

„UNLEASH THE HOUNDS!“:¹ WENN MEMES UND ANDERE WITZFIGUREN GEGEN TROLLE IN DEN DIGITALEN INFORMA- TIONSKRIEG ZIEHEN

Mareike Meis & Eva Johais

Abstrakt

Der aktuelle Informationskrieg im Russland-Ukraine-Konflikt erreicht ein neues Level, wenn nicht nur Inszenierung und Propaganda von, sondern auch Mobilisierung für Krieg mit Hilfe digitaler Kommunikationstechnologien und sozialer Medien zu einem partizipativen und kollektiven Projekt werden. Die Aktivitäten des zufällig entstandenen Internetkollektivs *North Atlantic Fella Organization (NAFO)* erscheinen dabei als Ausdruck einer memetischen Kriegsführung im Sinne des Wettstreits über Narrative, Vorstellungen und gesellschaftliche Kontrolle auf dem Schlachtfeld der sozialen Medien. Dieser Beitrag verfolgt die Frage, wie die Unkontrollierbarkeit eines solchen humoristischen Social-Media-Phänomens innerhalb eines partizipativen und kollektiven Projektes strategisch für bestimmte Interessen nutzbar gemacht und Humor trotz seiner offensichtlichen Ambiguität als Waffe im russisch-ukrainischen Informationskrieg eingesetzt wird. Unter Rückgriff auf das Vorgehen einer diffraktiven Ethnografie werden die besondere Spannung zwischen Virtualität und Realität des digitalen Informationskrieges im Russland-Ukraine-Konflikt und die Handlungsmacht von Social-Media-Phänomenen im Sinne einer virtuellen Kriegsbeteiligung mit realen Effekten in den Blick genommen. Ergänzend zu dem Phänomen der NAFO werden auch weitere Phänomene des aktuellen

¹ Dieser metaphorische Ruf zu den Waffen wurde von Ivana Stradner abgesetzt – eine US-amerikanische Rechtswissenschaftlerin und Expertin für russische Propaganda, die bekenndes Mitglied der *North Atlantic Fellas Organization (NAFO)* ist (Scott 2022).

russisch-ukrainischen Informationskrieges betrachtet, um der Historizität und Verschränkung von Mechanismen und Effekten im Kontext sozialer Medien Rechnung zu tragen.

Keywords

Humor, digitaler Informationskrieg, soziale Medien, Russland-Ukraine-Konflikt, memetische Kriegsführung, diffraktive Ethnografie, Handlungsmacht

1 Einleitung

„Humour is not a strategy in war“ (395) schrieb Christie Davies im Jahr 2001 und konstatierte die Unmöglichkeit des gezielten Einsatzes von Witz und Humor durch Kriegsparteien für die eigenen Interessen. 22 Jahre später scheint der Russland-Ukraine-Konflikt ein gegenteiliges Bild zu zeichnen. So erleben wir wie ein russisches Comedy-Duo mit Fake-Videoanrufe des Kiewer Bürgermeisters Vitali Klitschko europäische, politische Amtstragende hinters Licht führte, um diese zu verhöhnen und die Überlegenheit Russlands im digitalen Informationskrieg zu demonstrieren (Adamek und Laufer 2022).² Auf der ukrainischen Seite begegnen uns wiederum *doge*-Memes³ als virtuelle Streitkräfte der NAFO (*North Atlantic Fella Organization*) – einem Internetkollektiv, das mit Ironie und Spott gegen die Ausbreitung von Desinformation und den sogenannten *Whataboutism* durch russische Trolle kämpft und gemeinsam mit der ukrainischen Traktor-Brigade den militärisch überlegenen Gegner Russland verspottet (Braun 2022; Vooren 2022).⁴ Diese Phänomene sind keineswegs harmlos, als dass sie

² Das russische Comedy-Duo Vovan und Lexus betont, die Fake-Anrufe aus eigener Initiative inszeniert zu haben. Allerdings wird der Online-Kanal *Rutube*, über den sie ihre Auftritte verbreiten, von dem russischen Staatsunternehmen *Gazprom* finanziert. (ebd.)

³ Ihre Waffe der Wahl ist ein schlecht gezeichnetes Bild eines Shiba Inu, eine Hundearart, die vor einem Jahrzehnt durch Elon Musk und seiner Unterstützung der Internet-Kryptowährung Dogecoin zur Internetsensation wurde und seither als *doge* bezeichnet wird (Scott 2022).

⁴ Der *Whataboutism*, d.h. die Strategie die öffentliche Aufmerksamkeit auf ein anderes Problem zu lenken, ist ein Hauptziel der NAFO-*doge*-Kampfeinheiten. Die ukrainische Traktor-Brigade ist ein ebenfalls zufällig entstandenes Meme, das auf die Begebenheit zu Beginn des Krieges zurückführt als ukrainische Bauern mit ihren Traktoren liegendegebliebene russische Panzer abschleppten oder stahlen. (ebd.)

sich auf den virtuellen Raum beschränken würden. Sie haben reale und hochpolitische Effekte. So zielten die Klitschko-Fake-Anrufe darauf die betroffenen Amtstragenden zu verfänglichen Aussagen im Sinne einer pro-russischen Position zu verleiten (Adamek und Laufer 2022). Die NAFO wiederum betreibt Fundraising für die militärische Ausstattung zur Verteidigung der Ukraine und erreicht mit ihren Solidarisierungsaufrufen auch Personen des öffentlichen Lebens, wie bspw. den ukrainischen Verteidigungsminister (Neuhahn 2022).

Der aktuelle Informationskrieg erreicht dabei ein neues Level, wenn nicht nur Inszenierung und Propaganda von, sondern auch Mobilisierung für Krieg mit Hilfe digitaler Kommunikationstechnologien und sozialer Medien zu einem partizipativen und kollektiven Projekt werden. So wird Spendenden als Gegenleistung ein eigener NAFO-*do-ge*-Avatar generiert, mit dem diese sich dann selbst an den virtuellen Kampfhandlungen beteiligen können. Der Rückgriff auf Witz und Humor folgt hier dem Versuch, der rapiden Verbreitung von (so deklarierter) Falsch- und Desinformation durch russische Internettrolle nicht mit dem reaktiven Absetzen von (vermeintlich) wahrheitsgemäßen und faktenbasierten Posts zu begegnen, sondern bereits das erwachsene Narrativ des Krieges durch bildliche Aneignung und Besetzung zu stören, umzudeuten und einer präventiven Verhöhnung auszusetzen (Braun 2022; Scott 2022; York 2022). Die Aktivitäten der NAFO scheinen so Ausdruck einer memetischen Kriegsführung (engl.: *memetic warfare*) im Sinne des Wettstreits über Narrative, Vorstellungen und gesellschaftliche Kontrolle auf dem Schlachtfeld der sozialen Medien zu sein. Jeff Giese (2016, 69, 72) empfahl der NATO eine derartige Strategie, um bereits von China und Russland praktizierten Formen der memetischen Kriegsführung zu begegnen. Im Fall der NAFO allerdings scheint diese ihren Ursprung nicht in einer staatlich-gelenkten oder -finanzierten Kommunikationskampagne zu haben. Bemerkenswert an ihr ist daher, dass eine Social-Media-Aktivitäten inhärente Unkontrollierbarkeit (Giese 2016, 75) offenbar tatsächlich zweckgerichtet eingesetzt und Humor trotz seiner offensichtlichen Ambiguität (Davies 2001, 396) zu einer *Waffe* im russisch-ukrainischen Informationskrieg wird.

In unserem Beitrag verfolgen wir entsprechend die Frage, wie die Unkontrollierbarkeit humoristischer Social-Media-Phänomene innerhalb eines partizipativen und kollektiven Projektes im Rahmen eines digitalen Informationskrieges strategisch für bestimmte Interessen nutzbar

gemacht wird. Im Fall der NAFO handelt es sich um ein Phänomen, das zufällig entstand und in seinem Ausmaß und tatsächlichem Effekt von dem unberechenbaren Verhalten unbestimmbarer Twitter-Nutzer abhängt. Gleichzeitig birgt dieser Umstand aber stets die Gefahr einer erneuten Aneignung, mit der die Meme-Kampfeinheiten – metaphorisch gesprochen – zum Gegner überlaufen könnten.⁵ Dennoch scheint es aktuell als pro-ukrainische Störfigur einer narrativen Gegenaneignung und Mobilisierung gerade wegen seiner akzidentellen und geteilten Urheberschaft in Richtung einer längerfristigen Zielsetzung der Unterstützenden der Ukraine zu funktionieren. Ein wesentlicher Aspekt der Betrachtung muss daher auch die Frage nach der Handlungsmacht von Social-Media-Phänomenen im digitalen Informationskrieg sein.

Unter Rückgriff auf das Vorgehen einer diffraktiven Ethnografie wie sie Eickelmann und Meis (2023) vorschlagen, werden wir die besondere Spannung zwischen Virtualität und Realität des Informationskrieges im Russland-Ukraine-Konflikt und die sogenannte *agency* von Social-Media-Phänomenen im Sinne einer virtuellen Kriegsbeteiligung mit realen Effekten in den Blick nehmen. Auf der Gegenstandsebene liegt unser Schwerpunkt hierbei auf dem Phänomen der NAFO. Der Historizität und Verschränkung von Mechanismen und Effekten im Kontext sozialer Medien Rechnung tragend, betrachten wir ergänzend aber auch weitere Phänomene des aktuellen russisch-ukrainischen Informationskrieges.

Im Folgenden stellen wir zunächst die Methode einer diffraktiven Ethnografie sozialer Medien vor und operationalisieren diese für den Betrachtungsgegenstand eines humoristischen Social-Media-Phänomens im Russland-Ukraine-Konflikt. Nach dieser methodischen Einführung widmen wir uns zuerst allgemein der wissenschaftlichen Betrachtung von politischem und widerständigem Humor und anschließend dem

⁵ Eine mögliche Ko-optierung der NAFO durch pro-russische Trolle aufgrund ihrer grundsätzlichen und uneingeschränkten Offenheit – d.h. auch für Fake-Accounts – wird dabei innerhalb des NAFO-Kollektivs als ein reales Risiko diskutiert, wie sich aus einem Gespräch mit einer bekennenden NAFO-Anhängerin im Vorfeld einer Veranstaltung zur *memetic warfare* ergab, die am 29.03.2023 im Rahmen des Projektes *Bergen Global*, das das Chr. Michelsen Institute gemeinsam mit der University of Bergen durchführt, stattfand. Für weitere Informationen siehe: <https://www.uib.no/en/globalchallenges/161175/battle-memes-russia%E2%80%99s-war-ukraine>.

speziellen Zusammenspiel von Humor und sozialen Medien, um uns später von diesem theoretischen Rahmen aus den medialen Erscheinungen von Humor im Russland-Ukraine-Konflikt zuzuwenden. Einen besonderen Fokus legen wir hierbei auf Internet-Memes als wesentliche Kommunikationsform des von uns betrachteten Phänomens der NAFO sowie auf Twitter als zentrale Plattform für politische Diskurse in der westlichen Sphäre (Basu und Zekavat 2021, 4) und primärer Erscheinungsort der NAFO. Dann werden wir nach einer kurzen Zusammenfassung unserer Beobachtungen zum Auftreten von Humor im russisch-ukrainischen Informationskrieg, das Phänomen der NAFO in den diffraktiv-ethnografischen Blick nehmen und seine *agency* im Russland-Ukraine-Konflikt diskutieren. Im Fazit fassen wir unsere Beobachtungen zusammen und ziehen abschließende Schlussfolgerungen zur Handlungsmacht von Social-Media-Phänomenen im digitalen Informationskrieg, die die Richtung für weitergehende Forschung weisen.

2 Die Methode einer diffraktiven Ethnografie Sozialer Medien im Kontext des Russland Ukraine-Konflikts

Methodisch stellt die Betrachtung von Social-Media-Phänomenen eine besondere Herausforderung dar. Begründet in der strukturellen Kontingenz algorithmisch informierter Plattformarchitekturen, zeichnen sie sich durch eine hohe Veränderlichkeit aus. Als Erscheinungen in multimodalen digitalen Teilöffentlichkeiten, die die Sphären des sozio-politischen und -ökonomischen ebenso berühren wie des sozio-technologischen, beherbergen sie auch komplexe diskursive und ästhetische Verweisstrukturen. Dieselben Phänomene sind zudem Ausdruck der Verwicklungen menschlicher Kreativität und Exzentrik und gehen mit einer technisch gestalteten Konnektivität einher, die konstitutiv für die zwischenmenschlichen Beziehungen in sozialen Netzwerken ist (van Dijck 2013, 11–13, Elsaesser 2009, 181).

Um das bewegliche und bewegende Moment von Social-Media-Phänomenen ebenso zu erfassen wie ihre medientechnologisch bedingten Erscheinungsmodi, komplexen Diskurszusammenhänge und die sie konstituierenden Nutzendenzentrierungen, eignen sich feministische Zugänge in besonderer Weise. Denn diese ermöglichen es Phänomene in ihrer technischen, sozialen, ökonomischen sowie politischen Situiertheit zu beschreiben und die mit ihnen verbundenen

Praktiken der Bedeutungs- und Wissensgenerierung samt ihrer Widersprüchlichkeiten in den Mittelpunkt der Betrachtung zu rücken. Eickelmann und Meis (2023) schlagen hierbei einen diffraktiv-ethnografischen Ansatz vor, der in der Lage ist, die Verflechtungen subjektiver und gesellschaftlicher Erfahrungen und Bedeutungen von Social-Media-Phänomenen gemeinsam mit ihren ökonomischen und politischen Bedingtheiten und ihren unterschiedlichen ästhetischen und diskursiv-materiellen Erscheinungsweisen und Einbettungen in den Blick zu nehmen.

In der Physik beschreibt Diffraktion das Beugungsverhalten von Wellen, wenn sie auf ein Hindernis treffen und von ihrer ursprünglichen Bewegung abweichen. Donna J. Haraway (1997, 273) hat dieses Bild in die wissenschaftliche Diskussion als eine Art alternatives kritisches Bewusstsein gegenüber einer technowissenschaftlichen Gegenwart eingeführt, das andere, heterogene Sichtweisen auf die Welt ermöglichen soll. Sie entwirft mit ihrem diffraktiven Denken eine Lese- und Schreibtechnologie, in der umkämpfte narrative Felder mit Wissens- und Bedeutungspraktiken der Differenz und Konnektivität zusammengehen und die die daraus hervorgehenden Phänomene als ein „interferentes Wirksamwerden“ (Bath et al. 2013, 17) von aufeinander bezogenen Ereignissen analysiert werden können (Haraway 1992, 1997). Aus der Mimetik greift Haraway (1997, 10–11) hierbei die Konzeption der Figurationen bzw. der Figuren auf und entwirft diese als performative Bilder, die innerhalb eines materialisierten narrativen Feldes die Ebene des imaginativ Möglichen mit der Ebene konkreter Verbalisierungen, Visualisierungen und Affizierungen zusammenbringen. In ihrer methodischen Re-Konzeptionalisierung der Haraway'schen diffraktiven Perspektive, betonen Eickelmann und Meis (2023) ein ethnografisches Moment, das vor allem auf Haraways Ansatz des situierten Wissens fußt. Sich selbst innerhalb des Forschungsprozess zu situieren, bedeutet dabei seine eigene Verbundenheit und Veränderlichkeit mit den bedeutungsproduzierenden Technologien anzuerkennen, an denen man als Erforschende beteiligt ist. Als Methode setzt eine ethnografische Herangehensweise die eigene Aussetzung gegenüber den betrachteten Praktiken und Diskursen und den einhergehenden Risiken und Verletzbarkeiten voraus, die für den Ansatz des situierten Wissens konstitutiv sind.

Vor diesem Hintergrund entwerfen Eickelmann und Meis (2023) eine „dekonstruktivistische bzw. repräsentationskritische Ethnografie, die ein kollektives Moment der Bedeutungs- und Wissensgenerierung samt ihrer Materialität in einem bestimmten sozio-kulturellen, -ökonomischen und -politischen Kontext sichtbar ...“ (ebd.) macht. Sie beschreiben diffraktive Ethnografien als eine Methodologie, die in der empirischen Auseinandersetzung mit Phänomenen nicht auf das Erreichen eines akkumulierten Gesamtbildes ausgerichtet ist, sondern von ihrer grundsätzlichen Unabgeschlossenheit und Relationalität ausgehen. Phänomene sind entsprechend nicht als dem Forschungsprozess vorausgehende Erscheinungen zu denken, sondern ereignen sich erst mit diesem. Die Beschreibung eines Phänomens als Resultat der wissenschaftlichen Betrachtung kann entsprechend stets nur als eine vorläufige verstanden werden und schließt deterministische Grenzsetzungen im Sinne festgeschriebener Objektbestimmungen aus.

Das Vorgehen diffraktiver Ethnografien Sozialer Medien gliedern Eickelmann und Meis (2023) in drei aufeinander bezogenen und ineinandergreifenden methodischen Schritten. Erstens, verlangt eine *breite Situierung* in der Betrachtung und Beschreibung von Phänomenen in sozialen Medien, die Aushandlung ihrer Grenzen und ihrer Realität(en), d.h. ihre Politisierungen, Ökonomisierungen, Diskursivierungen und Ästhetisierungen, in den Blick zunehmen. Zweitens, bedeutet die *Anerkennung der eigenen Verstrickung* in und mit sozialen Medien, sich als Forschende in der eigenen grenzgängerischen und -setzenden Funktionalität zu reflektieren und zu thematisieren. Drittens, verweist die *Lokalisierbarkeit partialer Perspektiven* auf eine notwendige Anschlussfähig- und Kritisierbarkeit, indem die Bedingtheiten der eigenen Betrachtung nachvollziehbar und die dahinterliegenden Techniken und Technologien sichtbar gemacht werden. Bezogen auf humoristische Social-Media-Phänomene im Russland-Ukraine-Konflikt bedeutet dies konkret einzelne humoristische Erscheinungen über ihre unterschiedlichen Materialisierungen hinweg nachzuverfolgen und zu betrachten. Dabei gilt es nach ihren politisierenden Effekten, ökonomischen Bezügen, diskursiven Einbettungen und ästhetischen Verweisen im Kontext einer kriegerischen Auseinandersetzung zwischen zwei Staaten mit globalen Auswirkungen und internationalen Solidarisierungen für die eine oder anderen Seite zu fragen. Das eigene Beteiligtsein als Forschende aufgrund der eigenen bewussten und unbewussten

Positionierung innerhalb dieses Konflikts sowie der unmittelbaren oder mittelbaren Nähe zu der einen, der anderen oder beiden Kriegsparteien ist ebenfalls zu thematisieren. Zuletzt müssen der Prozess und die Bedingungen der Betrachtung offengelegt und so für weitere wie auch alternative Betrachtungen zugänglich gemacht werden.

In unsere Betrachtung sind entsprechend dieses diffraktiv-ethnografischen Zugangs unsere eigenen subjektiven Beobachtungen und Erfahrungen als wissenschaftliche wie auch mundane Nutzerinnen eingeflossen, die sich den Praktiken und Erscheinungen von humoristischen Social-Media-Phänomenen im Russland-Ukraine-Konflikt in einer diversen Online-Umgebung von sozialen Netzwerken, Nachrichtenplattformen und Internetpräsenzen von unterschiedlichen Gruppierungen ausgesetzt haben. Dabei galt es das Phänomen der NAFO, als vorrangigem Gegenstand unseres Interesses, in unterschiedlichen Kontexten, d.h. abseits des Internets zu verfolgen. Durch Begegnungen mit anderen Nutzenden im Rahmen wissenschaftlicher Veranstaltungen oder Hinweise auf das Aufgreifen des NAFO-Aktivismus im Rahmen von Offline-Protестaktionen gewannen wir so zusätzliche Erkenntnisse über die Reichweite und *agency* des Phänomens. Bevor wir uns nun der diffraktiven Ethnografie von humoristischen Social-Media-Phänomenen im Russland-Ukraine-Konflikt und insbesondere den Materialisierungen der NAFO-Memes zuwenden, setzen wir mit Konzepten von politischem und widerständigem Humor einen theoretischen Rahmen. Diese theoretische Eingrenzung dient dazu, die sozio-politische Tragweite des betrachteten Phänomens aufzuzeigen.

3 Politischer und widerständiger Humor als Gegenstand wissenschaftlicher Betrachtung

Sowohl der britische Soziologe Christie Davies (2001) als auch der Sinologe und Historiker Gregor Benton (1988) haben in der Vergangenheit Witz und Humor ihre Bedeutung als Mittel politischen Handelns abgesprochen. So schreibt Benton (1988, 54) bezüglich des politischen Witzes in kommunistischen Gesellschaften, dieser bewirke nichts, sei keine Form des aktiven Widerstands und mobilisiere niemanden. In den letzten Jahren haben sich allerdings viele Autoren für die politische Bedeutsamkeit von Witz und Humor ausgesprochen und einen nuancierten Blick auf Humor vorgeschlagen. Bezugnehmend auf

konflikttheoretische Ansätze in der Soziologie unterscheidet Kuipers (2008, 370) beim revolutionären Potential von Witz und Humor zwischen repressiven und offenen Gesellschaften. In repressiven Gesellschaften nehme Humor von Seiten der Unterdrückten eher geheime und harmlose, und von Seiten der Machthabenden aggressive bis hin zu grausamen Formen an. Stattdessen sei Humor in offenen Gesellschaften weniger markiert, aber stärker institutionalisiert, und könne eine direktere politische Rolle spielen. Unter diesen weniger restriktiven, aber gezähmten Umständen, d.h. im Schutz gewährter und akzeptierter Genre-Freiräume, könne Humor leichter Politik kritisieren und adressieren, Menschen mobilisieren und die Grenzen zwischen unverfänglichem Scherzen und beißender Satire überschreiten. (ebd., 371)

Für die Betrachtung von humoristischen Social-Media-Phänomenen im Russland-Ukraine-Konflikt sind neben diesem konflikttheoretischen Zugang vor allem die Kategorien des politischen und widerständigen Humors relevant. Als Korrelat des sozialen Konflikts wird politischer Humor zu einer Waffe stilisiert, d.h. einer Form des Angriffs oder der Verteidigung, die einen eindeutigen Adressaten hat (Kuipers 2008, 368). In einer verwandten Weise schreibt Sorensen (2008, 167) von Humor als Teil einer machtvollen Strategie des gewaltlosen Widerstands gegen Unterdrückung. Nach innen gerichtet, fördere Humor eine Kultur des Widerstands, indem Solidarität aufgebaut und das individuelle Vermögen der widerständigen Teilhabe, z.B. durch die Reduzierung von Angst gegenüber repressiven Regierungen und Einsatzkräften, gestärkt werde (ebd., 171, 180). Tunali (2020, 132, 141) führt auch an, dass gerade kreative Formen des Widerstands nicht nur Solidaritäten steigern, sondern auch längerfristige politische Teilhabe fördern und etablierte soziale Verhältnisse, Normen und Überzeugungen rekonfigurieren könnten.

Nach außen gerichtet unterstütze Humor wiederum die Mobilisierung von Außenstehenden für die Widerstandsbewegung und vergrößere ihre Reichweite. Ebenso könne er die Dynamik der Beziehung zwischen Unterdrückenden und Unterdrückten umkehren. Konfrontativer, provozierender Humor eskaliere zwar den Konflikt und erhöhe das Risiko weiterer Repressionen. Gleichzeitig werde der Unterdrückende jedoch unter Druck gesetzt und seine Handlungsoptionen in Hinblick auf spätere Rechtfertigungsmöglichkeiten reduzierten sich. Denn der

Einsatz von Humor erwecke, selbst in einer aggressiven und offensiven Form, den Eindruck, dass es sich beim Unterdrückten um einen arglosen, harmlosen und daher nicht ernst zu nehmenden Gegner handele (Sorensen 2008, 171, 175, 180).

Basu und Zekavat (2021, 6) plädieren dafür, politischen Humor nicht bloß als eine Waffe der Schwachen oder Starken zu verstehen, sondern als eine relationale Modalität, die mit Diskursen und Macht verbunden ist, und durch die Akteure und Adressierte gleichermaßen oppositionelle Identitäten bilden und verwirklichen können. Sorensen (2008, 174) verweist zudem auf den Effekt der Inkongruenz, demnach politischer Humor als eine unbedingte Störung oder Diskontinuität im politischen Diskurs interpretiert werden könne. Dabei sollte auch nicht übersehen werden, wie Hart (2007, 20) betont, dass durch Witz das Unvorstellbare vorstellbar werde. D.h. was zunächst *nur als ein Witz* in Erscheinung trete, könne später sehr wohl Realität werden. Gerade in den heutigen Mediendemokratien wird politischem Humor eine zunehmende Wichtigkeit zugeschrieben, jedoch vor dem Hintergrund eigener Dynamiken: Anders als im professionellen Komikgenre finde Humor hier nicht in einem geschützten Raum mit spezifischen Freiheiten statt. Die Verbindung zu tatsächlichem, ernstgemeintem Antagonismus und Dissens könne entsprechend sehr real sein und sehr sichtbare Formen des aggressiven und defensiven Witzes annehmen (Kuipers 2008, 371).

Beziehen sich diese Beobachtungen dabei eher auf den politischen Dialog im Kontext traditioneller Massenmedien, stellt sich für uns an dieser Stelle die Frage, wie es sich mit Humor im Kontext sozialer Medien verhält. Welche genrespezifischen Freiräume gewährt die Umgebung sozialer Medien für Witz und Humor? Welche besonderen Bedingungen stellen soziale Medien für die Auslebung politischen und widerständigen Humors bereit und wie gestalten sich diese in ihrer Umgebung? Wie stellt sich in der Hervorbringung politischen und widerständigen Humors die Grenze zwischen Unvorstellbarem, Vorstellbarem und Wirklichkeit – kurz: zwischen Virtualität und Realität – im Kontext sozialer Medien dar?

4 Humor und soziale Medien

Das Teilen ist eine zentrale Logik des Internets. Internetnutzende treten hierbei zugleich als Verteilende und Erzeugende von kulturellen Texten auf, d.h. sie sind sowohl in Praktiken des Kopierens, Einfügens und Weiterleitens eingebunden als auch des Übermittels von Nachrichten, die z.B. Gruppenidentitäten schaffen oder verstärken, mit denen sie ihre Expertise zu einem Thema zur Schau stellen oder eine politische Position von der Basis aus vermitteln (Laineste und Voolaid 2016, 27). Wie Chiaro und Lobanov (2021, 114) dabei mit Verweis auf Shifman betonen, folge auf fast jedes berichtenswertes Ereignis ein regelrechter Ausbruch an Ironie auf den sozialen Medien, häufig in der Form von Internet-Memes. Ein Internet-Meme kann als eine relativ komplexe, vielschichtige und intertextuelle Kombination von (Bewegt-)Bildern und Text verstanden werden, die sich durch das aktive und bewusste Handeln von Internetnutzenden viral verbreitet und populär unter ihnen wird (Laineste und Voolaid 2016, 27; erlehmann und plomlompom 2013, 14). Shifman (2014, 9, 16) verweist für den Ursprung des Memes auf Richard Dawkins, der den Begriff als kleine kommunikative Einheit kultureller Information einführt, die sich, analog zum Gen, von einer Person zur nächsten durch den Vorgang des Kopierens oder der Nachahmung verbreitet. Diese Inhalte kultureller Information verbreiten sich somit zwar auf der Mikroebene, haben jedoch, wie Capelotti (2020, 117) anmerkt, Auswirkungen auf der Makroebene, als dass sie Einstellungen und Verhaltensweisen von sozialen Gruppen formen.

Der sozialpsychologische Wert, der Memes allgemein im Sinne von geteilten Denkkomplexen zugeschrieben wird, erlangt auch für strategische Kommunikation im militärischen Kontext an Bedeutung. Hier wird bspw. von einer memetischen Kriegsführung gesprochen, in der durch koordinierte Operationen gefährlichen, d.h. potenziell terroristischen und aufständischen, Meme-Komplexen innerhalb einer Bevölkerung durch das gezielte Absetzen von ungefährlichen und gutartigen Memes begegnet werden soll (Hancock 2010, 43–44). Giesea (2016, 68–69) überträgt den Begriff der memetischen Kriegsführung in die Umgebung sozialer Medien und schreibt dementsprechend auch von

Memes als Währung eines virtuellen, von Trollen⁶ geführten Guerillakrieges, die offensiv, defensiv oder prädiktiv sowie unabhängig oder in Verbindung mit weiteren Cyber-, hybriden oder konventionellen Maßnahmen eingesetzt werden könne. Eine memetische Kriegsführung sei dabei im Grunde überall im Internet anzutreffen: in politischen Kampagnen, in den umkämpften Narrativen von Nachrichtenereignissen, im unbedachten Teilen zwischen Facebook-Freunden und in Videos auf YouTube. Hierbei würden Hashtags wie operative Koordinaten fungieren (ebd., 71).

In der heutigen Onlinewelt sind Memes allgemein zu einem wichtigen Bestandteil der Gemeinschaft geworden und bieten Nutzenden die Gelegenheit kreativ und verspielt zu sein. Im Modus der *scherzhaften Ernsthaftigkeit*, wie es Laineste und Voolaid (2016, 44) bezeichnen, steigern sie so das soziale Kapital der Beteiligten. Als eine performative Form der Meinungsäußerung sind Memes dabei wesentlich durch visuelle Elemente geprägt. Nach Shifman (2014, 144) erlaube dies zum einen eine stärkere Verflechtung von Politik und Popkultur, fördere aber zum anderen eine Polysemie, die auch mit einer Ambiguität und Komplexität der zu vermittelnden Botschaft einhergehe.

Die schnelle Entwicklung und die sich vergrößernde Reichweite von sozialen Medien hat laut Basu und Zekavat (2021, 4) die Beziehung zwischen öffentlichen Followern und – politischen oder kulturellen – mediatisierten Autoritäten dramatisch verändert. Da gerade die empörendsten Aspekte von Politik berichtenswert seien, seien politische Ideen und Meinungen eng mit Online-Interaktionen verwoben und würden schnell mit Formen des Internethumors vermischt (Chiaro und Lobanov 2021, 114). Mit dem Aufstieg des Internets und anderer digitaler Medien habe sich nach Shifman (2014) auch „die Wahrnehmung dessen, was politische Partizipation ausmacht“ (114–115) verändert: Gerade der jüngere Bevölkerungsteil würde sich an alltäglichen Praktiken einer inoffiziellen Politik beteiligen, die sich bspw. im „Kommentieren auf politischen Blogs oder dem Posten von Witzen über Politiker“ (115) ausdrückten. Laut Shifman (2014, 121) ermöglichen Memes eine politische Aktionsform, die sich nicht bloß durch

⁶ Trolle können im weitesten Verständnis als Störfiguren (Eickelmann 2017, 153) verstanden werden, die hier im Sinne nicht-regulärer Kampfgruppen auf dem virtuellen Kriegsfeld auftreten.

kollektives Handeln auszeichne, welches durch Internetkommunikation erleichtert werde. Es gehe vielmehr um ein *konnektives* Handeln, das „auf dem personalisierten Teilen von Inhalten in Mediennetzwerken“ (ebd.) fuße. Als mobilisierende und partizipationsanregende Kommunikationseinheiten mit großer und diverser Reichweite und einem hohen Grad an Anpassungsfähigkeit, die es Nutzenden erlaube, auch ihre eigene Geschichte zu erzählen und individuelle Überzeugungen zu verbreiten, seien Memes für diese Form digital koordinierter Aktionen äußerst relevant, denn sie stellten „wichtige Verbindungen zwischen dem Persönlichen und dem Politischen“ (ebd., 124) her.

In Kontrast zu dem im vorherigen Abschnitt vorgestellten Verständnis von Humor als Form des gewaltlosen Widerstands scheint es wichtig, die Verschränkung von real-physischer und vermeintlich non-realer, im virtuellen Raum stattfindender Gewalt zu betonen, wenn memetische Kriegsführung im Kontext militärischer Auseinandersetzungen reklamiert bzw. praktiziert wird. Denn zunächst als fiktionale Ereignisse in Erscheinung tretende Phänomene des Trollens, Cybermobbings oder Shitstorms können, wie schon Eickelmann (2017, 284) betonte, durchaus reale Folgen haben. Gerade vor dem Hintergrund aggressiver oder diffamierender Witze, die sich im Kriegs- oder Konfliktkontext an eine als Gegner definierte Gruppe oder Person richten, ist politischer Humor daher als Ausdruck von Gewalt zu verstehen. Humoristische Memes sind so verstanden ein Mittel der Kriegsführung, das zwar in Form eines verbalisierten Angriffs oder einer verbalisierten Verteidigung in Erscheinung tritt, allerdings implizit oder explizit tatsächliche militärische Gewalt legitimiert oder – wie die oben benannten Bezüge zu einer strategischen Kommunikation nahelegen – Teil von breiter angelegten militärischen Operationen im Sinne eines Informationskriegs oder einer psychologischen Kriegsführung werden können (Giese 2016, 69).

Damit verbunden stellt sich im Hinblick auf Humor in den sozialen Medien die Frage nach der Gestaltung der Grenze zwischen Virtualität und Realität. Unter dem Begriff der hypermemetischen Logik verweist Shifman auf den „durchdringenden Charakter von Internetmemes“ (2014, 28), der sie als eine „von vielen geteilte Umgangssprache“ (ebd.) gleichzeitig in digitalen und nicht-digitalen Bereichen präsent sein ließe. Mit anderen Worten: Internet-Memes überschreiten stetig die (vermeintliche) Trennung zwischen den Sphären des Realen und

des Virtuellen. Die durch Humor und Witz oftmals erzeugte Inkongruenz geht in den sozialen Medien dabei mit einer Verschränkung von Unvorstellbarem, Vorstellbarem und Wirklichem einher und macht humorvolle Internet-Memes zu einer spezifischen grenznegierenden Erscheinung.

Zusammengefasst bieten soziale Medien politischem bzw. widerständigem Humor damit eine Umgebung, die von der Logik eines weitestgehend unreguliertem Teilens unterschiedlicher Meinungen geprägt ist. Dieses erfolgt sowohl reproduzierend als auch produzierend, als dass Einstellungen und Verhaltensweisen von sozialen Gruppen geformt und Gruppenidentitäten etabliert oder gefestigt werden. Soziale Plattformen treten hierbei als neue, informelle, aber auch instabile politische Organisationsformen auf, die die Verbreitung von und politische Kommunikation mittels Internet-Memes befördern. Kollektivität ist hierbei nur eines der Merkmale politischer bzw. widerständiger Meme-Kommunikation. Bedeutender erscheinen ihre inklusiven, partizipativen und konnektiven Eigenschaften, die sich auch aus ihrer inhärenten Vieldeutigkeit speisen. Diese macht sie nicht nur hoch komplex, sondern auch unberechenbar im Sinne einer unbedingten interpretativen Offenheit. Daraus folgt, dass Memes für divergierende Intentionen vereinnahmt werden können und so bereits Eingang in militärische Kommunikationsstrategien gefunden haben. Darüber hinaus präsentieren sich Internet-Memes als Grenzgänger, wenn nicht Grenznegierende, des Virtuellen und des Realen. So lässt sich allgemein für politischen bzw. widerständigen Humor in der Umgebung sozialer Medien feststellen, dass seine Effekte in der virtuellen wie realen Welt mehrdeutig und unvorhersehbar sind. Diese Qualität ergibt sich sowohl aus den gesellschaftlichen Funktionsweisen des Humors wie auch aus den besonderen Funktionsweisen sozialer Medien und ihrer vorrangigen kommunikativen Mittel und Wege.

Zuletzt stellt sich die Frage nach der Handlungsmacht von humoristischen Social-Media-Phänomenen. Der aktuelle wissenschaftliche Kanon verweist dabei in der Verbreitung von Memes auf die Internetnutzenden als letzte Entscheidungstragende in der politischen Kommunikation (Shifman 2014, 144; erlehmann und plomlompom 2013). Dem widerspricht jedoch der Einsatz einer memetischen Kriegsführung in militärischen Kommunikationsoperationen, die sich gerade auf die Annahme einer Infiltrierungsmöglichkeit der Überzeugungen

und Vorstellungen einzelner Nutzender als Teil einer Zielbevölkerung stützt (Hancock 2010, 43–44). Gleichzeitig verweist Shifman auch (2014, 27) in Anlehnung an die evolutionstheoretischen Ursprünge des Meme-Begriffs auf Selektionsprozesse, die auf automatisch erhobenen Metadaten zu Sehgewohnheiten, Entscheidungen und Reaktionen von Nutzenden beruhen. Diese würden auf Webseiten und Plattformen den Nutzenden angezeigt und so in deren Entscheidungen einfließen. Dabei darf nicht übersehen werden, dass gerade diese Metadaten in die algorithmische Logik von Online-Plattformen einspeisen, die, wie Eickelmann und Meis (2023) eindringlich darstellen, Wahrnehmungen, Sehgewohnheiten und Aufmerksamkeiten lenken. Der Erfolg bzw. die Effekte von Memes wie von Social-Media-Phänomenen im Allgemeinen kann somit nicht allein mit der Handlungsmacht einzelner Nutzender erklärt werden. Vielmehr erwächst die *agency* von Memes aus der Verschränkung von metadaten- und algorithmusbasierten Funktionslogiken von Online-Plattformen und übergeordneten programmatisch-strategischen Kommunikationslogiken, die in humoristischen Social-Media-Phänomenen eingeschrieben sein können, mit einer unberechenbaren Intentionalität ihrer Nutzenden.

Vor dem Hintergrund der politischen Wirksamkeit von Humor und der theoretischen Einordnung der *agency* von Memes widmen wir uns nun der Frage einer möglichen strategischen Nutzung von humoristischen Social-Media-Phänomenen im Russland-Ukraine-Konflikt.

5 Humoristische Social-Media-Phänomene im Russland-Ukraine-Konflikt

Bereits vor dem russischen Einmarsch in die Ukraine am 24. Februar 2022 war ein humorvoller Umgang vor allem mit den Drohgebärden Russlands gegenüber der westlichen Staatengemeinschaft weitverbreitet. So lösten die Bilder, in denen Russlands Präsident Vladimir Putin Staatsoberhäupter westlicher Staaten an einem überdimensionalen und prunkvollen Besprechungstisch empfängt, eine Schwemme an Memes und Karikaturen in sozialen Netzwerken aus. Mal werden diese Szenen mit Verweisen zu einem schwedischen Möbelhersteller und zum Sport, mal durch makabre Modifikationen ins Lächerliche gezogen. In jedem Fall sprechen diese Darstellungen in erster Linie ein westliches Publikum an, um seine Standhaftigkeit gegenüber einem

Russland zu stärken, das seinerseits Überlegenheit durch geografische Größe und militärische Schlagkraft definiert (Landsberg 2022).

Seit der zwischenzeitlichen Eroberung der strategisch wichtigen Schlangeninsel am Tag des russischen Einmarsches in die Ukraine und dem vermeintlich unerwarteten Widerstand der dort stationierten ukrainischen Soldaten wird jedoch immer deutlicher, dass Humor einen nicht zu unterschätzenden Stellenwert im Russland-Ukraine-Konflikt einnimmt. Der *Kampf um die Schlangeninsel* lässt sich als eine humoristische Erzählung wiedergeben, die von einer narrativen Handlungsmacht mittels Witzes und Humor zeugt und mit einem abgesetzten Funkspruch seinen Anfang nimmt: „*Russian warship, go fuck yourself*“, antworteten die später gefangenen ukrainischen Soldaten auf die Aufforderung des russischen Kriegsschiffes *Moskwa* ihre Waffen niederzulegen und sich zu ergeben. Dieser Funkspruch ging binnen kürzester Zeit viral. Als Symbol des ukrainischen Widerstands angesichts eines übermächtigen Gegners wurde er zum Slogan auf ukrainischen Straßendemonstrationen und wurde in ein Meme für eine Gedenkbriefmarke übersetzt, das einen ukrainischen Soldaten zeigt, der der vor der Küste der Schlangeninsel liegenden *Moskwa* den Mittelfinger zeigt. Nur einen Tag nach Erstveröffentlichung der Briefmarke sank die *Moskwa* aufgrund nicht eindeutig geklärter Umstände.⁷ Daraufhin wurden weitere Memes kreiert, unter anderem unter Rückgriff auf das populäre Meme-Motiv der ukrainischen Traktorbrigade, die sich nun nicht mehr nur auf das Abschleppen russischer Panzer beschränken, sondern auch bei russischen Kriegsschiffen zum Einsatz kommen sollte. Nach mehreren Angriffen der Ukraine zog Russland seine Truppen schließlich Ende Juni von der Schlangeninsel ab (Hofmann 2022; Spiegel 2022a).

Die Ukraine ging damit aus der militärischen Schlacht um die Schlangeninsel als Siegerin hervor und setzte damit die „größtmögliche Pointe“ (van Vooren 2022) einer humoristischen Erzählung dieser Kriegsepisode. Die Bedeutsamkeit dieses narrativen Erfolgs der Ukraine wird dann deutlich, wenn sie sowohl vor dem Hintergrund der vermeintlich haushohen Überlegenheit Russlands als auch einer nach

⁷ Russland gibt einen Sturm und einen Unfall als Ursache des Untergangs der *Moskwa* an und bezeichnete seinen späteren Rückzug von der Schlangeninsel als „Geste des guten Willens“ (Spiegel 2022a), während die Ukraine wiederum beansprucht, das Kriegsschiff mit Raketen versenkt zu haben.

Innen und nach Außen gerichteten Solidarisierung und Mobilisierung für den Krieg gesehen wird. Letztere richtete sich sowohl an die eigene Bevölkerung, um den „Kriegswillen“ angesichts „grausame[r] Bilder und Erlebnisse“ (Hofmann 2022) aufrecht zu erhalten, als auch an die Welt – vor allem an die Staaten des NATO-Militärbündnisses auf deren finanzielle und materielle Unterstützung die Ukraine weiter angewiesen bleibt (Metzger 2022). Der narrative Triumph wird materiell dadurch zelebriert, dass Souvenirs mit dem Meme-Motiv der Gedenkbriefmarke, wie Kühlschranksmagneten oder Einkaufstaschen, vertrieben werden (van Vooren 2022).

Der Witz ist aber auch auf russischer Seite zu finden. Allerdings wird dies von uns als europäische Betrachtenden, die sich als Gegenüber Russlands sehen, anders, d.h. vor allem weniger affirmativ, wahrgenommen. Dementsprechend werden russische Humorpraktiken auch in bestimmter Weise kontextualisiert. Die Klitschko-Fake-Anrufe des russischen Comedy-Duos Vovan und Lexus sind hierbei nur ein Beispiel dafür, wie ein humoristischer Versuch, der auf die Verhöhnung westlicher Amtstragender abzielte, auf unserer Seite Empörung und Ablehnung hervorrief und auf der anderen Seite Zustimmung und Unterstützung fand (Adamek und Laufer 2022). Auch werden Witze seitens Putins als „bizarrr ...“, „geschmacklos“ oder „seltsam“ (Dicke 2022) gerahmt, wohingegen ein als „bitterböse[...]“ betitelter Witz des ukrainischen Präsidenten Wolodymyr Selenskyj mit einem anerkennenden „Rumms!“ bedacht wird.

Ein wiederkehrendes Motiv in den Memes ist dabei die Figur des *Underdogs*, die die von russischer Seite angenommene Unterlegenheit der Ukraine aufgreift. Die Anziehungskraft dieser Figur wird als sogenannter *Underdog*-Effekt beschrieben: Die offensichtliche Unterlegenheit einer Seite erzeugt den Eindruck eines unfairen Wettstreits und provoziert damit unsere Sympathie und gar unerschütterliche emotionale Unterstützung. *Underdog*-Erzählungen faszinierten uns so sehr, wie O’Keeffe (2019) hervorhebt, dass *Underdogs* stets als heldenhaft und moralisch siegreich wahrgenommen und erinnert würden – selbst wenn der tatsächliche Ausgang des Wettstreits ein anderer sei. Als eine besondere Form einer solchen *Underdog*-Erzählung tauchen die *doge*-Memes des NAFO-Kollektivs als eine Störfigur auf, die nicht nur uns irritierte, sondern auch als Irritation im russisch-ukrainischen Informationskrieg verstanden werden kann.

Die NAFO ist ein im Mai 2022 in Anspielung auf das westliche Militärbündnis NATO zufällig auf Twitter entstandenes Phänomen, das mit dem Angebot des Spendensammelns für die militärische Ausstattung der Ukraine mit Hilfe eines *doge*-Avatars der japanischen Hunderasse Shiba Inu seinen Anfang nahm. Der initiale Tweet auf dem Account @Kama_Kamilia im Mai 2022 zeigt das NAFO-Logo – ein Konterfei des NATO-Kompasses mit einem *doge*-Avatar (Know Your Meme 2022) – und war von dem Versprechen begleitet allen Spendenden einen nach eigenen Wünschen gestalteten *doge*-Avatar zur Verfügung stellen und sich fortan als NAFO Fella bezeichnen zu dürfen (Scott 2022). Als (eine von mehreren) Fundraising-Initiativen schließe die NAFO damit eine Lücke, die die ukrainische Regierung aus mehreren Gründen, u.a. aufgrund der ökonomischen Schäden nach acht Jahren des Kriegs mit Russland und anhaltender Korruption, nicht selbst adressieren könne (York 2022). Entsprechend der von Shifman beschriebenen hypermemetischen Logik, dass Internet-Memes die Sphären des Virtuellen und Realen durchdringen und ihre Grenzen grundsätzlich in Frage stellen, erfolgt die Rekrutierung für die NAFO nicht allein online bzw. über sozialen Medien. So konnte man bspw. bei einem von der Konrad-Adenauer-Stiftung initiierten Ukraine-Event zum ersten Jahrestag des so betitelten russischen Überfalls einem Messestand der NAFO Fellas begegnen. Mit dem Aufruf „Get Your Furry Meme“ (KAS 2023) wurde für den Erwerb eines *doge*-Avatars und den Beitritt zur NAFO geworben. Auch war hier der *doge*-Avatar neben menschlichen NAFO-Rekrutierenden durch analoge and digitale Bilder präsent (James Jackson @derJamesJackson 2023).

Unsere erste Begegnung mit der NAFO verlief dabei ebenso zufällig wie ihre Entstehung, als eine von uns als Followerin eines pro-ukrainischen Twitter-Nutzenden auf den Hashtag #NAFO stieß und diesen zunächst als Handlungsaufforderung an das westliche Militärbündnis las. Noch in Verwunderung über diese direkte Adressierung, wurde der Lesefehler offensichtlich – das vermeintlich *T* war tatsächlich ein *F*. Aus dieser anfänglichen Irritation erwachsen Neugierde und der Drang, den Hintergründen zu diesem Akronym auf den Grund zu gehen. Was wir in unseren Recherchen vorfanden, war ein vielfältiges Netz bild- und textbasierter, hoch-politisierter Posts und Materialisierungen mit Bezug zum Russland-Ukraine-Konflikt, das sich ausgehend von der virtuellen

Welt sozialer Medien auf die gegenständliche Welt des Merchandise⁸ und des Militärs erstreckt. Die Anhängerschaft der NAFO erscheint dabei vor allem transnational und von pro-ukrainischen Sympathisierenden unterschiedlicher Nationalitäten geprägt, die den Freiheitskampf der Ukraine unterstützen möchten.⁹ Tatsächlich sieht auch der Urheber der NAFO ihr vorrangiges Ziel im Fundraising für Fronttruppen in der Ukraine und bezeichnet das Trollen gegen Russland als unverhofften Bonus. Auch NAFO Fellas begründen ihre Motivation für eine anhaltende Unterstützung mit der Idee, Geld für die Kämpfenden in der Ukraine zu sammeln und begreifen den *doge*-Avatar vor allem als Aufmerksamkeitsfänger (Scott 2022). Dieses Verhältnis lässt sich auch am Profil des offiziellen NAFO-Twitterkanals ablesen, auf dem zwar das Profilbild eine Collage von *doge*-Avataren vor dem NATO-Symbol ist, jedoch das größere, im Breitbildformat angelegte Hintergrundbild Einsatztruppen mit einem Raketenwerfer zeigt (North Atlantic Fella Organization @Official_NAFO 2022).

Der enge militärische Bezug der NAFO bildet sich auch in den Memes selbst ab, wenn der *doge*-Avatar immer wieder im militärischen Outfit oder vor militärischem Gerät auftritt. Besonders markant beschreibt ein Meme gepostet von Ivana Stradner dabei ihre militärische Bedeutung im Sinne einer psychologischen und kommunikationsstrategischen Kriegsführung (Ivana Stradner @ivanastradner 2022; Abb. 1). Die NAFO wird als HIMARS¹⁰ der sozialen Medien bezeichnet, dessen effektivste Waffe *einfache* Memes und Satire sind, die sich gegen die Gefühle sensibler russischer Trolle richtet. Stilisiert als ein hoch agiles Angriffsabwehrsystem, geht die NAFO so gesehen mit Hilfe von unkoordinierten Memes und satirischem Humor in einen

⁸ Die Merchandise-Artikel der NAFO werden vorrangig auf *Saint Javelin* vertrieben, einer Charity-Plattform, die allgemein Fundraising für die Ukraine betreibt und deren Erkennungsmerkmal das Meme der *Saint Javelin* – der heiligen Madonna mit einer tragbaren Panzerabwehrrakete – ist, das im Zuge des aktuellen Russland-Ukraine-Konflikts zu einem Symbol des ukrainischen Widerstands geworden ist (Saint Javelin 2023a; Know Your Meme 2022b).

⁹ Für die ukrainische Community spielten laut einer Ukrainerin, die sowohl NAFO Fella ist als auch ukrainisch-sprachige Memes und Kommunikationspraktiken abseits des englisch-dominierten Diskurses auf Twitter verfolgt, letztere eine größere Rolle.

¹⁰ Das HIMARS ist ein Mehrfachraketenwerfer-Artilleriesystem des Herstellers Lockheed Martin, das der Ukraine von den Vereinigten Staaten im Rahmen der militärischen Unterstützung zur Verfügung gestellt wird (BBC 2022).



Abbildung 1: NAFO is the HIMARS of social media. Quelle: Ivana Stradner @ivanastradner 2022.

affektiven Gegenangriff, der sich auf die verletzbaren Stellen einer russischen Desinformationskampagne richtet. Bemerkenswert ist hierbei, dass gerade die Einfachheit und vermeintliche Unkoordiniertheit dieses memebasierten Gegenstoßes als sein wirksamstes Element angeführt werden. Die Eigenheit, dass die tatsächlichen Effekte von Social-

Media-Phänomenen und Humor unkontrollierbar und unberechenbar sind, wird also als besonderer Vorzug des Einsatzes dieser Waffe im virtuellen Informationskrieg proklamiert.

Dass die NAFO dabei die russische Führung tatsächlich in Aufregung versetzt, zeigt ein Versuch seitens des Kremls die NAFO als eine Bot-Armee zu diskreditieren (York 2022). Auch gingen NAFO Fellas aus einem Schlagabtausch auf Twitter im Juni 2022 mit dem ständigen Vertreter Russlands bei den internationalen Organisationen in Wien, Mikhail Ulyanov, siegreich hervor. Das hierbei von Ulyanov abgesetzte Meme *You pronounced this nonsense. Not me.* fand sich bald darauf auf NAFO-Tassen und T-Shirts wieder. Zudem benennt heute ein Eintrag in dem Online-Wörterbuch *urbandictionary.com* diese bereits geläufige Redewendung als eine Antwort der NAFO auf russische Trolle (Scott 2022; Shosirobe 2022) – ein Zeugnis der Effektivität der narrativen Störkraft des NAFO-Kollektivs. Der Erfolg der NAFO wird vor allem ihrer dezentralen Organisationsweise in Form eines engagierten zivilbürgerlichen Online-Aktivismus zugeschrieben, die sie im Gegensatz zum zentralisierten Propaganda-Apparat Russlands, in dem jedes Narrativ und jeder Entlarvungsversuch vom Kreml abgezeichnet werden müsse, zu einer hochagilen und schnell-agierenden Bewegung mache (York 2022) – ein Merkmal, das auch Guerillakämpfenden zugeschrieben wird (Schneider und Toyka-Seid, 2023). Mit diesen Mitteln habe die NAFO schließlich dazu beigetragen, mit Russlands Propaganda das zu machen, was bereits der ukrainische Widerstand mit seiner Armee gemacht habe – eine eindrucksvolle Maschinerie als ineffizientes Desaster bloßzustellen (York 2022).

Die memetische Kriegsführung der NAFO besteht außerdem darin, dass sie einen Resonanzraum für die Gegnerschaft gegenüber Russland bietet und Desinformation mithilfe von Witz und Bezügen zur Populärkultur bekämpft (Scott 2022). Wut und Angst sind hierbei zwei Triggerpunkte – wie es in militärischen Kontexten einer memetischen Kriegsführung benannt wird (Hancock 2010, 44) –, die sich häufig in den NAFO-Memes finden und mit einem Zusammengehörigkeitsgefühl verbunden werden. So spielt zum Beispiel ein *doge*-Joda-Avatar mit einem Laserschwert in den Nationalfarben der Ukraine auf die StarWars-Reihe an und versichert einem neuen Fella, dass er sich nicht fürchten müsse. Einerseits wird hier die Solidarität unter den Fellas betont: Gemeinsam könnten sie alle Angst besiegen, die nur zu Wut,



Abbildung 2: Together the #NAFOfellas can end all fear. Quelle: Tim @CeRuLeaNBLuMaN 2022.

zu Hass und schließlich zu Leid führen würde (Tim @CeRuLeaNBLuMaN 2022; Abb. 2). Andererseits lässt sich auch das narrative Ziel der NAFO ablesen, die von russischer Seite hergestellte diskursive Ordnung, in der Russland der Ukraine als machtvoller(er) Gegner gegenübersteht, nachhaltig zu stören. Diese Stoßrichtung charakterisiert auch andere Erscheinungsformen des widerständigen Humors der NAFO. Dabei tauchen *doge*-Memes, die direkten Bezug auf reale Entwicklungen in der Politik nehmen und auch unmittelbar in Merchandise-Produkte übersetzt werden, neben visionären Motiven auf. So bietet die NAFO seit der deutschen Zustimmung zur Lieferung der Leopard-Panzer an die Ukraine ein T-Shirt unter dem Titel *Leopards are freed* an, auf dem vor der ukrainischen Flagge ein Leopard-Panzer mit einem *doge*-Avatar

in Einsatztruppen-Outfit unter der Überschrift *Tanke schön* zu sehen ist (NAFO 2023).

Auf der Plattform Saint Javelin werden wiederum *Early-Bird-Tickets* zur *NAFO-Fella-Sommer-Beach-Party 2023* auf der Krim zur Feier der Unabhängigkeit und des Sieges der Ukraine angeboten (Saint Javelin 2023b). Militärische Standhaftigkeit trifft hier auf die Vision einer nahen und glorifizierten Nachkriegszeit und bietet den Unterstützenden der NAFO eine politische Perspektive (Bodyagina 2023). Darüber hinaus schließt sie damit an die Logik der *Underdog*-Erzählung an, in der die zunächst offenbar Unterlegenen in jedem Fall als Gewinnende hervorgehen werden, und unternimmt im Sinne einer vorwärts gerichteten Geschichtsschreibung den Versuch, in die Gegenwart ein zukünftiges Narrativ einzuschreiben, das unausweichlich eintreten werde. Mit diesen gleichzeitig visionären wie unterhaltsamen Bezügen wird dabei keineswegs die Ernsthaftigkeit der Ansprüche der NAFO gemindert. Durch Hinweise auf die Verwendung der Erlöse für die offizielle Fundraising-Plattform des ukrainischen Präsidenten *United24* und der damit verbundenen Drohnen-Kampagne¹¹ sowie expliziten Abgrenzungen zur NATO und zur CIA (Saint Javelin 2023b), bleibt ein realer militärischer und politischer Bezug erhalten, der den Willen zur Verwirklichung ihrer Ansprüche und Ziele untermauert.

Die NATO dient der NAFO dabei einerseits als identitätsstiftende Schablone, mit der transnationalistische und demokratische Werte adaptiert werden, die vor allem das Recht auf Selbstbestimmung einschließt und dem russischen Annexionskurs widersprechen. Andererseits dient sie auch als identitätsabgrenzende Figur, wenn sich die NAFO in Kritik zu der Rolle der NATO im Russland-Ukraine-Konflikt als inklusiveres Bündnis zeigt, das seine Ausbreitung als nicht-verhandelbar (engl.: *expansion is non-negotiable*) deklariert und die Ukraine explizit einschließt. (Krystian Goczal 2022; Master Commander 2022) Erstes rekurriert dabei auf den Eskalationskurs Russlands unmittelbar vor Einmarsch in die Ukraine als Putin erklärte, dass die Interessen Russlands nicht verhandelbar seien (Spiegel 2022b). Die NAFO adaptiert dieses Statement als ein Meme für die Konstruktion des eigenen Selbstverständnis einer uneingeschränkt inklusiven Vereinigung, die allen demokratischen Menschen und Ländern offenstehe. Damit

¹¹ Für weitere Informationen hierzu siehe York 2022.

kommt auch eine Kritik daran zum Ausdruck, dass die NATO zwar ihre Zusammenarbeit mit der Ukraine intensiviert und ihre Verteidigungsbemühungen insbesondere mit Waffenlieferungen und Ausbildung unterstützt, aber dem Land bislang keine konkrete Beitrittsperspektive anbietet (Bayer, 2022).

Verbreitet wird dieses Selbstverständnis bspw. als tragbarer Slogan einer *doge*-Socken-Kollektion, die auch Exemplare mit der *doge*-Selbstbeschreibung *We're funny but we're no joke* umfasst (Dodo Socks @DodoSocks 2023). Letzteres ist wiederum ein Meme, das den humoristischen Modus der scherzhaften Ernsthaftigkeit explizit anspricht und für die NAFO vereinnahmt. Die Adaption des *doge*-Avatars der japanischen Hunderasse Shiba Inu scheint vor diesem Hintergrund kein Zufall zu sein, sondern den Verteidigungs- und Unabhängigkeitswillen der Ukraine bewusst zu unterstreichen. Denn der Shiba Inu gilt als unabhängiger und territorialer Hund, der sich nicht unterordnen möchte, seinen eigenen Kopf hat und Fremden gegenüber misstrauisch ist (Zooplus 2023). So wie es dem Charakter ihres Identifikationssymbols entspricht, widerstrebt es NAFO Fellas als unabhängige Kämpfende, die ihr Revier gegen fremde Eindringlinge verteidigen, auch sich eine Organisationsstruktur zu geben (The Lion King Fella 2023).

In den Narrativen, die unsere Betrachtung der NAFO vor dem Hintergrund eines europäischen Diskurskontextes hervorgebracht haben, zeigt sich damit die Desorganisiertheit von Aktivitäten und daraus resultierende Unkontrollierbarkeit und Unberechenbarkeit ihrer Effekte als ein strategischer Nutzen gegenüber einer hochzentralisierten und durchorganisierten Kommunikation eines (vermeintlich) mächtige(re)n Gegenspielenden. Die inhärente Unkontrollierbarkeit und Unberechenbarkeit von Social-Media-Phänomenen geht so zu Lasten eines Russlands, dessen selbstpropagierte Kontrolle über den Informationskrieg angesichts eines „unorganized mob of ‚doge‘ social media accounts“ (Scott 2022) ins Wanken gerät. Die spezifische Handlungsmacht der NAFO liegt in der Verbindung von subjektiver und unberechenbarer Nutzendenaktivität mit einer Hashtag-Koordination von Online-Plattformen wie Twitter, die ebenjene Unberechenbarkeit kanalisiert: Unberechenbarkeit wird damit zu einer Waffe, die von virtuellen, zivilbürgerlichen Guerillakriegern strategisch eingesetzt wird.

6 Fazit

Die NAFO präsentiert sich als ein dezentrales und unberechenbares Social-Media-Phänomen, das sich mittels humoristischer Memes – insbesondere unter dem Einsatz des *doge*-Avatars – die Aufmerksamkeit der gegnerischen Seite wie von Unterstützenden verschafft. Damit versucht sie vor allem sich das anhaltende Engagement letzterer zu garantieren, um die Ukraine in ihrem Verteidigungskampf sowohl finanziell als auch diskursiv zu stützen. Aufgrund der Beweglichkeit, Schnelligkeit und Kreativität ihrer Aktionen scheint die NAFO hoch-effektiv und -effizient darin, Sichtbarkeit zu erzeugen, ihre Narrative durchzusetzen und finanzielle Ressourcen für die militärische Ausstattung eines langwierigen Verteidigungskrieges zu generieren. Auf der materiell-semiotischen Ebene macht sie dabei Anleihen an eine memetische Kriegsführung und speist in die strategische Kommunikation eines digitalen Informationskrieges als eine gegenpropagandistische, zivil-bürgerliche Bewegung mit unkonventionellen – vor allem humoristischen – Mitteln und der spezifischen Handlungsmacht einer nutzendengenerierten und plattformisierten Konnektivität sozialer Medien ein.

Unsere Betrachtung zweier Akademikerinnen mit diffraktiv-ethnografischen Methoden, d.h. einer der subjektiven Nutzendenerfahrung gleichkommenden Erfahrung des betrachteten Social-Media-Phänomens, macht dabei deutlich, wie eng verschiedene Formen des politischen Humors mit alltäglichen sozialen und politischen Kämpfen und Praktiken verstrickt sind. Wie Damir-Geilsdorf und Milich (2020, 39) bereits festhielten, sollten gerade hier noch weitere Forschungen ansetzen und die Effekte, die politischer Humor sozial, kulturell und politisch entfaltet, in den Blick nehmen. Aus unserer Betrachtung von humoristischen Social-Media-Phänomenen im Russland-Ukraine-Konflikt mit besonderem Fokus auf des Internetkollektiv der NAFO als eine desorganisierte, zivil-bürgerliche Bewegung, die sich die spezifischen Charakteristika der sozialen Medien strategisch zu nutzen macht, lässt sich dabei schließen, dass in der Umgebung sozialer Medien vor allem dem Wechselverhältnisses zwischen den medientechnologischen und -ästhetischen Bedingtheiten und den Nutzendengenerierungen von Phänomenen besondere Aufmerksamkeit zu schenken ist.

Dabei sollte nicht übersehen werden, dass der wissenschaftliche Blick auf diese Phänomene stets nur ein partialer ist, d.h. unser Blick aus

der Situierung und Sozialisierung innerhalb einer europäisch-demokratischen Wertegemeinschaft heraus erfolgte. Eine umfassende(re) Erforschung von humoristischen Social-Media-Phänomenen sollte daher um weitere partielle Ausschnitte ergänzt werden. So fordert Sorensen (2008, 186) bspw. eine Innensicht auf die Reaktionen der Gegenspielenden von Formen des politischen und widerständigen Humors, die im Fall des Russland-Ukraine-Konflikts die Einbeziehung von (pro-)russischen Perspektiven bedeuten würde. Hier wäre auch die Gefahr einer Vereinnahmung der NAFO für pro-russische Zwecke zu adressieren – eine Möglichkeit, die bislang nicht eingetreten ist, aber mit der inhärenten Zugangsfreiheit zu sozialen Medien jederzeit Realität werden könnte. In jedem Fall machen die hier betrachteten humoristischen Social-Media-Phänomene im Russland-Ukraine-Konflikt sichtbar, dass Formen der memetischen Kriegsführung bereits zu einem bedeutenden Element eines digitalen Informationskrieges im Sinne einer strategischen Kommunikation im Konfliktkontext geworden sind und es an der Zeit ist, ihrer Erforschung noch mehr Aufmerksamkeit zu widmen.

Quellenverzeichnis

- Adamek, Sascha und Daniel Laufer. 2022. „Falscher Klitschko: Russische Komiker von Gazprom-Tochter bezahlt.“ *Tagesschau.de*, 07.07.2022. Zuletzt zugegriffen am: 21.02.2023. <https://www.tagesschau.de/investigativ/rbb/deep-fake-klitschko-105.html>.
- Basu, Sammy und Massih Zekavat. 2021. „Contingent dynamics of political humour.“ *The European Journal of Humour Research* 9 (3): 1–8. Zuletzt zugegriffen am: 21.02.2023. <http://dx.doi.org/10.7592/EJHR2021.9.3.635>.
- Bath, Corinna et al. 2013. Einleitung. In *Geschlechter Interferenzen. Wissensformen – Subjektivierungen – Materialisierungen*, herausgegeben von Corinna Bath et al., 7–26. Berlin und Münster: Lit.
- Bayer, Lili. 2022. „The West’s last war-time taboo: Ukraine joining NATO.“ *Politico*, 06.12.2022. Zuletzt zugegriffen am: 10.12.2022. <https://www.politico.eu/article/west-war-taboo-ukraine-join-nato/>.
- BBC. 2022. „Ukraine: What are Himars missiles and are they changing the war?“ *BBC News*, 30.08.2022. Zuletzt zugegriffen am: 20.03.2023. <https://www.bbc.com/news/world-62512681>.
- Benton, Gregor. 1988. „The Origins of the Political Joke.“ In *Humor in Society: Resistance and Control*, herausgegeben von Chris Powell und George E. C. Paton, 33–55. New York: St. Martin’s Press, 1988.
- Bodyagina, Ekaterina. 2023. „Die pro-ukrainischen Memes liegen eindeutig in Führung.“ *Jetzt.de*, 27.01.2023. Zuletzt zugegriffen am: 21.02.2023. https://www.jetzt.de/ukraine-krieg/krieg-gegen-die-ukraine-welche-rolle-memes-spielen?utm_source=pocket-newtab-global-de-DE#pushed-articles.
- Braun, Stuart. 2022. „Krieg in der Ukraine. #NAFO: Info-Krieger gegen russische Trolle.“ *Dw.com*, 18.09.2022. Zuletzt zugegriffen am: 21.02.2023. <https://www.dw.com/de/nafo-info-krieger-gegen-russische-trolle/a-63141460>.
- Capelotti, João Paulo. 2020. „The dangers of controlling memes through copyright law.“ *The European Journal of Humour Research* 8 (3): 115–136. Zuletzt zugegriffen am: 21.02.2023. <http://dx.doi.org/10.7592/EJHR2020.8.3.Capelotti>.
- Chiaro, Delia und Nikita Lobanov. 2021. „Fandom versus citizenship: the „weirdisation“ of politics.“ *The European Journal of Humour Research* 9 (3): 113–134. Zuletzt zugegriffen am 10.01.2023. <http://dx.doi.org/10.7592/EJHR2021X.9.3.527>.
- Damir-Geilsdorf, Sabine und Stephan Milich. 2020. „Forms and Functions of Political Humor in Arab Societies. Historical and Contemporary Perspectives.“ In *Creative Resistance Political Humor in the Arab Uprisings*, herausgegeben von Sabine Damir-Geilsdorf und Stephan Milich, 9–50. Bielefeld: transcript.
- Davies, Christie. 2001. „Humour is not a strategy in war.“ *Journal of European Studies* 31(123): 395–412.

Dicke, Tim Vincent. 2022. „„Papa, warum ist es so kalt?““: Video von Putins bizarrem Witz macht die Runde.“ *Hna.de*, 29.10.2022. Zuletzt zugegriffen am: 21.02.2023. <https://www.hna.de/politik/putin-witz-russland-ukraine-krieg-energie-krise-gas-strom-europa-91880756.html>.

Dodo Socks @DodoSocks. 2023. „Dodo Socks.“ *Twitter*, Juni 2016. Zuletzt zugegriffen am: 21.02.2023. <https://twitter.com/DodoSocks>.

Eickelmann, Jennifer. 2017. *„Hate Speech“ und Verletzbarkeit im digitalen Zeitalter. Phänomene mediatisierter Missachtung aus Perspektive der Gender Media Studies*. Bielefeld: transcript.

Eickelmann, Jennifer und Mareike Meis. 2023. „Diffraktive Ethnografie Sozialer Medien: Diskurs – Ästhetik – Materialität.“ In *Handbuch Digitale Medien und Methoden*, herausgegeben von Laura Niebling, Felix Raczkowski und Sven Stollfuß. Wiesbaden: Springer VS.

Elsaesser, Thomas. 2009. „Tales of epiphany and entropy: Around the worlds in eighty clicks.“ In *The YouTube reader*, herausgegeben von Pelle Snickars und Patrick Vonderau, 166–186. Stockholm: National Library of Sweden.

erlehmman und plomlompom. 2013. *Internet-Meme. All your ideas are belong to us*. Beijing et al.: O'Reilly.

Giese, Jeff. 2016. „It's time to embrace memetic warfare.“ *Defence Strategic Communications* 1: 67–75. Zuletzt zugegriffen am 21.02.2023. DOI: 10.30966/2018.RIGA.1.4.

Goriunova, Olga. 2014. „The Force of Digital Aesthetics. On Memes, Hacking, and Individuation.“ *The Nordic Journal of Aesthetics*, 47: 54–75.

Hancock, Brian J. 2010. „Memetic Warfare: The Future of War.“ *Military Intelligence* 36 (2): 41–46.

Haraway, Donna J. 1992. „The promises of monsters: A regenerative politics for inappropriate/d others.“ In *Cultural Studies*, herausgegeben von Lawrence Grossberg et al., 295–337. New York: Routledge.

Haraway, Donna J. 1997. *Modest_Witness@Second_Millennium.FemaleMan@Meets_On-co-Mouse™. Feminism and Technoscience*. New York/London: Routledge.

't Hart, Marjolein. 2007. „Humour and Social Protest: An Introduction.“ *IRSH* 52: 1–20. Zuletzt zugegriffen am 22.09.2022. DOI: 10.1017/S0020859007003094.

Hofmann, Robert. 2022. „„Russian warship, go fuck yourself“: So entstand das legendäre Meme.“ *Vice.com*, 19.04.2022. Zuletzt zugegriffen am 21.02.2023. <https://www.vice.com/de/article/akvp8a/russian-warship-go-fuck-yourself-so-entstand-das-legendaeere-meme>.

Ivana Stradner @ivanastradner. 2022. „What is #NAFO ? NAFO is the HIMARS of social media.“ *Twitter*, 08.09.2022. Zuletzt zugegriffen am 22.12.2022. <https://twitter.com/ivanastradner/status/1567825771598684161>.

James Jackson @derJamesJackson. 2023. „#NAFO recruitment at Cafe Kyiv.“ *Twitter*, 27.02.2023. Zuletzt zugegriffen am 08.03.2023. <https://twitter.com/derJamesJackson/status/1630159807817695235>.

Konrad Adenauer Stiftung (KAS). 2023. „Cafe Kyiv_Programm.“ *Cafekyiv.kas.de*, 27.02.2023. Zuletzt zugegriffen am 18.03.2023. <https://indd.adobe.com/view/1a85d159-6514-4cf9-9669-b50e391adc46>.

Know Your Meme. 2022a. „NAFO / North Atlantic Fella Organization.“ *Knowyourmeme.com*, 07.10.2022. Zuletzt zugegriffen am 21.02.2023. <https://knowyourmeme.com/memes/cultures/nafo-north-atlantic-fella-organization>.

Know Your Meme. 2022b. „St. Javelin / Saint Javelin.“ *Knowyourmeme.com*, 16.07.2022. Zuletzt zugegriffen am 21.02.2023. <https://knowyourmeme.com/memes/st-javelin-saint-javelin>.

Krystian Goczal. 2022. „NAFO expansion is non-negotiable.“ *YouTube*, 12.08.2022. Zuletzt zugegriffen am 13.03.2023. <https://www.youtube.com/watch?v=rtFAT2P4Uxg>.

Kuipers, Giseline. 2008. „The sociology of humor.“ In *The Primer of Humor Research*, herausgegeben von Victor Raskin, 361–389. Berlin und New York: Mouton de Gruyter.

Laineste, Liisi und Piret Voolaid. 2016. „Laughing across borders: Intertextuality of internet memes.“ *European Journal of Humour Research* 4 (4): 26–49. Zuletzt zugegriffen am 20.09.2022. <http://dx.doi.org/10.7592/EJHR2016.4.4.laineste>.

Landsberg, Torsten. 2022. „Memes: Der Witz in Zeiten des Krieges.“ *Dw.com*, 09.03.2022. Zuletzt zugegriffen am 21.02.2023. <https://p.dw.com/p/489zM>.

Laufer, Daniel. 2022. „Falscher Klitschko. Was gegen ein Deepfake spricht.“ *Tageschau.de*. 28.06.2022. Zuletzt zugegriffen am 21.02.2023. <https://www.tagesschau.de/investigativ/rbb/deep-fake-klitschko-101.html>.

Master Commander. 2022. „The recently created NAFO has no articles of exclusion [...]“ *YouTube*, 13.08.2022. Zuletzt zugegriffen am 13.03.2023. <https://www.youtube.com/watch?v=rtFAT2P4Uxg>.

Meis, Mareike. 2021. *Die Ästhetisierung und Politisierung des Todes. Handyvideo von Gewalt und Tod im Syrienkonflikt*. Bielefeld: transcript.

Metzger, Nils. 2022. „Neue Milliardenhilfen der USA. Dafür braucht die Ukraine so viel Geld.“ *Zdf.de*, 22.12.2023. Zuletzt zugegriffen am 21.02.2023. <https://www.zdf.de/nachrichten/politik/ukraine-krieg-waffen-hilfe-geld-usa-russland-100.html>.

Neuhahn, Florian. 2022. „„Nafo“-Memes zum Ukraine-Krieg. Die westliche Antwort auf Putin-Trolle.“ *Zdf.de*, 04.09.2022. <https://www.zdf.de/nachrichten/politik/nafo-meme-internet-trolle-ukraine-krieg-russland-100.html>.

NAFO. 2023. „NAFO Leopards are Freed T-Shirt.“ *Nafo-ofan.org*. Zuletzt zugegriffen am 19.03.2023. <https://nafo-ofan.org/products/nafo-leopards-are-freed-t-shirt>.

North Atlantic Fella Organization @Official_NAFO. 2022. „North Atlantic Fella Organization.“ *Twitter*, September 2022. Zuletzt zugegriffen am 21.02.2023. https://twitter.com/Official_NAFO?ref_src=twsrc%5Egoogle%7Ctwcamp%5Eeserp%7Ctwgr%5Eauthor.

O’Keeffe, Ciaran. 2019. „The underdog effect.“ *Bps.org*, 02.09.2019. Zuletzt zugegriffen am 21.02.2023. <https://www.bps.org.uk/psychologist/underdog-effect>.

Piatov, Filipp. 2022. „Humor-Klatsche für Putin. Selenskyj erzählt bösen Kriegswitz über Russen-Armee!“ *Bild.de*, 13.12.2022. Zuletzt zugegriffen am 21.02.2023. <https://www.bild.de/politik/ausland/politik-ausland/ukraine-selenskyj-erzaehlt-bitterboesen-kriegs-witz-humor-klatsche-fuer-putin-82236320.bild.html>.

Saint Javelin. 2023a. „Saint Javelin. We are in Business to Rebuild Ukraine.“ *Saintjavelin.com*. Zugegriffen am 22.02.2023. <https://www.saintjavelin.com/>.

Saint Javelin. 2023b. „CRIMEA BEACH PARTY – EARLY BIRD TICKET SALE – 1 Entry.“ *Saintjavelin.com*. Zugegriffen am 22.02.2023. <https://www.saintjavelin.com/products/crimea-beach-party-early-bird-ticket-sale-1-entry>.

Schneider, Gerd und Christiane Toyka-Seid. 2023. „Guerillakrieg.“ *Das junge Politik-Lexikon von www.hanisauland.de*. Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung. Zuletzt zugegriffen am 19.02.2023. <https://www.bpb.de/kurz-knapp/lexika/das-junge-politik-lexikon/320451/guerillakrieg/>.

Scott, Mark. 2022. „The shit-posting, Twitter-trolling, dog-deploying social media army taking on Putin one meme at a time.“ *Politico.eu*, 31.08.2022. Zuletzt zugegriffen am 21.02.2023. <https://www.politico.eu/article/nafo-doge-shiba-russia-putin-ukraine-twitter-trolling-social-media-meme/>.

Shifman, Limor. 2014. *Meme. Kunst, Kultur und Politik im digitalen Zeitalter*. Berlin und Massachusetts: edition Suhrkamp.

Shosirobe, Roman. 2022. „You pronounced this nonsense. Not me.“ *Urban Dictionary*, 09.09.2022. Zuletzt zugegriffen am 21.02.2023. <https://www.urbandictionary.com/define.php?term=You%20pronounced%20this%20nonsense.%20Not%20me>.

Sorensen, Majken Jul. 2008. „Humor as a Serious Strategy of Nonviolent Resistance to Oppression.“ *PEACE & CHANGE* 33 (2): 167–190.

Spiegel. 2022a. „Umkämpftes Eiland im Schwarzen Meer Russland zieht Truppen von Schlangeninsel ab.“ *Spiegel.de*, 30.06.2022. Zuletzt zugegriffen am 21.02.2023. <https://www.spiegel.de/ausland/ukraine-krieg-russland-zieht-truppen-von-schlangeninsel-ab-a-cf45e97d-84eb-46a0-ac18-be98b5d90000>.

Spiegel. 2022b. „Invasion in der Ostukraine Putin bekräftigt in neuer Videobotschaft aggressiven Kurs.“ *Spiegel.de*, 23.02.2022. Zuletzt zugegriffen am 21.02.2023. <https://www.spiegel.de/ausland/ukraine-wladimir-putin-bezeichnet-interessen-russlands-als-nicht-verhandelbar-a-21ed747e-81c8-4f7b-a560-756b86a9e999>.

The Lion King Fella. 2023. „The greatest strength of #NAFO is that we are unorganized.“ *Twitter*, 06.01.2023. Zuletzt zugegriffen am 20.03.2023. https://twitter.com/TheLionKing_SE/status/1611340260624957442.

Tim @CeRuLeaNBLuMaN. 2022. „Together the #NAFOfellas can end all fear.“ *Twitter*, 22.11.2022. Zuletzt zugegriffen am 22.02.2023. <https://twitter.com/CeRuLeaNBLuMaN/status/1589574778993901570>.

Tunali, Tijen. 2020. „Humour as political aesthetics in street protests during the political Ice Age.“ *The European Journal of Humour Research* 8 (2): 129–145. Zuletzt zugegriffen am: 20.09.2022. <http://dx.doi.org/10.7592/EJHR2020.8.2.Tunali>.

UNITED24. 2023. „The initiative of the President of Ukraine. Official Fundraising Platform of Ukraine.“ *U24.gov.ua*. Zugegriffen am 22.02.2023. <https://u24.gov.ua/>.

van Dijck, Jose. 2013. *The culture of connectivity. A critical history of social media*. Oxford/New York et al.: Oxford University Press.

van Vooren, Christian. 2022. „Ukraine-Krieg. Russische Witzfiguren.“ *Zeit.de*, 14.09.2022. Zuletzt zugegriffen am 21.02.2023. <https://www.zeit.de/gesellschaft/zeit-geschehen/2022-09/ukraine-krieg-russland-soldaten-moral-5vor8>.

York, Chris. 2022. „Russia Rattled by a Cartoon Dog. Ukrainian Civilians & their Counter-Offensive.“ *bylinetimes.com*, 12.09.2023. <https://bylinetimes.com/2022/09/12/russia-rattled-by-a-cartoon-dog-ukrainian-civilians-and-their-counter-offensive/>.

Zooplus. 2023. „Shiba Inu.“ Accessed January 07, 2023. <https://www.zooplus.de/magazin/hund/hunderassen/shiba-inu>.