Demokratie „nicht mehr zu antworten scheint, dass sie keine Resonanzsphäre mehr bildet“ (Rosa 2016: 77).

Propaganda hakt dagegen genau in diese Krise ein. Propagandistisch strukturierte Medien sprechen ihr Publikum affektiv an und vermitteln das Gefühl, gehört und gesehen zu werden. Der Begriff könnte also insofern brauchbar sein, als dass dadurch die emotionale Adressierung des Publikums fokussiert und als Modus Operandi des bezeichneten Materials begriffen wird. Welcher Begriff wäre adäquater, um die Begeisterung und Inbrunst, den Spaß und den Hass, die bis zur Ekstase reichenden Reaktionen, kurz die Emotionen und die Bindung zu erfassen, die extrem rechte Mobilisierung allzu oft auszulösen vermag?

Bezogen auf aktuelle Erscheinungsformen der extremen Rechten scheint jedenfalls augenfällig zu sein, dass ebendieser emotionalen Dimension eine zentrale Bedeutung zukommt. So hallte auch nach den Äußerungen Höckes, die einleitend zitiert wurden, tosender Beifall aus dem Publikum. Bemerkungen wie „Volksverräter“ und „So ist es!“ waren lauthals aus den Reihen des Publikums zu hören. Von einigen Zuhörer:innen ertönten auch „Pfui“-Rufe, die allerdings nicht Höcke, sondern der gescholtenen Regierungspolitik und den geflüchteten „jungen Männern“ galten.

In diesem Sinne spiegelt Propaganda den Ausdruck des Hungers nach Emotionen und Erlebnissen wider. Auch wenn sie gesellschaftliche „Missstände“ als solche identifiziert, so greift Propaganda diese auf eine verzerrte Art und Weise auf. Sie richtet sich in ihrer Wirkung nicht darauf, einer sachlichen Diskussion und Klärung gesellschaftlicher Entwicklungen dienlich zu sein. Selbst wenn es, wie im Fall der angesprochenen Repräsentationskrise der Demokratie, realitätsangemessene Gefühle von Empörung, Angst und Entfremdung sein können, die durch Propaganda adressiert werden, zielt sie nicht auf eine Einsicht gegenüber den belastenden Verhältnissen, die auf das Publikum einwirken. Vielmehr wirkt Propaganda insofern manipulativ, als dass sie im Publikum, wie noch zu zeigen sein wird, die bedeutsame Fähigkeit zur Reflexion schwächt und stattdessen dessen Projektionsbereitschaft fördert.

Um den affektiven Momenten extrem rechter Mobilisierung Rechnung tragen zu können, erscheint es sinnvoll, den Begriff der Propaganda aus der Perspektive einer psychoanalytischen Sozialpsychologie näher zu beleuchten. Der Rückgriff auf die Tradition der Kritischen Theorie ermöglicht dabei, „bewusste, vor allem aber die unbewusste Ebene, die kognitive und vor allem die affektive Dimension von Wünschen und Bedürfnissen, von konkreten Absichten und Träumen, von Fantasien und Handlungen hinsichtlich ihrer politischen und gesellschaftlichen Relevanz“ (Brunner et al. 2012: 10 f.) in den Blick zu nehmen.

## Annäherungen an einen Propagandabegriff der Kritischen Theorie

Die folgende Auseinandersetzung bezieht sich überwiegend auf die programmatischen Beiträge zur Propaganda und Agitation<sup>1</sup> von Theodor W. Adorno, Leo Löwenthal und Norbert Guterman. Während in den Beiträgen *Die psychologische Technik in Martin Luther Thomas Rundfunkreden* (Adorno 1943), *Antisemitismus und faschistische Propaganda* (ebd. 1946) sowie die von Leo Löwenthal und Norbert Guterman verfassten *Prophets of Deceit. A Study of the Techniques of the American Agitator*<sup>2</sup> (1949) vor allem die Themen und Techniken von Propaganda sowie die sich dahinter verbergenden Handlungserwartungen an die Zuhörer:innenschaft diskutiert werden, umfasst die Arbeit zu *Die Freudische Theorie und die Struktur der faschistischen Propaganda* (Adorno 1951) die theoretische Einbettung ebendieser Struktur von Propaganda in den Rahmen einer psychoanalytischen Sozialpsychologie.

Angemerkt sei an dieser Stelle, dass die in den genannten Beiträgen entstandenen Erkenntnisse nicht umstandslos auf aktuelle Mobilisierungsformen der extremen Rechten

1 Löwenthal spricht von Agitation als einer bestimmten Erscheinungsform von Propaganda, die sich dadurch auszeichnet, dass sie nicht institutionalisiert ist (vgl. Löwenthal 1990: 11).

2 Für den deutschsprachigen Raum wurde die besagte Studie unter dem Titel *Falsche Propheten. Studien zum Autoritarismus* veröffentlicht (Löwenthal 1990), auf die sich der vorliegende Beitrag zumeist bezieht, wenn Überlegungen von Löwenthal und Guterman referiert werden.

übertragen werden können. Adorno, Löwenthal und Guterman beschäftigten sich überwiegend mit Agitatoren<sup>3</sup> in den Vereinigten Staaten der Nachkriegszeit, die in ihren Reden eine große Nähe zu faschistischen Reinheits- und Erneuerungsfantasien und dem betriebenen Antisemitismus des Nationalsozialismus aufwiesen oder diese gar offen formulierten. Vor dem Hintergrund gesellschaftlichen Wandels, bedeutsamer historischer Krisen und unterschiedlicher normativer Ordnungen haben sich gegenwärtige Formen extrem rechter Mobilisierung zum Teil stark verändert. Eine offene Bezugnahme auf Elemente eines biologistisch strukturierten Rassismus oder Antisemitismus gelten heutzutage als tabuisiert und sind zumindest für die parteipolitische extreme Rechte nicht ohne Weiteres artikulierbar. Stattdessen greifen entsprechende Akteure häufig auf Narrative eines kulturalistisch argumentierenden Rassismus zurück und verbreiten antisemitische Ressentiments bspw. in Form von subtilen und verdeckten „kulturellen Codes“ (Volkov 2000), einschlägigen Verschwörungstheorien oder Leugnungen der NS-Verbrechen.

In ihren Propagandaanalysen sprechen die Kritischen Theoretiker zudem überwiegend von „Faschismus“ bzw. „faschistischer“ Propaganda oder Agitatoren. Im vorliegenden Beitrag wird diese Bezeichnung meist übernommen, insofern es sich um eine Wiedergabe der besagten Untersuchungen handelt. Allerdings sind die Begriffe *extreme Rechte* und *Faschismus* nicht als deckungsgleich zu verstehen, sodass sich an dieser Stelle einmal mehr andeutet, dass ein aktueller Bezug auf Konzepte der Kritischen Theorie mit Vorsicht unternommen und vor dem Hintergrund aktueller gesellschaftlicher Verhältnisse reflektiert werden muss. Zwar zählen faschistische Einstellungen und Narrative zu Erscheinungsformen aus dem Feld der extremen Rechten, Faschismus bezieht sich im engeren Sinne jedoch historisch auf eine spezifische politische Ideologie und Bewegung, die meist mit den Bedingungen des modernen Kapitalismus zusammengedacht wird<sup>4</sup>.

Im Fokus dieses Beitrags steht der Versuch, Konturen und Inhalte eines Begriffs von Propaganda aus der Perspektive der Kritischen Theorie herauszuarbeiten, an die wiederum künftige Forschung zu aktuellen Phänomenen des Rechtsextremismus anschließen könnte<sup>5</sup>. Es soll verdeutlicht werden, dass die Überlegungen zu einem Propagandabegriff der Kritischen Theorie auch für aktuelle Phänomene der Rechtsextremismusforschung erkenntnisreich sein können. Dabei geht es nicht darum, einen allgemeinen Begriff von Propaganda zu entwickeln, der wie eine Folie auf aktuelle Formen von Mobilisierung der extremen Rechten gelegt werden könnte. Mit den Überlegungen von Adorno, Löwenthal und Guterman soll vielmehr ein heuristisches Instrumentarium für die Rechtsextremismusforschung diskutiert

3 Bezogen auf die Propaganda produzierende Person wird im Folgenden meist das Maskulinum verwendet, also von „Rednern“ oder „Agitatoren“ gesprochen. Der Grund dafür ist, dass die von den Kritischen Theoretikern untersuchten Reden ausschließlich von männlichen Propagandisten gehalten wurden.

4 Für einen genaueren Einblick in Faschismustheorien empfehle ich den einführenden Band von Mathias Wörtsching (2020).

5 Einer der bedeutendsten Unterschiede zwischen aktuellen Formen extrem rechter Mobilisierung und der im Rahmen der Kritischen Theorie untersuchten Formen der Agitation betrifft zweifelsohne die Wirkung sozialer Medien sowie der kulturelle und gesellschaftliche Wandel, der in einschlägigen Zeitdiagnosen unter dem Stichwort der *Digitalisierung* verhandelt wird. Zwar wird im Folgenden an einzelnen Stellen versucht, Anschlussmöglichkeiten und Grenzen der Überlegungen der Kritischen Theoretiker vor dem Hintergrund dieser medialen Veränderungen anzudeuten. Allerdings kann eine der Tragweite und dem Umfang des Themas gebührende Einordnung der Ansätze der Kritischen Theorie im Rahmen von Digitalisierung in diesem Beitrag nicht geleistet werden. Dass eine solche Einordnung erforderlich wäre, darauf verweist u. a. Buchholz, wenn er bezogen auf die Prophetenstudien Löwenthals und Gutermans festhält, „dass ohne eine zeitgemäße Theorie, die auch die Effekte der Digitalisierung des Sozialen reflektiert, sich [...] die neuen Funktionsweisen und Transformationen des Agitatorischen nur unzureichend fassen lassen“ (Buchholz 2019: 116).

werden, das mit einem Begriff von Propaganda, wie er in der Kritischen Theorie zu finden ist, einhergeht. Die genannten Autoren zielen in zentraler Weise auf das *Wie*, die Techniken der propagandistischen Manipulation, und weniger auf das *Was*, die Themen und Inhalte von Propaganda. Zwar lassen sich Technik und Inhalt nicht vollkommen abgelöst voneinander betrachten, es ist aber vor allem ersteres, das *Wie*, das eine wichtige Ressource für eine analytische Erfassung der Anziehungskraft aktueller extrem rechter Mobilisierungen darstellt.

## Der psychologische Code von Propaganda

Ausgangspunkt der genannten Untersuchungen der Kritischen Theorie stellte das Erstarren und der Aufstieg der nationalsozialistischen Bewegung in Deutschland dar. Die Kritischen Theoretiker verfolgten mit Besorgnis die Begeisterung, die große Teile der deutschen Bevölkerung für die faschistische Ideologie zu erkennen gaben. Als erklärungsbedürftig galt ihnen besonders, dass die Mehrheit der Bevölkerung mit der Hinwendung zum Faschismus ein politisches Programm unterstützte, das ihren manifesten (wirtschaftlichen) Interessen entgegenstand. Da der faschistische Staat, so bemerkte Adorno, „durch seine bloße Natur Wenige auf Kosten der Mehrheit begünstigt, kann er nicht gut verkünden, der Situation der Mehrheit ihren wirklichen Interessen entsprechend verbessern zu wollen. Er muß deshalb in erster Linie an emotionale Bedürfnisse – oft die primitivsten und irrationalsten Wünsche und Ängste – appellieren und nicht an das rationale Selbstinteresse.“ (Adorno 1950: 13)

Vor diesem Hintergrund bedurfte es einer Theorie, die es ermöglichte, den „Ursprung solcher Irrationalität“ (ebd.: 12) bis in die Bedürfnisstruktur der Individuen hinein erforschen und in die Analyse der faschistischen Anziehungskraft miteinbeziehen zu können. Die Vertreter der Kritischen Theorie fanden ein solches theoretisches Gerüst bekanntlich in der Psychoanalyse Sigmund Freuds. Mit dieser Liaison zwischen kritischer Gesellschaftsanalyse und Psychoanalyse richteten sie ihren Fokus nur in zweiter Linie auf die Denk- und Wahrnehmungsweisen von Akteur:innen. In erster Linie geht es ihnen um die Erlebnisinhalte der Menschen, deren Affekt- und Triebleben in Auseinandersetzung mit den sie umgebenden gesellschaftlichen Verhältnissen. Trotz diesem Fokus auf die psychische Anziehungskraft des Faschismus ist der Ansatz Kritischer Theorie nicht als ein demokratietheoretischer Rationalismus misszuverstehen, in dessen Rahmen Demokratie und Aufklärung als rational, Faschismus und Propaganda dagegen als irrational einzustufen wären. Irrationalität und Affektivität beziehen sich im Verständnis der Kritischen Theorie nicht nur auf Faschismus, sondern sind ebenso modernen Demokratien inhärent. So verweist der Begriff der *Kulturindustrie* auf massenmediale Strukturen und Prozesse organisierter Meinungsbildung durch Werbung, Radio und Film, die gerade auch in kapitalistisch geprägten Demokratien nicht auf eine Förderung von Reflexion zielen, sondern darauf, „unmittelbar Affekte anzusprechen und so zu regressiven, nicht reflektierten Handlungen zu motivieren“ (Schwandt 2010: 95). Bisher fehlt es noch weitgehend an Arbeiten, die solche Überlegungen der Kritischen Theorie vor dem Hintergrund aktueller Massenmedien wie X (ehemals Twitter), Instagram, YouTube oder Snapchat reflektieren. Naheliegend ist jedoch, wie auch einschlägige Studien nahelegen, dass sich dieser kulturindustrielle Zugriff, der die Gesellschaftssubjekte immer tiefer in die kapitalistischen Verhältnisse einwebet, im Rahmen der Digitalisierung des Sozialen weiter ver-

stärkt hat (vgl. Hardering/Wagner 2018: 268 f.; Rudolf 2018: 303). Denn die neuen Kommunikationstechnologien und Interaktionsformen in sozialen Medien setzen die „Menschen in neuen Beziehungen zueinander und zur Welt“ (Fielitz/Marcks 2020: 23). In diesem Sinne müssen Subjekte im Zuge der Digitalisierung vor allem mit einem beschleunigten Informationsfluss sowie unüberblickbaren und stets neuen Informationsinhalten umgehen, die auf sie einwirken. Gefährlich ist dabei die „schiere Masse an zweifelhaften Inhalten, die nicht nur dazu beitragen, sondern deren Zweck es teilweise sogar ist, das, was als Wahrheit gilt, vollständig zu relativieren“ (ebd.: 29). Dem aktuellen Stand der Forschung entsprechend ist es eine Illusion zu glauben, „das Internet sei seinem Wesen nach ein Mittel der Demokratisierung und des gesellschaftlichen Fortschritts“ (ebd.: 23). Da mediale Inhalte heutzutage jederzeit und überall veröffentlicht werden können, ohne zum großen Teil einer Kontrolle durch Dritte zu unterliegen, profitieren insbesondere Akteur:innen der extremen Rechten von Dynamiken der Digitalisierung.

Dabei sind es insbesondere jene Überlegungen, die Sigmund Freud in seinem einflussreichen Werk zur *Massenpsychologie und Ich-Analyse* (1921) formuliert hat, an denen sich die Kritischen Theoretiker in ihrer Analyse faschistischer Propaganda orientierten. Freud ging in dem besagten Werk der Frage nach, was verschiedene Individuen eigentlich überhaupt erst zu einer gemeinsamen Masse werden lässt, die durch Momente von Impulsivität, Triebenthemmung und Vernunftwidrigkeit gekennzeichnet ist (ebd.: 82 f.). Für den Begründer der Psychoanalyse war es nämlich alles andere als selbstverständlich, dass eine große Anzahl unterschiedlicher und eigenständiger Individuen ihre Subjektivität hintanstellt und sich selbst einem Kollektiv unterordnet. Freud suchte eine Antwort in der libidinösen Struktur der Masse: Es müsse dementsprechend ein „Bindemittel“ (ebd.: 77) geben, das die unterschiedlichen Individuen zusammenhalten und deren narzisstischen Strebungen gewissermaßen einen Ersatz anbieten würde. Dieses Bindemittel sah Freud in der emotionalen Beziehung zu einer Führungsgestalt, die als Identifikationsobjekt libidinös besetzt werde und an die Stelle des Ich-Ideals der Einzelnen trete. Eine Gruppe von Menschen werde demnach dadurch zu einer Masse gebunden, dass diese sich mit einer mächtig erscheinenden und verehrten Persönlichkeit identifiziere und diese so zu einem wesentlichen Teil ihrer eigenen Identität mache (vgl. Decker 2015: 22).

Bereits an dieser Stelle zeigt sich die enge Verbindung massenpsychologischer Denkfikturen mit der von Kritischer Theorie anvisierten Analyse des Faschismus. Sie dienten Adorno, Löwenthal und Guterman in den genannten Studien als Hintergrundfolie, um hinter die Kulissen des manifesten Inhalts propagandistischer Reden zu dringen und deren latenten Inhalt freizulegen (vgl. Löwenthal 1990: 12). *Latent* meint in diesem Zusammenhang eine inhaltliche Bedeutungsebene, die nicht zur Sprache kommen darf, weil sie aufgrund ihrer sozialen Anstößigkeit vom gesellschaftlichen Konsens ausgeschlossen ist; eine Bedeutungsebene, die, in Anlehnung an die Psychoanalyse, aber dennoch vermittelt wird und wirksam ist, und zwar in Form von Beziehungsangeboten und Verhaltenserwartungen, die in Propaganda entfaltet werden. Dieser Fokus auf das Latente innerhalb der Reden sei den Autoren zufolge notwendig, da die in dem untersuchten Material auftauchenden Themen eine Art „psychologische Geheimsprache“ (ebd.: 151) konstituieren würden.

So fiel den Kritischen Theoretikern zunächst die inhaltliche Diffusität des untersuchten Materials auf. Gemeinsam war den Reden eine vage Sprache, zumeist emotional äußerst aufgeladen. Die Redner selbst steigerten sich häufig in Klagen und eine „Gefühlsduselei“ (Adorno 1943: 366) hinein, besaßen keine Hemmung, auch hochpersönliche Angelegenheiten



in ihre Ansprachen einfließen zu lassen und vermittelten ein Selbstporträt, das nicht nur autoritär, sondern ebenso bedürftig und verletztlich wirkte. Interessierte Sozialforscher:innen fänden lediglich „zahllose verleumdende und bössartige Hinweise auf Feinde, aber nirgends kann er eine deutlich definierte soziale Ursache entdecken, unter der das Publikum des Agitators offensichtlich leidet. Bestenfalls versieht das Agitationsmaterial den Untersuchenden mit widersprüchlichen Hinweisen auf derartige angebliche Ursachen.“ (Löwenthal 1990: 25)

Dennoch warnen die Autoren inständig davor, die Wirkung der Reden aufgrund ihrer Vagheit zu unterschätzen. Adorno bemerkte in diesem Zusammenhang bezogen auf den Agitator: „Einerseits ist er zu vorsichtig, seine wirklichen Ziele aufzudecken, andererseits setzt er, vielleicht zu Recht, voraus, daß seine Hörer viel besser verstehen, was er verflucht: chauvinistische Gewalt, wenn er mit politischen Zielen weniger explizit sich befaßt“ (Adorno 1943: 383). Bemerkenswert an Adornos Aussage ist zweierlei: Zum einen deutet er an, dass die Diffusität und Vagheit der Reden nicht (nur) als Schwäche zu verstehen ist, vielmehr folgen diese einem System. Der Agitator scheint sich in der Artikulation seiner Ziele bedeckt halten zu wollen. Seine menschenfeindlichen Botschaften werden zunächst maskiert, stehen diese doch im Konflikt mit Wert- und Moralvorstellungen, die sein Publikum, wie autoritär dieses auch sein mag, in ihrer Sozialisation zum Teil verinnerlicht haben wird. Die Botschaften, die vermittelt werden, liegen daher weniger in klar artikulierten Zielen als in emotionalen Komplexen, die unterschwellig angesprochen werden. Die diffusen inhaltlichen Themen, die in Propaganda entfaltet werden, wirken destruktiv – nicht wegen deren manifesten Inhalts, sondern aufgrund der Assoziationen, die sie auslösen.

Zum anderen unterstreicht Adorno aber auch, dass Propaganda nicht einfach einen Trichter darstellt, mit dessen Hilfe den Rezipient:innen sozusagen von oben nach unten bestimmte Inhalte eingeflößt werden. Konstitutiv für Propaganda ist vielmehr das Verhältnis zwischen Agitator und Publikum, die die propagandistischen Botschaften verstehen, selbst wenn diese nicht klar artikuliert worden sind. Dementsprechend geht es den Kritischen Theoretikern um die „Entschlüsselung des psychologischen Codes, der vom Agitator signalisiert und von seinen Zuhörern aufgegriffen wird“ (Löwenthal 1990: 151).

Möchte man diesen Code – die Wirkungsweise – von Propaganda verstehen, so ließe sich mit Adorno argumentieren, muss dementsprechend die Beziehungskonstellation im Zentrum der Analyse stehen, die durch Propaganda hervorgebracht wird: Während auf der einen Seite der Agitator etwas präsentiert, das sein Publikum auf einer emotionalen Ebene adressiert, so greift das Publikum auf der anderen Seite die präsentierten Inhalte nur vor dem Hintergrund der Bedürfnisse auf, die Teile des Publikums eben an die Propaganda herantragen. Die so gestiftete Beziehung fußt darauf, das Publikum in einen Zustand affektiven Miterlebens zu versetzen. Ähnlich einer Seifenoper gewährt Propaganda dem Publikum eine Befriedigung in Form von mitleiden, mitfühlen, mittrauern, mithassen können (vgl. Adorno 1946: 154).

Dabei war es die feste Überzeugung von Adorno, Löwenthal und Guterman, dass der Agitator politisch mobilisierbare Gefühle wie Wut, Neid oder Hass nicht einfach ohne Weiteres im Publikum erzeugen kann. Ihre Wirkung bezieht Propaganda vielmehr aus der Adressierung dieser im Publikum bereits vorhandenen und teils schlummernden und verdrängten affektiven Anteile. Erfolgreich sei diese Adressierung, da die in politischen Debatten verhandelten Lösungsansätze und Beschlüsse dem Publikum meist abstrakt und „nicht gleichermaßen und unmittelbar greifbar“ (Löwenthal 1990: 31) erscheinen würden, „wie ihre eigenen emotionalen Reaktionen“ (ebd.). Der Agitator tritt dem Publikum auf diese Weise

nicht als eine äußere, fremde Instanz entgegen, sondern gibt sich im Gegenteil als jemand aus ihrer Mitte aus, der ihre innersten Ängste und Anliegen formuliert.

Demzufolge generiert Propaganda ihre Anziehungskraft dadurch, dass es dem Agitator gelingt, eine spezifische Beziehung zu seinem Publikum herzustellen; diese Beziehung aber, das ist der entscheidende Punkt, wird nicht erst durch Propaganda genuin erzeugt, sondern entwickelt sich vor dem Hintergrund eines gemeinsamen affektiven Erfahrungsraums, den sich Agitatoren zunutze machen.

## Soziale Malaise und Beschädigung des Narzissmus

Diesen affektiven Erfahrungsraum diskutieren Löwenthal und Guterman in ihrer Studie zu *Prophets of Deceit* (1949) unter dem Begriff der sozialen „Malaise“ (Löwenthal 1990: 29), einem emotionalen Unbehagen, das eine psychische Folge sich wandelnder gesellschaftlicher Verhältnisse darstellt. Diese Malaise werde von Propaganda systematisch in Anspruch genommen und sei als ein diffuses Gefühl der subjektive „Spiegel jener strukturellen Belastungen, denen der einzelne in einer Periode tiefgehender Veränderungen in der Wirtschafts- und Sozialstruktur ausgesetzt“ (ebd.: 30) ist, zu verstehen.

Obwohl in diesem Sinne gesellschaftlich bedingt, wird diese Malaise von den Einzelnen jedoch als geistige und seelische Krise, als individuelles Leid, das den Tiefen der eigenen Psyche entspringt, erlebt. Sie sei das „psychologische Symptom einer bedrückenden Situation“ (ebd.). Als ein solches Symptom ist die soziale Malaise mitsamt den gesellschaftlichen Bedingungen, auf denen sie fußt, nicht ohne Weiteres bewusstseinsfähig. Es handelt sich daher nicht um ein Unbehagen an gesellschaftlichen Verhältnissen, das in Form von Gesellschaftskritik artikuliert werden könnte. Vielmehr ist die Malaise als Gefühl des Unbehagens der psychische Niederschlag der Erfahrungen von Heteronomie, die das Individuum mit der Gesellschaft gemacht hat. Löwenthal und Gutermann beschreiben die Malaise als „irrationalen Reflex, als eine verzerrte Widerspiegelung nicht der Gesellschaft selbst, sondern der Auseinandersetzung zwischen den psychischen Instanzen des Individuums und der es umgebenden Gesellschaft“ (Lenhard 2019: 96).

Charakteristisch für die Funktionsweise von Propaganda ist nun, dass ebendieses *Symptom* des Unbehagens nicht auf seine tatsächlichen gesellschaftlichen Hintergründe und Bedingungen zurückverfolgt, sondern diese verschleiert und das empfundene Leid sogar noch verstärkt werde: Der in *Prophets of Deceit* beschriebene Agitator „waltet in dieser Malaise, er genießt sie und trachtet danach, sie zu vertiefen bis zu einem Punkt, wo sie sich zu einer paranoiden Beziehung zur Außenwelt verdichtet. Und wenn sein Publikum diesen Punkt erreicht hat, ist es reif für seine Manipulation.“ (Löwenthal 1990: 32)

Wenngleich die Einzelnen die soziale Malaise, nach Löwenthal und Guterman, nicht als kollektives Schicksal, sondern als individuelle Krise erleben würden, scheint in der betreffenden Studie zur Propaganda mehr Gewicht auf den gesellschaftlichen Bedingungen von „Vereinzelung, Automatisierung und Verwaltung“ (ebd.) zu liegen als auf der damit zusammenhängenden inneren, psychischen Dynamik des Erlebens der Gesellschaftssubjekte, das als Unbehagen angedeutet wird. Für die Skizzierung eines Propagandabegriffs der Kritischen Theorie ist eine inhaltliche Schärfung ebendieser Dynamik zwischen Psyche und Sozialem

aber von essenzieller Bedeutung, um erfassen zu können, wie rechtsextreme Mobilisierungsbestrebungen ihre Agitationsmodelle affektiv attraktiv machen.

Einen genaueren Einblick in diese Dynamik ermöglichen hingegen Adornos Schriften. Auch wenn er den Begriff der sozialen Malaise selbst nie verwendet hat, lässt sich das Erleben des emotionalen Unbehagens, das den strukturellen Belastungen entspringt, die auf die Einzelnen einwirken, mit Adorno auch als eine „Beschädigung des Narzissmus“ (Weyand 2001: 130) durch gesellschaftliche Herrschaft begreifen. So befänden sich die Adressat:innen, die von Agitatoren durch Propaganda angesprochen werden „in der Regel in dem charakteristischen modernen Konflikt zwischen einer sehr entwickelten, auf Selbsterhaltung eingestellten Ich-Instanz und dem ständigen Mißerfolg, den Ansprüchen des eigenen Ichs zu genügen. Aus diesem Konflikt resultieren starke narzißtische Triebimpulse“ (Adorno 1951: 48). Als Konflikt beschreibt Adorno in diesem Fall einen Widerspruch in kapitalistisch geprägten Gesellschaften, in denen einerseits die Verantwortung zur Selbsterhaltung den Einzelnen obliege und Ideale der Autonomie normativ leitend seien, andererseits aber auch die gesellschaftlichen Bedingungen als so intransparent erlebt werden würden und Abhängigkeiten hervorriefen, dass die Einzelnen ihre Selbsterhaltung gar nicht autonom bewerkstelligen könnten (vgl. Weyand 2001: 128 ff.). Die so erfahrene Ohnmacht gegenüber objektiven gesellschaftlichen Bedingungen und das erlebte Scheitern der autonomen Selbsterhaltung schlage sich im Individuum als narzisstische Kränkung nieder, die von den Einzelnen wiederum nur durch eine narzisstische Aufwertung des eigenen Selbst kompensiert werden könne (vgl. Adorno 1951: 48 f.). Dadurch aber, so lässt sich Adorno lesen, entspinnt eine Spannung zwischen Gesellschaft und Individuum, in der narzisstische Beschädigungen und narzisstische Besetzungen des eigenen Selbst kontinuierlich fortbestehen und eine erhöhte Anfälligkeit für narzisstische Kränkungen erzeugen. Vor dem Hintergrund gesellschaftlicher Verhältnisse, die Gefühle von Ohnmacht und Scheitern permanent produzieren, werden also narzisstische Beschädigungen als auch übermäßige narzisstische Besetzungen systematisch erzeugt (vgl. Weyand 2000: 71). Genau hier, in diese narzisstische Spannung, hake Propaganda ein: Der Agitator verstärke Gefühle der Ohnmacht und des Scheiterns, des Kleinseins und der Belanglosigkeit in seinem Publikum und stilisiere sich gleichzeitig als ein Identifikationsobjekt, das seine Anhänger:innen idealisieren, d. h. narzisstisch besetzen, und an dessen Macht und Größe sie stellvertretend teilnehmen könnten (vgl. Adorno 1951: 49). In diesem Zusammenhang fungiere besonders das propagierte Konstrukt einer nationalen „Volksgemeinschaft“ als Befriedigungsmöglichkeit narzisstischer Kränkungen. Adorno formulierte diese Form des Umgangs mit narzisstischen Beschädigungen unter dem Begriff des *kollektiven Narzissmus*:

„Kollektiver Narzissmus läuft darauf hinaus, daß Menschen das bis in ihre individuellen Triebkonstellationen hineinreichende Bewußtsein ihrer sozialen Ohnmacht, und zugleich das Gefühl der Schuld, weil sie das nicht sind und tun, was sie dem eigenen Begriff nach sein und tun sollten, dadurch kompensieren, daß sie, real oder bloß in der Imagination, sich zu Gliedern eines Höheren, Umfassenden machen, dem sie die Attribute alles dessen zusprechen, was ihnen selbst fehlt, und von dem sie stellvertretend etwas wie Teilhabe an jenen Qualitäten zurückempfangen.“ (Adorno 1959: 115)

Bedeutsam für einen Propagandabegriff der Kritischen Theorie ist die Überlegung, dass extrem rechte Propagandamedien ebendiese psychosoziale Situation anvisieren. Den Rezipient:innen wird durch Propaganda das Gefühl vermittelt, dass sie als Individuen zwar immer ohnmächtig bleiben werden, die erlittenen Kränkungen und bestehenden Ängste jedoch als

Teil der propagierten „Volksgemeinschaft“ handhabbar seien, wenn nicht sogar repariert werden könnten. Der geschädigte Narzissmus der Einzelnen könne, so die Suggestion, nur kollektiv, d. h. in Form des kollektiven Narzissmus in der „völkischen“ Masse, befriedigt werden (vgl. Lohl 2017: 148).

Für aktuelle Phänomene extrem rechter Mobilisierung können die skizzierten massenpsychologischen Überlegungen insofern aufschlussreich sein, als dass sie, weitergedacht, einen Beitrag zur Erklärung der Bildung von führerlosen Massen im digitalen Raum leisten können. Auch wenn das Thema in diesem Beitrag nur gestreift werden kann, so finden sich für einen solchen Ansatz bereits bei Freud selbst wertvolle Hinweise, wenn er eine sogenannte „primäre Masse“ von einer „sekundären Masse“ (Freud 1921: 110) unterscheidet. Während sich primäre Massen um eine Führungspersönlichkeit herum konstituieren, zeichnen sich sekundäre Massen gerade dadurch aus, dass genau diese persönliche Autorität fehlt. Anstelle des „Führers“ tritt ein unpersönliches und abstraktes Ideal, das die Anhänger:innen der Masse narzisstisch besetzen können (vgl. ebd.). Massenbildung und in dieser Form auch Propaganda ist also nicht an einen einschlägigen Akteur gebunden. In Anlehnung an Freud und Adorno sprechen Decker et al. im Hinblick auf rechtsextreme Phänomene daher von einem „sekundären Autoritarismus“ (Decker/Kiess/Brähler 2015: 23). Dieser kann verstanden werden als eine Identifikation mit einem autoritär wirkenden Prinzip, das bspw. in Form von marktwirtschaftlichen Forderungen, einer politischen oder religiösen Idee oder dem Konstrukt einer nationalen Volksgemeinschaft medial vermittelt wird und im digitalen Raum Anschlüsse für autoritäre Dynamiken legen kann, d. h. Unterwerfung einerseits und der daraus resultierenden Aggression andererseits, die projektiv nicht gegen das autoritäre Prinzip, sondern gegen konstruierte Feindbilder gerichtet wird.

Festhalten lässt sich, dass die Bezugnahmen auf die *soziale Malaise* und die *Beschädigung des Narzissmus* eine wichtige Eigenart der propagandistischen Funktionsweise markieren. Es geht darum, die schon zuvor bestehenden, gesellschaftlich bedingten Gefühle der Unsicherheit und Ohnmacht im Publikum ins Unermessliche zu steigern. Im Rahmen der psychoanalytisch orientierten Perspektive der Kritischen Theorie kann der Zweck von Propaganda darin beschrieben werden, das Ich der Zuhörer:innen zu untergraben und zu brechen. Das Ich nimmt in der Psychoanalyse aber bekanntlich eine zentrale Rolle ein. Es ist die zwischen Es und Über-Ich regulierende, realitätsvermittelnde Instanz des psychischen Apparats (vgl. Adorno 1950: 52). Dem (durch Propaganda) geschwächten Ich gelingt es immer weniger, die Integration der Ansprüche von Über-Ich, Es und Realität zu leisten, d. h. zum einen ein konsistentes und dauerhaftes System moralischer Werte zu errichten und zum anderen zwischen Realität und Fantasie zu vermitteln. Waren Gefühle von Angst und Wut, die mit dem empfundenen Unbehagen und Kränkungen in der Gesellschaft einhergehen, durchaus realitätsgerechte Reaktionen auf eine undurchsichtige Situation, werden sie durch die propagandistische Mobilisierung aufgegriffen, diffus gemacht und neurotisch (vgl. Löwenthal 1990: 50). Es ist diese psychosoziale Situation, die Propaganda als eine politische Mobilisierungsform im Publikum zu erzeugen trachtet und die darauf abzielt, das Publikum zu einem „Pöbel zu machen, nämlich zu Massen, die zu Gewaltaktionen ohne vernünftigen politischen Zweck bereit sind, und Pogromstimmung zu erzeugen“ (Adorno 1951: 34 f.).

## Propaganda der extremen Rechten als regressive Sozialisationsagentur

Deutlich wird in den referierten Überlegungen, dass die Kritischen Theoretiker Propaganda in ihren Schriften nicht als ein isoliertes Phänomen konzipieren, vielmehr handelt es sich im Kern um einen relationalen Begriff, der nur in Verbindung mit dem adressierten Publikum sowie der Gesellschaft gedacht werden kann, in der dieses Publikum sowie auch Propaganda eingebettet sind. Konzeptionell wird Propaganda von den Autoren damit in einem sozialisationstheoretischen Rahmen verhandelt, der immer ein spezifisches historisches Verhältnis von Individuum und Gesellschaft anvisiert.

Ein solcher Rahmen kann auch für die Rechtsextremismusforschung gewinnbringend sein, um eine Unterscheidung zwischen propagandistischen und anderen Formen politischer Mobilisierung analytisch in den Blick nehmen zu können. Einen ersten Orientierungspunkt bietet die von Löwenthal und Guterman formulierte Unterscheidung zwischen „Reformer“, „Revolutionär“ und „Agitator“ (vgl. Löwenthal 1990: 19). Alle drei Rollenkategorien gelten den Autoren als „Anwalt gesellschaftlicher Veränderung“ (ebd.), entscheidend sei jedoch deren differenter Bezug zur sozialen Wirklichkeit. Der Revolutionär sowie der Reformer seien bestrebt, die Erfahrungen die das Publikum mit der sozialen Wirklichkeit mache, in Begriffe zu fassen, die zu einem „gesteigerten Bewusstsein seiner faktischen Notlage“ (ebd.) führen sollen. Das zuvor diffuse emotionale Unbehagen wird sozusagen in Form von rationalen Politikangeboten sublimiert. Der Propaganda produzierende Agitator dagegen verwische den Bezug zur sozialen Wirklichkeit. Sein Ziel sei es nicht, das Publikum dabei zu unterstützen, ihre undurchsichtige Lebenssituation besser durchschauen und verstehen zu können, vielmehr greife er gesellschaftlich bedingte Beschädigungen der Individuen auf und vertiefe sie. An die Stelle des erlebten Konflikts mit der sozialen Wirklichkeit wird in diesem Fall nicht die sachliche Reflexion gesetzt, die die Autonomie des Publikums stärken würde, sondern ein Erlebnisangebot, das ebendiese Autonomie untergräbt.

Davon ausgehend lässt sich auch die Rede von Björn Höcke exemplarisch als gegenwärtige rechtspopulistische Form agitatorischen Wirkens begreifen. In seiner einleitend zitierten Ansprache über geflüchtete „junge Männer“, die in Deutschland wie „sozialer Sprengstoff“ seien, setzt er wirkmächtig an Konflikte seines Publikums an. Greifen wir zur heuristischen Einordnung seiner Rede auf die referierten Überlegungen zum Propagandabegriff der Kritischen Theorie zurück, so zeichnet auch Höcke ein Bedrohungsszenario, in der sein Publikum einerseits klein gemacht und andererseits erhöht wird und das in diesem Sinne die beschriebene gesellschaftlich produzierte Spannung zwischen narzisstischer Beschädigung und Besetzung anvisiert. Denn wenn die geflüchteten „jungen Männer“ scheinbar gar nicht anders können, als sich „einfach junge Frauen“ zu nehmen, was von Höcke als „selbstverständlich“ und „natürlich“ betitelt wird, entfaltet und legitimiert er damit ein patriarchales und gewaltträchtiges Männlichkeitsbild, das seine überwiegend männlichen Zuhörer mit folgenschweren Botschaften adressiert. Emotionsgeladen wird dabei vor allem ein Schlaglicht auf die „sexuellen Übergriffe“ und „Vergewaltigungen“ geworfen, die die geflüchteten „jungen Männer“ an „unseren Frauen“ verüben würden. Dabei greift Höcke zwar ein reales gesellschaftliches Problem auf, wenn er männliche Gewalt gegenüber Frauen zum Thema macht. Das Unbehagen, das er formuliert, ist also nicht aus der Luft gegriffen. Allerdings markiert Höcke männliche Gewalt ausschließlich als „migrantisches Problem“. Seine propagandistische Praktik besteht mitunter in einer Verschiebung männlicher Gewalt auf ein

diskursiv konstruiertes Feindbild – auf „junge männliche Flüchtlinge“. Höcke ist nicht daran gelegen, über patriarchale Strukturen aufzuklären und die durch diese nach wie vor hervorbrachte Gewalt aufmerksam zu machen. Vielmehr bietet er in Form eines Feindbildes eine Projektionsfläche an, die es den Rezipient:innen seiner Rede ermöglicht, die Auseinandersetzung mit eigenen problematischen Ansichten und Verstrickungen, die mit der Konstruktion männlicher Geschlechtsidentität einhergehen, nicht leisten zu müssen, sondern diese anderen anzukreiden und gleichzeitig bei sich selbst aufrechtzuerhalten.

Die psychische Wirkungsweise einer solchen Inszenierung lässt sich weiter vertiefen, wenn vor dem Hintergrund des Propagandabegriffs der Kritischen Theorie angenommen wird, dass Höcke mit seiner Rede auch verpönte und nicht eingestandene affektive Anteile in Form von Wünschen und Fantasien seines Publikums anspricht. Vor dem Hintergrund einer patriarchalischen Ordnung, die nach wie vor auch die Struktur der deutschen Gesellschaft elementar durchzieht, ist davon auszugehen, dass auch Höckes männliche Zuhörer in ihrer Sozialisation Ideale von Männlichkeit vermittelt bekommen und teils verinnerlicht haben, die sich insbesondere in Eigenschaften wie Stärke, Suprematie, Dominanz und Unabhängigkeit erstrecken (Meuser 2006: 162). Für die betreffenden männlichen Zuhörer, die solch patriarchalische Ideale von Männlichkeit verinnerlicht und zu ihrem Ich-Ideal erhoben haben, kann nun jede Erfahrung oder Vorstellung, diesen Idealansprüchen nicht gerecht zu werden, zu Scham führen, die das Selbstwertgefühl erniedrigt (vgl. Haubl 2012: 78). Eben hier hakt Höcke ein und vertieft die kränkende Scham: Denn weder, so die Implikation seiner Ansprache, seien seine Zuhörer in der Lage, „unsere Frauen“ zu schützen, noch sei es ihnen möglich, selbst derartige Ausschweifungen ausüben und dem vermittelten Männlichkeitsbild entsprechen zu können. Das von Höcke implizit als das eigentlich Verwerfliche dargestellte besteht in diesem Sinne nicht in der Tat selbst, sondern in der Kränkung, dass diese geflüchteten „jungen Männer“ die jüngere und potentere Version „unserer“ Männer zu sein scheinen.

Entscheidend ist nun jedoch, dass dieser Kränkung das völkische Erlebnisangebot von Propaganda entgegengesetzt werden kann. Dieses greift in eben die Beschädigungen ein, die Höcke selbst in seiner Ansprache vertieft hat. Für diejenigen, die sich klein und ohnmächtig fühlen, bietet die Volksgemeinschaft Größe, Potenz und Wirkmächtigkeit. Auch fungiert das von Höcke entfaltete Männlichkeitsbild nicht nur als Kränkung, sondern stellt seinem Publikum zugleich in Aussicht, dass sie selbst keine Sanktionen ihrer Fantasien fürchten müssten, sofern sie an dem propagierten Erlebnisangebot teilnehmen und ihm in diesem Sinne zur Macht verhelfen und sich der Volksgemeinschaft unterordnen. Als fatal kann dieses unterbreitete Beziehungsangebot im Rahmen eines Propagandabegriffs der Kritischen Theorie deswegen beschrieben werden, weil es zwar mit einer narzisstischen Identifizierung lockt, aber im selben Moment die Auflösung des Subjekts einleitet. In dem Maße, in dem narzisstische Kränkungen vermeintlich geheilt erscheinen, verschwindet auch die Individualität der Einzelnen zugunsten des Aufgehens im völkisch-nationalen Kollektiv.

Es ist genau diese regressive Wirkung von Propaganda, die einleitend mit Löwenthal als eine „umgekehrte Psychoanalyse“ (Löwenthal 1984: 61) angedeutet wurde. Gemeint ist damit jene Funktionsweise von Propaganda, die darauf abzielt „Menschen im Zustand psychischer Abhängigkeit zu halten, neurotisches und sogar psychotisches Verhalten so zu fördern und zu festigen, daß es schließlich in der totalen Abhängigkeit [...] kulminiert“ (ebd.). Denn während der Reformier bzw. der Revolutionär versucht, den Zuhörer:innen wieder einen rationalen Bezugsrahmen anzubieten, versuche der in Propaganda wirkende „Agitator [...] den ratio-

nen Bezugsrahmen innerhalb seines Publikums zu zerstören“ (Löwenthal 1990: 19). Lautet das von Freud aufgestellte Kredo der Psychoanalyse noch: „wo Es ist soll Ich werden“ (Freud 1933), verkehrt der Agitator diesen Anspruch diametral in sein Gegenteil und versucht das Ich der Zuhörer:innen – deren Fähigkeit zu kritischem Denken, Selbstreflexion und eigenständigem Handeln – mithilfe einer ständigen Affektmobilisierung zu demontieren.

Davon ausgehend lässt sich die Propaganda der extremen Rechten mit der Kritischen Theorie als eine Sozialisationsagentur begreifen, die das Publikum nicht nur bzw. nicht vordergründig rational und sachlich anspricht, sondern gezielt emotionale Reaktionen evoziert, indem sie bedeutsame Konflikte und Wünsche aufgreift und verhandelt, die Teile des Publikums im Laufe ihrer Sozialisation erfahren und verinnerlicht haben. Propaganda rührt an diesen tief sitzenden Konflikten und Wünschen, die oftmals verdrängt werden mussten oder nicht eingestanden werden konnten, da sie schambehaftet oder vor dem Hintergrund gesellschaftlicher Wertvorstellungen zu anstößig sind. Sozialisationsagenturen können aufklären und emanzipativ wirken, indem sie dabei helfen, unbewusste, verdrängte Erlebnisinhalte zur Sprache zu bringen, die bisher nicht zugelassen werden durften und über die geschwiegen werden musste (vgl. König 1993: 217 f.). Wie im Fall von Propaganda können Sozialisationsagenturen aber auch umgekehrt kontraemanzipativ wirken, indem bestimmte Beschädigungen und Erlebnisinhalte des Publikums so modifiziert werden, dass sich ihr Unbehagen manifestiert und der Weg zu deren eigentlichen gesellschaftlichen Hintergründen, und damit der Weg eines angemessenen Umgangs, verschüttet bleibt.

Propaganda ermöglicht in diesem Zusammenhang eben gerade nicht ein „wahres“ und spontanes emotionales Berührtwerden: Denn wenn „Massen von Propaganda ergriffen werden, so ist dies kein spontan-ursprünglicher Ausdruck von Trieben und Instinkten, sondern eine quasi wissenschaftliche Wiederbelebung ihrer Psychologie“ (Adorno 1951: 63). Die mit dem Erlebnisangebot von Propaganda der extremen Rechten in Aussicht gestellte Befriedigung emotionaler Bedürfnisse führt sich daher selbst ad absurdum, da sie sich zwar als eine authentische und befreiende verkauft, aber grundlegend fremdbestimmt und instigiert ist.

Abschließend gilt es jedoch nochmals zu betonen, dass die Wirkungsweise von Propaganda der extremen Rechten nicht in einem Vakuum entsteht. Ihre Kraft zieht sie aus einem empfundenen Unbehagen, das im Sinne der Kritischen Theorie durch die Aporien kapitalistisch strukturierter Gesellschaften systematisch erzeugt wird. Anstatt jedoch nach Lösungen zu suchen, vertiefen propagandistische Agitatoren wie Björn Höcke diese Aporien und versperren gleichzeitig den Weg zu ihrer Einsicht. Vor diesem Hintergrund ist die Wirkungsweise von extrem rechter Propaganda, wie sie in dem vorliegenden Beitrag beschrieben wurde, immer mit den jeweiligen vorherrschenden historischen und gesellschaftlichen Verhältnissen verwoben, mit denen sich die Rezipient:innen von Propaganda in ihrer Sozialisation auseinandersetzen müssen. Im Rahmen dieser Auseinandersetzung mit der Gesellschaft kann eine psychische Ansprechbarkeit für rechtsextreme Einstellungen entstehen, die schließlich von Propaganda adressiert wird. Wollen wir in der Rechtsextremismusforschung auf einen Propagandabegriff zurückgreifen, wie ihn die frühen Kritischen Theoretiker ausgearbeitet haben, gilt es, mit einer Propagandaanalyse daher zugleich immer auch eine kritische Gesellschaftsanalyse zu betreiben.

## Quellen

Höcke, Björn (2015). Rede von Björn Höcke (AfD) am 30.09.2015 in Erfurt. Zugriff am 24. August 2023 unter [www.youtube.com/watch?v=\\_kspogoPhOE](http://www.youtube.com/watch?v=_kspogoPhOE).

## Literatur

- Adorno, Theodor W. (1943). Die psychologische Technik in Martin Luther Thomas Rundfunkreden. In Theodor W. Adorno (Hrsg. [1973]), *Studien zum autoritären Charakter* (S. 360–483). Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Adorno, Theodor W. (1946). Antisemitismus und faschistische Propaganda. In Ernst Simmel (Hrsg. [1993]), *Antisemitismus* (S. 148–162). Frankfurt am Main: Fischer.
- Adorno, Theodor W.; Frenkel-Brunswick, Else; Lewinson, Daniel J. & Sanford, R. Nevitt (1950). Einleitung. In Theodor W. Adorno (Hrsg. [1973]), *Studien zum autoritären Charakter* (S. 1–36). Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Adorno, Theodor W. (1951). Die Freudsche Theorie und die Struktur der faschistischen Propaganda. In Theodor W. Adorno (Hrsg. [1971]), *Kritik. Kleine Schriften zur Gesellschaft* (S. 34–66). Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Adorno, Theodor W. (1959). Theorie der Halbbildung. In *GS 8* (S. 93–122).
- Berg, Philipp (2016). „...nur wenn wir mannhaft werden, werden wir wehrhaft und wir müssen wehrhaft werden“. Verschränkungen zwischen Antisemitismus und Antifeminismus bei PEGIDA, AfD & Co. *diskus*, 55, S. 27–32.
- Brunner, Markus; Lohl, Jan; Pohl, Rolf; Schwietring, Marc & Winter, Sebastian (2012). *Politische Psychologie heute? Themen, Theorien und Perspektiven der psychoanalytischen Sozialforschung*. Gießen: Psychosozial-Verlag.
- Buchholz, Johannes (2019). Der Agitator der Prophetenstudien als Vorbild des „Managers“ und „Politikers“. Kommentar zum Beitrag von Philipp Lenhard. In Oliver Decker & Christoph Türcke (Hrsg.), *Autoritarismus. Kritische Theorie und Psychoanalytische Praxis*. Gießen: Psychosozial-Verlag.
- Decker, Oliver (2015). Narzisstische Plombe und sekundärer Autoritarismus. In Oliver Decker; Johannes Kiess & Elmar Brähler (Hrsg.), *Rechtsextremismus der Mitte und sekundärer Autoritarismus* (S. 21–33). Gießen: Psychosozial-Verlag.
- Decker, Oliver & Brähler, Elmar (2018). *Flucht ins Autoritäre. Rechtsextreme Dynamiken in der Mitte der Gesellschaft*. Gießen: Psychosozial-Verlag.
- Fielitz, Maik & Marcks, Holger (2020). *Digitaler Faschismus. Die sozialen Medien als Motor des Rechtsextremismus*. Berlin: Dudenverlag.
- Freud, Sigmund (1921). *Massenpsychologie und Ich-Analyse*. *GW 13*, S. 71–162.
- Freud, Sigmund (1933). *Neue Folge der Vorlesungen zur Einführung in die Psychoanalyse*. *GW 15*.
- Kemper, Andreas (2016). „...Die neurotische Phase überwinden, in der wir uns seit siebzig Jahren befinden“ Zur Differenz von Konservatismus und Faschismus am Beispiel der „Historischen Mission“ Björn Höckes (AfD). Zugriff am 24. August 2023 unter [RLS-HeftMissionHoecke-Feb16-D.indd](https://rosalux.de/RLS-HeftMissionHoecke-Feb16-D.indd) (rosalux.de).
- König, Hans-Dieter (1993). Die Methode der tiefenhermeneutischen Kultursoziologie. In Thomas Jung und Stefan Müller-Doohm (Hrsg.), *„Wirklichkeit“ im Deutungsprozeß. Verstehen und Methoden in den Kultur- und Sozialwissenschaften*.



- Lenhard, Philipp (2019). Falsche Propheten. Zur Aktualität der Demagogiestudien von Leo Löwenthal und Norbert Guterman. In Oliver Decker & Christoph Türcke (Hrsg.), *Autoritarismus. Kritische Theorie und Psychoanalytische Praxis*. Gießen: Psychosozial-Verlag.
- Lohl, Jan (2017). „Für die Zukunft unseres Volkes (...) bekämpfen.“ Zur psychoanalytischen Sozialpsychologie rechtspopulistischer Propaganda. In Kurt Grünberg; Wolfgang Leuschner & Initiative 9. November (Hrsg.), *Populismus, Paranoia, Pogrom. Affekterbschaften des Nationalsozialismus*. Frankfurt am Main: Brandes & Apsel.
- Lohl, Jan; Brunner, Markus & Wirth, Hans-Jürgen (2019). Editorial. *psychosozial*, 42(3), S. 5–9.
- Lohl, Jan (2021). Hass und Gewalt im Rechtspopulismus. Zur psychoanalytischen Sozialpsychologie eines „brennenden Zeitproblems“. In Ulrich Lamparter; Gabriele Amelung; Annegret Boll-Klatt & Andreas Sadjiroen (Hrsg.), *Die dünne Kruste der Zivilisation. Beiträge zu einer Psychoanalyse der Gewalt*.
- Löwenthal, Leo (1946). „Die Techniken des amerikanischen Agitators. In Peter-Erwin Jansen (Hrsg. [2000]), *Das Utopische soll Funken schlagen. Zum hundertsten Geburtstag von Leo Löwenthal* (S. 115–123). Frankfurt am Main: Vittorio Klostermann.
- Löwenthal, Leo & Guterman, Norbert (1949). *Prophets of Deceit. A Study of the Techniques of the American Agitator*. New York: Harper & Brothers.
- Löwenthal, Leo (1984). Adorno und seine Kritiker. In Helmut Dubiel (Hrsg.), *Leo Löwenthal: Schriften, Band 4. Judaica, Vorträge und Briefe* (S. 59–73). Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Löwenthal, Leo (1990). *Falsche Propheten. Studien zum Autoritarismus*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Meuser, Michael (2006). Hegemoniale Männlichkeit. Überlegungen zur Leitkategorie der Men's Studies. In Brigitte Aulenbacher (Hrsg.), *FrauenMännerGeschlechterforschung. State of the Art*. Münster: Westfälisches Dampfboot.
- Müller, Jan-Werner (2016). *Was ist Populismus?* Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Ronneberger, Franz (1977). Besprechung des Buches „Propaganda. Grundlagen, Prinzipien, Materialien, Quellen“ von Carl Hundhausen. *Publizistik*, 22(1), S. 100.
- Rosa, Hartmut (2016). *Resonanz. Eine Soziologie der Weltbeziehung*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Salzborn, Samuel (2015). *Rechtsextremismus. Erscheinungsformen und Erklärungsansätze*. Baden-Baden: Nomos.
- Salzborn, Samuel (2017). *Angriff der Antidemokraten. Die völkische Rebellion der Neuen Rechten*. Weinheim: Beltz-Juventa.
- Schwandt, Michael (2010). *Kritische Theorie. Eine Einführung*. Stuttgart: Schmetterling Verlag.
- Volkov, Shulamit (2000). Antisemitismus als kultureller Code: zehn Essays. München: Beck.
- Weyand, Jan (2000). Zur Aktualität der Theorie des autoritären Charakters. In *jour fixe-initiative berlin* (Hrsg.), *Theorie des Faschismus – Kritik der Gesellschaft* (S. 55–76). Münster: UNRAST-Verlag.
- Weyand, Jan (2001). *Adornos Kritische Theorie des Subjekts*. Lüneburg: zu Klampen.
- Wörsching, Mathias (2020). *Faschismustheorien. Überblick und Einführung*. Stuttgart: Schmetterling Verlag.