

Bildstrategien der AfD

Die Visualisierung der rechtspopulistischen Ideologie

Inaugural-Dissertation
zur Erlangung des Doktorgrades der Philosophie (Dr. phil.)
durch die Philosophische Fakultät der
Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf

vorgelegt von
Yingyi Feng

aus
Chongqing, China

Betreuer/in:
Univ.-Prof. Dr. Ralph Weiß
Univ.-Prof. Dr. Stephanie Geise

本论文得到国家留学基金资助
(Diese Arbeit wurde durch den China Scholarship Council finanziert)

Düsseldorf Dez. 2021

D61

Inhalt

1. Einführung.....	2
2. Rechtspopulismus	9
2.1 Rechtspopulismus als Ideologie.....	10
2.2 Rechtspopulismus als Rhetorik.....	15
2.3 Rechtspopulismus als Bewegung.....	21
2.4 Die Alternative für Deutschland	30
3. Konstruktion von Stereotypen in Bildern	41
3.1 Die Entwicklung des Stereotypengriffs	42
3.2 Soziale Diskriminierung.....	50
3.3 Visuelle Stereotype	58
4. Visuelle Stereotype aus der Bildtypengeschichte	66
4.1 Bildtypen des Volkes	67
4.2 Bildtypen der Eliten	76
4.3 Bildtypen der Fremden.....	83
5. Methode.....	96
5.1 Ziel und Forschungsfragen.....	96
5.2 Die quantitative Bildtypenanalyse	97
5.3 Politische Ikonografie und Ikonologie	101
5.4 Untersuchungsdesign	104
5.5 Reliabilität und Validität	110
6. Ergebnisse und Diskussion	115
6.1 Bildtypen als Vehikel der rechtspopulistischen Narrationen	115
6.2 Neue Bildtypen aus der Propaganda der AfD.....	141
7. Bildstrategien der AfD	152
7.1 Das nationale Volk als überlegenes Kollektiv	152
7.2 Das nationale Volk als kollektives Opfer.....	156
7.3 Die Eliten als Stigmaträger	162
7.4 Die Eliten als Sündenböcke	167
7.5 Die Fremden als Konkurrenten und als Stigmaträger.....	173
7.6 Die Fremden als physische und kulturelle Bedrohung	177
8. Rechtspopulismus als geschaffene Wahrheit in Bildern.....	185
Tabellenverzeichnis.....	199
Abbildungsverzeichnis.....	199
Literatur.....	204

1. Einführung

Bei der Bundestagswahl 2017 ist die Partei „Alternative für Deutschland“ (AfD), die erst vier Jahre zuvor gegründet worden war, als drittstärkste Kraft in den Reichstag eingezogen. Von 2014 bis 2018 hatte sie hintereinander alle Landtage erobert. Während sie sich zu Beginn wirtschaftsliberal positionierte, traten im weiteren Verlauf ihre rechtspopulistischen Züge hervor (vgl. Wolf, 2017, S. 30f). Sie gibt sich als Vertreterin und Verteidigerin des Volkes gegen die Eliten, und stigmatisiert Immigranten und Asylsuchende als „Sozialschmarotzer“ und Muslime als Bedrohung der „christlich-abendländischen Werte“. Über den rechtspopulistischen Charakter der AfD gibt es bereits zahlreiche Untersuchungen (vgl. z. B. Bebnowski, 2016a, S. 31; Kemper, 2016, S. 94; Schmitt-Beck, 2014, S. 96). Doch ihr erstaunlicher Wahlerfolg, dass sich zum ersten Mal in der Geschichte der Bundesrepublik eine populistische Partei in kürzester Zeit am rechten Rand des Parteiensystems etablieren kann, bleibt immer noch erklärungsbedürftig.

Ein inzwischen gut belegter Faktor für den Wahlerfolg der AfD ist ihre im Vergleich mit allen anderen Parteien signifikant stärker verbreitete öffentliche Kommunikation in den sozialen Medien (vgl. z.B. Bartlett, 2014; Engesser; Ernst; Esser & Büchel, 2017; Kruschinski & Haßler, 2017; Moffitt & Tormey, 2014; Ruhose, 2019). Was hingegen bisher zu wenig Beachtung fand, sind die Verfahren der Visualisierung von rechtspopulistischer Ideologie in ihrer Konkretion als Bildstrategien der AfD in den sozialen Medien. Die visuelle Kommunikation ist für die Nutzung der sozialen Medien durch die populistischen Akteure von wesentlicher Bedeutung. Denn laut Cornelia Brantner, Gerit Götzenbrucker, Katharina Lobinger und Maria Schreiber (2020, S. 21) seien die sozialen Medien visuelle Medien. Es geht darin um endlose Kombinationsmöglichkeit von visuellen und textuellen Elementen. Und Bilder sind für die rechtspopulistische Kommunikation insofern wichtig, als dass Bilder besonders gut geeignet sind, die Wirklichkeit verzerrt darzustellen. Marion Müller (1997, S. 11) spricht von einer irrational-magischen Komponente, bzw. einem unerklärlichen und überwältigenden Element, das das Bild assoziiert sowie dass es die Wirklichkeit simuliert und sogar verklärt. Als „Tabubrecherin“ und „Protestpartei“ (Leif, 2017, S. 26) versteckt die AfD ihre rechtspopulistischen Botschaften hinter den visuellen Elementen, wodurch der Konstruktion einer Scheinwelt der rechtspopulistischen Ideologie Tür und Tor geöffnet wird.

Ein großer Teil der Studien über die politische Kommunikation der AfD in den sozialen Medien fokussiert mehr auf Schlagworte im Bild (vgl. z. B. Berbuir; Lewandowsky & Siri,

2015; Bitzer, 2016; Boes, 2019; Gadinger & Simon, 2019; Happ & Tripps, 2017; Lewandowsky, 2014; Marquart, 2013; Stier; Posch; Bleier & Strohmaier, 2017) als auf „Schlagbilder“ (Diers, 1997). Bisher gibt es lediglich Ansätze über die visuellen Strategien einzelner rechtspopulistischer Akteure, die sich aber nicht dezidiert dem Grundthema zuwenden, wie der Rechtspopulismus in seiner gesamten Erscheinungsform, also kontextualisiert im jeweiligen nationalen und bisweilen sogar internationalen politischen Geschehen, auftritt. Beispielsweise untersuchten Petra Bernhardt und Karin Liebhart die visuellen Strategien von Norbert Hofer (FPÖ) und Alexander Van der Bellen (als Kandidat ohne Parteizugehörigkeit) in Instagram für den Bundespräsidentenwahlkampf 2016 in Österreich mit der Methode der Bildtypenanalyse. Durch die Auswertung der Bildtypen lassen sich die Bildstrategien dieser beiden Kandidaten rekonstruieren. Unter anderem sind auf dem Account Alexander Van der Bellens zahlreiche Hinweise auf Wahlkampfveranstaltungen und neue Werbemittel wie den Fan-Shop, WhatsApp-Service usw. zu finden, die der Verbreitung von Wahlkampfbotschaften dienen. Und Norbert Hofer nutzte die sozialen Medien vorrangig als Image-Management, bzw. um sich als Kandidat des Volkes darzustellen (vgl. Bernhardt & Liebhart, 2017). Als weiteres Beispiel dient eine Studie von Petra Bernhardt, Karin Liebhart und Andreas Pribersky, in der Bilder aus dem offiziellen Account des Weißen Hauses auf Twitter mit der Methode der politischen Ikonografie untersucht werden. Solche Bilder zeigten die Vorliebe des damaligen US-Präsidenten Donald J. Trumps für Fast Food. Damit inszenierte sich Trump strategisch als Mann von nebenan, eine Inszenierung, die die Kommunikations- und Politikwissenschaftlerin Marion G. Müller in ihrer Studie zu Wahlkämpfen der US-Präsidentschaft 1828-1996 als Common-Man-Strategie bezeichnet (vgl. Bernhardt; Liebhart & Pribersky, 2019).

In den letzten Jahren wurden noch zahlreiche Studien zu der Bildsprache der AfD durchgeführt, in denen aber die visuelle Repräsentation der rechtspopulistischen Ideologie keine Berücksichtigung fand. Beispielsweise wiesen André Haller und Lucas Seeber darauf hin, dass in den erfolgreichsten Posts bzw. in den Posts mit den meisten Engagement-Punkten der AfD auf Facebook während der Europawahl 2019 insbesondere Emotionen und Aggressionen vermittelt wurden (vgl. Haller & Seeber, 2020, S. 82). Christoph Butterwegge, Gudrun Hentges und Gerd Wiegel zufolge konstruiert die AfD mit ihrer Bildsprache generell Feindbilder in den sozialen Medien, wobei Bundeskanzlerin Angela Merkel als eines der Hauptzielobjekte der Attacken aufgrund ihrer Flüchtlingspolitik ist (vgl. Butterwegge; Hentges & Wiegel, 2019, S. 209). Eva-Maria Lessinger und Christina Holtz-Bacha beschreiben die visuellen Strategien der AfD zur Bundestagswahl 2017 mithilfe der ironisch-zynischen Plakate,

die mit sexistischen, rassistischen und nationalistischen Andeutungen operieren (vgl. Lessinger & Holtz-Bacha, 2019, S. 156f.). Christian Schicha und Miriam Skoblies verweisen darauf, dass sich zahlreiche Schwarz-weiß-Bilder im Wahlwerbespot der AfD zur Bundestagswahl 2017 mit Assoziationen der Bedrohung verknüpfen, damit Katastrophenszenarien konstruiert werden (vgl. Schicha & Skoblies, 2019, S. 80). Michèle Meditz und Andrea Säckl sind der Ansicht, dass die AfD sich durch das Personenplakat als Alternative der kleinen Leute präsentiert (vgl. Meditz & Säckl, 2018, S. 144). Laut Lilja-Ruben Vowe und Gerhard Vowe verwendete die AfD in ihrer Abgrenzung zu anderen Parteien im Bundestagswahlkampf 2017 Bilder aus dem kollektiven Gedächtnis wie das Brandenburger Tor und das Reichstagsgebäude (vgl. Vowe & Vowe, 2019, S. 267). Was den einzelfall-bezogenen Studien weitestgehend fehlt, ist ein solides Fundament an theoretischen Zugängen zur Analyse der Visualisierung der rechtspopulistischen Ideologie.

Andere Studien nehmen die visuelle Kommunikation rechtspopulistischer Parteien stärker in den Blick, indem dann aber wiederum meist der soziale Bezug nicht geboten ausführlich und differenziert hergestellt wird, sondern sich eher in einer sehr konzisen Wiedergabe rechtspopulistischer Standpunkte erschöpft. Solche Studien finden sich beispielsweise zu Visualisierungsversuchen von rechtspopulistischen Parteien generell, zumal sie sich eher auf Einzelaspekte der rechtspopulistischen Ideologie beziehen. Sie sind daher nicht umfassend und grundsätzlich genug, um die visuelle Repräsentation des Rechtspopulismus im deutschen sozialen und politischen Kontext zu erhellen. Beispielsweise untersuchten Elsa Gimenez und Natalie Schwarz, wie der Front National (FN) und die Schweizerische Volkspartei (SVP) die Begriffe „Volk“ und „Volksnähe“ in ihrer jeweiligen visuellen Kommunikation im Internet für die Regionalwahlen in Frankreich und für die Eidgenössischen Wahlen in der Schweiz 2015 gebrauchen bzw. inhaltlich aufladen (vgl. Gimenez & Schwarz, 2016). Karin Liebhart analysierte z. B. die islamfeindliche Rhetorik auf der Bildebene der politischen Werbebotschaften der SVP, der Freiheitlichen Partei Österreichs (FPÖ) und der AfD (vgl. Liebhart, 2015).

Es zeichnet sich also die Dringlichkeit einer theoretischen Erweiterung der bildgestalterischen Vorgehensweise der AfD ab, zumal die visuelle Kommunikation als wesentlich für die Verbreitung von rechtspopulistischen Ideologien gelten kann. Die Bildstrategien der rechtspopulistischen Partei AfD bzw. die Visualisierung ihrer rechtspopulistischen Ideologien freizulegen und zu charakterisieren, ist das Ziel dieser Arbeit. Insofern stellt sich folgende Frage:

Inwieweit werden die rechtspopulistischen Ideologien in der Kampagne der AfD strategisch visualisiert?

Die Forschungsfrage lässt sich der visuellen Kommunikationsforschung zuordnen, die Katharina Lobinger zufolge als Auseinandersetzung mit Medienbildern aus unterschiedlichen wissenschaftlichen Perspektiven, insbesondere aber aus denen der Kommunikations- und Medienwissenschaft, verstanden werden kann (vgl. Lobinger, 2012, S. 13). Um die Bildstrategie der AfD bzw. die Visualisierung des Rechtspopulismus zu untersuchen, verbinde ich die Forschung zum Rechtspopulismus mit dem Forschungsdiskurs über Stereotype und soziale Diskriminierung. Die forschungsleitende Annahme lautet, dass die AfD gezielt rechtspopulistische Stereotype in ihrer visuellen Kommunikation konstruiert. Der Ertrag der Arbeit liegt deshalb in der Analyse der visuellen Kommunikationsstrategien der AfD in den sozialen Medien, worüber diese Annahme bestätigt werden soll.

Die Engführung der Analyse der rechtspopulistischen Ideologie der AfD mit der Stereotypenforschung folgt der hier vorgenommenen Überlegung, dass beide Konzepte darauf ausgelegt sind, Menschengruppen pauschal zu charakterisieren. Der Rechtspopulismus der AfD zeigt sich in den Narrationen zu dem jeweiligen Wahlkampfthema, in denen die Wir-Gruppe (das nationale Volk) und die Fremdgruppen (die Elite und die Fremden) mit bestimmten Eigenschaften in einer Konfrontation gestellt werden. Stereotype sind im Sinne Walter Lippmanns als innerhalb eines Kulturraums kollektiv geteiltes Wissen über verallgemeinerte Eigenschaften von Menschengruppen zu definieren. Insofern wird hier explizit – und nach Durchsicht der einschlägigen Literatur auch augenscheinlich erstmalig – das Ziel verfolgt, die Stereotypenkonzepte auf den Rechtspopulismus der AfD zu übertragen, sodass sich die rechtspopulistische Ideologie der AfD als Mischung aus Eigenstereotypen in Bezug auf das nationale Volk und Fremdstereotypen bezogen auf die Eliten und Fremden definieren lässt. Die ihnen jeweils zugeschriebenen Eigenschaften tauchen dann im Zusammenhang mit dem jeweiligen Wahlkampfthema auf. Auf dieser Basis werden in Verbindung mit den Befunden und Theorien zur sozialen Diskriminierung sieben Modelle der kognitiven der Eigenstereotype des nationalen Volkes und der kognitiven Fremdstereotype der Eliten sowie der Fremden entwickelt und vorgeschlagen. Denn im Kern der rechtspopulistischen Ideologie stehen die doppelten Konfrontationen zwischen dem nationalen Volk einerseits und den Eliten sowie den Fremden andererseits. Die Theorien zur sozialen Diskriminierung können dabei helfen, diese antagonistischen Beziehungen in die entwickelten Erklärungsmodelle zu explizieren. Es ist dann zu klären, inwieweit konkret das kognitive Eigenstereotyp und die kognitiven Fremdstereotype der Eliten und der Fremden visuell repräsentiert werden.

Um diese Stereotypen auf der Bildebene analysieren zu können, werden dann Konzepte der visuellen Stereotype vorgestellt. Konkret werden Stereotype auf der Grundlage der Theorienentwicklung der politischen Ikonografie als Bildtypen definiert, die die Vorstellung über verallgemeinerte Eigenschaften der Menschengruppen repräsentieren. Die Einführung der Theorien der ikonografischen und ikonologischen Bildanalyse zielt darauf, visuelle Stereotype anhand der wiederkehrenden Bildformeln gemäß der Darstellungskonvention zu analysieren. Erwin Panofsky hat die Methode der Ikonographie und Ikonologie auf dem Grundgedanken des Hamburger Kulturwissenschaftlers und Kunsthistorikers Aby Warburgs entwickelt und systematisch weitergetrieben. Der Bildinhalt wird Panofsky zufolge auf drei Stufen „detektiert“, nämlich auf der ersten als vor-ikonografischen Beschreibung, auf der zweiten als ikonografische Analyse und auf der dritten als ikonographische Interpretation (vgl. Panofsky, 1991a; 1991b). Der Begriff Ikonografie steht im Sinne Panofskys für die Klassifizierung und die Beschreibung von Bildern, und der Begriff Ikonologie für das Denken und die Interpretation der Abbildungsgegenstände. Die erst von Martin Warnke und seinen Kollegen (vgl. 2011a; 2011b) vorgenommene Adaption der Methode Ikonographie und Ikonologie auf nicht-künstlerische Bilder seit den 1980er Jahren soll dazu dienen, den dezidiert politischen Gehalt der Bilder, mithin also die von der AfD gewählte Vorgehensweise im Rahmen ihrer politischen Kommunikation, zu untersuchen. Insofern werden Bildtypen im Rahmen der politischen Ikonografie erörtert, die nach den zusammengefassten Modellen aus der Stereotypenforschung und den Theorien der sozialen Diskriminierung die Eigenschaften der Wir-Gruppe bzw. des nationalen Volks und der Fremdgruppen bzw. der Eliten und der Fremden in den Bildern der AfD zu repräsentieren imstande sind. Für die empirische Analyse stellen sich die Fragen, ob und inwieweit die vorgestellten Bildtypen in den Bildern der AfD für die Visualisierung des Rechtspopulismus zum Einsatz kommen. Ob und inwiefern die AfD diese Bildtypen zum Ausdruck der rechtspopulistischen Ideologie verändert?

Diese Fragen beziehen sich auf alle von der AfD in den Kampagnen veröffentlichten Bilder. Die Bildbeiträge auf dem Account „@alternativefuerde“ der AfD (auf Bundesebene) auf der Facebook-Seite werden als repräsentatives Untersuchungsmaterial herangezogen. Am 1. Mai 2016 wurde ein umfassendes Grundsatzprogramm der AfD auf ihrem Bundesparteitag in Stuttgart beschlossen. Seitdem ist die AfD grundsätzlich als rechtspopulistische Partei zu bezeichnen (vgl. Rosenfelder, 2017, S. 140). Alle Bildbeiträge, die seit diesem Tag bis zu dem internen Schluss der Recherche der Verfasserin am 21. Juli 2019 erschienen sind, werden mit der jeweiligen von Facebook zugewiesenen Nummer und dem jeweiligen

Veröffentlichungsdatum in eine Datenbank über das Programm FileMaker lokal auf dem Computer gespeichert. Insgesamt beträgt sie 1682 Datensätze.

Die Fragen für die empirische Analyse zielen darauf, die Verwendung der vorgestellten Bildtypen im Bildmaterial der AfD zu prüfen, die Bedeutungen dieser Bildtypen freizulegen, und die neue bzw. veränderte Bedeutung eines Bildes zu erklären, in dem der ursprüngliche Bildtyp mit neuen Bildtypen kombiniert wird. Deswegen werden die Methode der quantitativen Bildtypenanalyse sowie die Methode der politischen Ikonografie und Ikonologie für die Untersuchung eingesetzt. Mit der Methode der Bildtypenanalyse, die die standardisierte Inhaltsanalyse mit der ikonologischen Interpretation verbindet, wird ein Blick über die inhaltliche Struktur des Bildmaterials der AfD gegeben. Durch eine inhaltsanalytische Codierung wird erklärt, ob und wie oft die vorgestellten Bildtypen zum Einsatz kommen. Und mit der ikonologischen Interpretation lassen sich die über viele Bilder desselben Bildtyps vermittelten Botschaften klar erkennen. Der Schwerpunkt der ikonologischen Interpretation wird auf die Analyse der rechtspopulistischen Stereotype gelegt. Dabei geht es um die Frage, inwieweit die Eigenschaften des nationalen Volkes und der ausgegrenzten Eliten sowie Fremden im Sinne der entwickelten Modelle durch die Bildtypen visuell repräsentiert werden. Im Zuge der Codierung werden für jedes Bild null bis mehrere Bildtypen vergeben. Die Verknüpfungen verschiedener Bildtypen in einem Bild werden dann auch statistisch ausgewertet und analysiert. Außerdem ist es denkbar, dass unter diesen codierten bzw. klassifizierten Bildern ein klar identifizierter Bildtyp mit einem neuen Bildtyp kombiniert wird. Die Bedeutungen solcher Bilder lassen sich nicht durch die Klassifizierung der Bildtypen erfassen, sondern sind einzeln holistisch zu rezipieren. Deswegen werden solche Bilder unter den codierten bzw. den bereits zu einer Bildtypkategorie klassifizierten AfD-Bildbeiträgen ausgewählt und mit der Methode der politischen Ikonografie und Ikonologie analysiert. Die Methode der politischen Ikonografie und Ikonologie dient dazu, die Konstruktion rechtspopulistischer Stereotypen im einzelnen Bild durch die Veränderung der vordefinierten Bildtypen zu berücksichtigen.

Die Arbeit gliedert sich in sieben Kapitel. Kapitel 2 nimmt eine Zusammenfassung der Theorien zum Rechtspopulismus vor. In den Abschnitten 2.1 bis 2.3 wird Rechtspopulismus jeweils als Ideologie, Rhetorik und soziale Bewegung thematisiert. Abschnitt 2.4 widmet sich der rechtspopulistischen Verortung bzw. den rechtspopulistischen Narrationen zu dem jeweiligen Wahlkampfthema der AfD. Im dritten Kapitel steht die Konstruktion von Stereotypen in Bildern im Fokus. Abschnitt 3.1 stellt die bisherige Stereotypenforschung vor. Im Abschnitt 3.2 werden Befunde und Theorien zur sozialen Diskriminierung vorgestellt. Im

Abschnitt 3.3 werden visuelle Stereotype erklärt. Kapitel 4 stellt einen Überblick über visuelle Stereotype bzw. Bildtypen dar, die die zusammengefassten Modelle der oppositionellen Stereotypen visuell repräsentieren. In den Abschnitten 4.1 bis 4.3 werden jeweils die Bildtypen hinsichtlich des nationalen Volks, der Eliten und der Fremden expliziert. Kapitel 5 konkretisiert die methodische Vorgehensweise der empirischen Bildanalyse. Das sechste Kapitel nimmt eine zusammenfassende empirische Auswertung vor. Das siebte Kapitel widmet sich der Offenlegung der Bildstrategien bzw. der Konstruktion der rechtspopulistischen Stereotypen in Bildern. Eine Zusammenfassung aller zentralen Ergebnisse rundet die Forschungsarbeit im letzten Kapitel ab.

2. Rechtspopulismus

Die wissenschaftliche Auseinandersetzung mit dem Phänomen Rechtspopulismus und mit rechtspopulistischen Parteien hat lange vor dem Wiedererstarken der Rechten in der Nachkriegszeit begonnen und ist inzwischen weit fortgeschritten. Dennoch – oder vielleicht gerade deswegen – hat sich bis heute keine einheitliche Definition für den Rechtspopulismus etabliert (vgl. z.B. Canovan, 1999, 2002; Mudde, 2007; Mudde & Rovira Kaltwasser, 2017). Mit dem politischen Aufstieg der Partei „Alternative für Deutschland“ besteht seit den letzten Jahren ein erhöhtes Interesse daran, zu klären, was Rechtspopulismus ist. Gerade vor dem Hintergrund einer langen Diskussion über die Definition des Rechtspopulismus lassen sich zahlreiche unterschiedliche Blickwinkel auf dieses Phänomen ausmachen. Wertet man die einschlägige Literatur genauer aus, so schälen sich drei Aspekte als besonders häufig genannt und nachhaltig vertreten heraus: die inhaltliche Dimension, die kommunikative Interaktion und die gesellschaftliche Stellung des Rechtspopulismus. Es bedarf aller drei Perspektiven bei dem Versuch, ein hinreichend umfangreiches Gesamtbild des Rechtspopulismus zu zeichnen.

Nach der klassischen Definitionsregel von Aristoteles „*definitio fit per genus proximum et differentiam specificam*“ wird ein Begriff durch Angabe des Oberbegriffes und der charakteristischen Unterschiede zu ähnlichen Begriffen bestimmt. Insofern wird im Folgenden versucht, die drei zentralen Definitionsansätze von der Beschreibung und Kennzeichnung des Allgemeinen, des Populismus, zum Speziellen, zum Rechtspopulismus, herauszuarbeiten. Und schließlich wird die Verortung der „Alternative für Deutschland“ als rechtspopulistische Partei erörtert. Im ersten Abschnitt geht es um die inhaltliche Ausrichtung von Populismus und Rechtspopulismus. Beide wirken als Ideologie, wenn auch, wie genauer dargelegt wird, in unterschiedlicher Intensität. Nachgegangen wird den Fragen, was den Populismus im Kern ausmacht, wie sich der Rechtspopulismus von dem Populismus allgemein unterscheidet und wie der Rechtspopulismus sich von dem sog. politischen Konservatismus und von dem Faschismus abgrenzt. Der zweite Abschnitt versucht das Phänomen Rechtspopulismus vor allem auf der Folie seiner markanten rhetorischen Formen zu erfassen. Dabei werden typische rechtspopulistische Stilmittel exemplarisch analysiert, und zwar mit Beispielen zu Sprachmustern, Wortwahl, Metaphorik und Gebrauch versteckter Anspielungen sowie anhand der Kriterien von Scheinargumenten. Außerdem lässt sich die Affinität zwischen den rechtspopulistischen rhetorischen Mitteln und den rassistischen sowie faschistischen Semantiken erörtern. Im dritten Teil geht es darum, die Einordnung rechtspopulistischer Aktivitäten vor dem Hintergrund ihrer gesellschaftlichen Stellung vorzunehmen. Als soziales Phänomen ist der Rechtspopulismus am besten als Bewegung beschrieben. Es wird an dieser

Stelle der Frage nachzugehen sein, welche konkreten Ursachen hinter dem Aufkommen dieser Art von Bewegung in den westlichen Demokratien stehen bzw. die Entstehungshintergründe für den Rechtspopulismus nachzuzeichnen. Zu klären ist in diesem Zusammenhang auch, wie sich diese Befunde wiederum in den Agenden der allgemeinen rechtspopulistischen Parteien heutzutage spiegeln. Im vierten Abschnitt wird die ideologische Einordnung der AfD seit ihrer Gründung erläutert. Es findet insbesondere eine eingehende Untersuchung statt, inwieweit soziale Fragen vor dem Hintergrund des Globalisierungsprozesses in ihren Parteiprogrammen im Sinne der rechtspopulistischen Ideologie ausgedeutet werden.

2.1 Rechtspopulismus als Ideologie

Der niederländische Politikwissenschaftler Cas Mudde definiert Populismus als Ideologie:

„I define populism as an ideology that considers society to be ultimately separated into two homogeneous and antagonistic groups, ‘the pure people’ versus ‘the corrupt elite’, and which argues that politics should be an expression of the *volonté générale* (general will) of the people“ (Mudde, 2004, S. 543).

Mit dieser Definition lässt sich Ideologie als eine Welterklärung bzw. eine verzerrte Wahrnehmung der sozialen Realität verstehen, die von einer Gruppe aufgrund der eigenen ökonomischen, sozialen oder politischen Interessen geteilt wird (vgl. Hofmann; Dose & Wolf, 2015, S. 31). Anders als Ideologien wie Liberalismus und Sozialismus entwirft der Populismus kein zusammenhängendes und holistisches Weltbild (vgl. Priester, 2007, S. 19f; Taggart, 2004, S. 274), sondern attackiert in erster Linie Eliten im Namen des Volks. Insofern versteht sich der Populismus eher als „thin-centered ideology“ bzw. „Ideologie ohne Weltanschauung“, der eine Gestalt mit einem starren Kern und willkürlicher Peripherie zeigt (Mudde, 2004, S. 544). Den Kern des Populismus markiert die antagonistische Beziehung zwischen der als homogen ausgewiesenen guten Volksgemeinschaft und den als korrupt dargestellten Eliten (vgl. Mudde, 2004, S. 543; Rensmann, 2006, S. 76). Dieser Kern bildet das Gerüst für die Antwort auf drei wesentliche Fragen: Worin bestehen die gesellschaftlichen Missstände? Wer ist an den gesellschaftlichen Missständen schuldig? Und was ist zu tun, um die Situation umzukehren? Die Antworten, vereinfacht gesagt, sind: 1. Die Regierung und die Demokratie, die den Willen der Bürger widerspiegeln sollten, wurden von korrupten Eliten besetzt, verzerrt und ausgebeutet; 2. Eliten (d.h. nicht das Volk) sind für die derzeit unerwünschte Situation verantwortlich, in der sich die Bürger befinden; 3. Dem Volk müssen seine Stimme und Macht durch populistische Anführer und Parteien zurückgegeben werden (vgl. Albertazzi & McDonnell, 2008, S. 4f.). Aufgrund seiner „dünnen“ Gestalt erweist sich der Kern des

Populismus als hochgradig anschlussfähig für unterschiedliche politische Ideologien, beispielsweise Kommunismus, Nationalismus, Sozialismus usw. (vgl. Mudde, 2004, S. 544).

Der oberste Ansatzpunkt des Populismus ist die homogene Volksgemeinschaft, eine imaginierte Wir-Gruppe, die das Gefühl von Geborgenheit vermittelt (vgl. Albertazzi & McDonnell, 2008, S. 5f.; Mudde, 2004, S. 546). Das Volk wird als einheitlicher Organismus verstanden und besitzt demzufolge eine einheitliche Stimme (vgl. Fr hlich-Steffen, 2006, S. 146; Mudde, 2008, S. 13; Pehe, 2012, S. 93). Der homogene Volkswille toleriert keine abweichenden Ansichten in der eigenen Gruppe. Die Äußerung alternativer Meinungen wird als Angriff auf den Zusammenhalt der Volksgemeinschaft verstanden (vgl. Albertazzi & McDonnell, 2008, S. 6; Fr hlich-Steffen, 2006, S. 146). Der Zusammenhalt in der Gesellschaft erwächst insbesondere vor dem Hintergrund einer allgemein geteilten Kultur samt einem festgefügteten Wertekanon. Populistische Vertreter heben dabei insbesondere auf Tugenden wie Ehrlichkeit und eine positive Einstellung zu harter Arbeit ab (vgl. Hartleb 2005, S. 11). Die Wertvorstellungen, die Kultur und die Lebensgewohnheiten des Volks, allesamt historisch verankert und traditionell gewachsen, bedürfen des höchsten Schutzes durch die Politik. Die Volksgemeinschaft hat ihrerseits auch die Pflicht, diese Werte zu achten, zu erhalten und zu schätzen (vgl. ebd.).

Das zweite zentrale Kennzeichen des Populismus ist sein Anti-Elitismus. Als Eliten werden nicht nur die Politiker, sondern auch das Finanzsystem, die Großunternehmer und sonstige privilegierte Schichten identifiziert (vgl. Wolf, 2017, S. 11). In der Denkart der Populisten besteht die Aufgabe der gewählten Volksvertreter explizit darin, das Sprachrohr des Volks zu sein. Diese Aufgabe erfüllten sie jedoch heutzutage nicht mehr. Korrupte und egoistische Politiker im Verbund mit den Eliten aus der Wirtschaft würden „den kleinen Mann“ belügen, ausplündern und erpressen (vgl. z.B. Fr hlich-Steffen, 2006, S. 146; Geden, 2006, S. 21, 43; Langenbacher & Schellenberg, 2011, S. 16; Pehe, 2012, S. 93). Aus Sicht der Populisten muss daher das Volk wieder Herr in seinem eigenen Staat werden. Eine derartige Wende wird als zutiefst demokratischer Akt bezeichnet (vgl. Albertazzi & McDonnell, 2008, S. 6). Es geht also nach Darstellung der Populisten um nichts weniger als die Rettung der Demokratie – allerdings genauer gesagt: dem eigenen Demokratieverständnis, nach dem immer die Mehrheit entscheidet und dabei ihren eigenen Willen durchsetzt.

Die oben genannten zwei Wesensmerkmale der populistischen Weltanschauung sind mit der Grundidee der pluralistischen Ausgestaltung von Demokratie unvereinbar: Einerseits führt das vom Populismus vertretene Konzept, das auf der Vorstellung von einem homogenen Volkswillen fußt, letztendlich zur Ignoranz und Unterdrückung aller Minderheiten. Nach dem

gegenwärtigen vorherrschenden Verständnis von Demokratie in den westlichen Staaten, beispielsweise verkörpert in der US-Verfassung, besteht das Volk aus Bürgern, Arbeitern, Vereinen, Parteien usw. Diese Bestandteile – natürliche Personen, (Interessen-)Gruppen und Institutionen – formen nicht, wie die Populisten oft behaupten, eine undifferenzierte Masse von Individuen (vgl. ebd.), sondern sie artikulieren sich vielstimmig. Die populistische Utopie einer möglichst konfliktfreien Gemeinschaft mit homogener Kultur und Ethnie ist per se nach der herrschenden Auffassung antidemokratisch (vgl. beispielsweise Bauer, 2010, S. 6; Pasquino, 2008, S. 16). Die konkrete Ausrichtung an einer solchen Utopie kann durchaus zur Einschränkung der Medienvielfalt und Meinungsfreiheit führen, wie sich in der „Gleichschaltung“ von Rundfunkanstalten und der Massenpresse aktuell in Ländern wie Polen, Ungarn und der Türkei beobachten lässt. Andererseits verhindert der populistische Anti-Elitismus, der die antagonistische Trennung artikuliert, Kollaboration und Versöhnung zwischen unterschiedlichen politischen Meinungsgruppen, was den politischen Kompromiss erschwert. Heutige pluralistisch-demokratische Gesellschaftsmodelle basieren auf dem Gedanken, dass politische Entscheidungen von Kompromissen verschiedener Interessengruppen getragen werden sollen. Nach diesem etablierten staatsrechtlichen Verständnis liefert das antagonistische Modell des Populismus per se keinen Beitrag zur Demokratie (vgl. Pasquino, 2008, S. 28).

Auf der Basis ihrer eigenen populistischen Weltanschauung haben die Rechtspopulisten eine klar gefasste Vorstellung von „ihrem“ Volk: Die Volksgemeinschaft gründet nicht auf allen Bürgern eines Staates, sondern auf Nation, Rasse und Ethnie (vgl. Geden, 2006, S. 21; Jaschke, 2012, S. 12f; T. Klein, 2012, S. 20). Im Fall des Linkspopulismus wird das Volk dagegen über die Zugehörigkeit zu einer sozialen Schicht definiert (vgl. Diehl, 2012, S. 19). Der Linkspopulismus sorgt sich insbesondere um die sozial Benachteiligten (vgl. Grabow & Hartleb, 2013, S. 15).

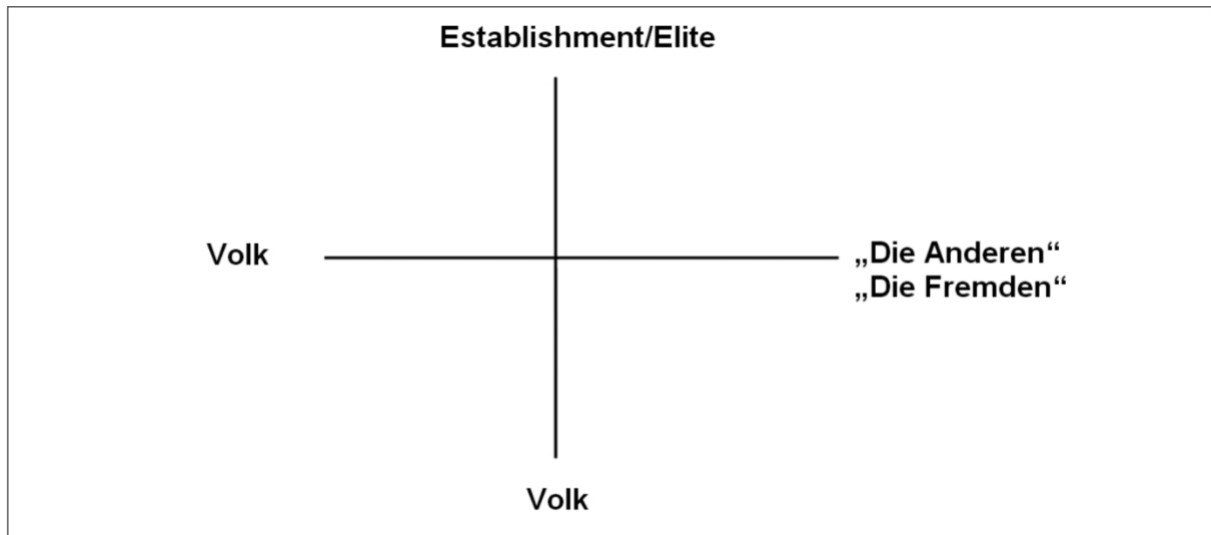


Abbildung 1: *Vertikale und horizontale Abgrenzung des Rechtspopulismus.* In: Klein, 2011, S. 19

Das Schaubild illustriert in der vertikalen Dimension eine scharfe Frontstellung des nationalen Volkes gegen die auf den Handlungsfeldern wie Legislative, Judikative, Exekutive, Wirtschaft, Medien und Wissenschaft wirkenden Entscheidungsträger und Meinungsbildner (s. Abb. 1). In der Ideologie des Rechtspopulismus werden die gemeinsame Interessenlage der Abstammungsgemeinschaft und das Gemeinwohl der Volksgemeinschaft propagiert. Mit diesem antipluralistischen Zugang zur Kategorisierung der gesellschaftlichen Zusammensetzung ist es schier unmöglich, das Wohl aller Staatsbürger in den Blick zu nehmen. Soziale Gruppen wie Homosexuelle, Linksliberale/-intellektuelle, (Ex-)Kommunisten, Feministinnen, Bürger mit Migrationshintergrund und partiell divergent gelebter Alltagskultur oder andere Minderheiten werden zu „den Anderen“ gerechnet. Ihre Interessen werden in der nationalen Volksgemeinschaft nicht berücksichtigt (vgl. Geden, 2007, S. 10). In der Wahrnehmung von Rechtspopulisten verraten die politischen Eliten die Interessen der Volksgemeinschaft, indem sie sich beispielsweise von Großunternehmen abhängig machen und dabei ihr Handeln von Korruption, Vetternwirtschaft und Klientelismus leiten lassen (vgl. Hartleb, 2011, S. 21; Jaschke, 2012, S. 12; T. Klein, 2012, S. 20).

Die horizontale Dimension des Schaubildes verdeutlicht das zentrale Wesensmerkmal des Rechtspopulismus, die Xenophobie. Der Rechtspopulismus grenzt die nationale Volksgemeinschaft also nicht nur von den Eliten ab, sondern genauso stark auch von den Ausländern und Fremden (vgl. Albertazzi & McDonnell, 2008, S. 6; Hartleb, 2011, S. 21; T. Klein, 2012, S. 19). Heutzutage werden die Begriffe „die Fremden“ und „die Anderen“ von den Rechtspopulisten mit den Bezeichnungen Asylsuchende, Immigranten oder Muslime konkretisiert (vgl. z.B. Hartleb, 2005, S. 19; Hartleb, 2011, S. 20; Rensmann, 2006, S. 64f.; Reuter, 2009, S. 37f.). In der rechtspopulistischen Weltanschauung fallen soziokulturelle

Ausprägung und nationalstaatliche Grenzen als ursprünglicher Zustand zusammen. Diese Übereinstimmung sei zwar durch globalen Kulturaustausch und Migration in eine bedenkliche Schieflage geraten, allerdings besteht prinzipiell die Möglichkeit, die so identifizierten Fehlentwicklungen zurückzunehmen. Ziel sei es, die Volksgemeinschaft in ihren nationalstaatlichen Grenzen einzuhegen und sich damit jeweils von den anderen Nationen deutlich abzugrenzen. Zu diesem Zweck sei es wiederum dringend erforderlich, die nationale Kultur, Wirtschaft und institutionalisierten sozialen Sicherungssysteme aktiv zu schützen (vgl. Albertazzi & McDonnell, 2008, S. 6; Hartleb, 2011, S. 21; T. Klein, 2012, S. 19).

Fremdenfeindlichkeit kann unabhängig von der realen Anwesenheit von Ausländern und ethnischen Minderheiten empfunden werden. Die Schweizerische Volkspartei (SVP) beispielsweise erzielte ihre besten Wahlergebnisse überwiegend in ländlichen Kantonen und Kleinstädten, in denen kaum Ausländer leben; die Freiheitliche Partei Österreichs (FPÖ) ist besonders stark in Bezirken mit einheimischer Bevölkerung (vgl. Bauer, 2010, S. 9). Das Phänomen des „Rassismus ohne Ausländer“ existiert in Analogie zur Erscheinung des „Antisemitismus ohne Juden“ (vgl. Scharenberg, 2006, S. 105). Werner Bauer pointiert das einseitig-starre Ausländerbild im Rechtspopulismus, indem er die Analogie zum Antisemitismus im Dritten Reich herstellt, wenn er die von den Rechtspopulisten diskriminierten Ausländer in der modernen Gesellschaft als „ewige Juden“ bezeichnet (Bauer, 2010, S. 8). Nicht nur die Menschen mit jüdischer Herkunft, sondern alle Arten von Minderheiten können Feindbilder repräsentieren, die Funktionen einer Schuldzuweisung ausüben. Ihnen wird eine erhebliche Mitschuld an den aktuellen innergesellschaftlichen Problemen und Ungerechtigkeiten zugeschrieben. Sie werden als Gefahr für die innere Sicherheit, den Wohlstand und die nationale Identität angesehen (vgl. Bauer, 2010, S. 9; Hartleb, 2005, S. 3; 2011, S. 20).

In der näheren Bestimmung von Fremdenfeindlichkeit bedarf es einer Unterscheidung faschistischer, rassistischer und rechtspopulistischer Ideologien bzw. Denktraditionen. Beide teilen ein extrem simplifiziertes Gesellschaftsbild, in dessen Zentrum ein Freund-Feind-Schema steht, das keinen Raum für Versöhnung und damit auch für Kompromiss lässt. In der Definition, welches die Feinde sind, sind sich beide Strömungen weitgehend einig; sie machen die politischen Eliten als Vertreter der etablierten Parteien genauso wie alle Nicht-Einheimischen für die gesellschaftlichen Probleme verantwortlich. Jedoch unterscheidet sich der Rechtspopulismus vom Faschismus in vielen Punkten: Vor allem erscheint der Rechtspopulismus weniger radikal und gewaltorientiert. Und der Rechtspopulismus ist grundsätzlich nicht rassistisch, obwohl seine fremdenfeindliche Tendenz immanent ist (vgl. Pelinka, 2012, S. 284). Denn Rassismus verneint die grundlegende Gleichberechtigung aller

Menschen unter den Prinzipien der Rechtsstaatlichkeit. Hingegen bemüht sich der Rechtspopulismus in Gestalt seiner Vertreter klarzustellen, in einem rechtstaatlichen Spektrum zu verbleiben (vgl. Geden, 2006, S. 35; Pelinka, 2012, S. 285; Reuter, 2009, S. 37). Aber der Rechtspopulismus verhält sich zu dem modernen Rassismus affin. Zick und Küpper weisen darauf hin, dass der moderne Rassismus sich im Unterschied zu offener Diskriminierung gegenüber Ausländern in dem Unbehagen mit den Angehörigen fremder Gruppen, in der Übertreibung kultureller Differenzen, oder in dem Gefühl der Bedrohung des Arbeitsplatzes sowie des Wohlstandes insbesondere durch ethnische Minderheiten zeigt (vgl. Zick & Küpper, 2008, 112-115).

Geht es um politisch ideologisierte Abwehrhaltungen gegenüber linksliberalen Einstellungen wie die Begrüßung von Zuwanderung, Kosmopolitismus, umweltpolitischer Schwerpunktsetzung, sozialer Umverteilung und Pazifismus in einer Gesellschaft, so wird in den Medien bisweilen nicht sauber unterschieden zwischen dem Rechtspopulismus einerseits und dem Konservatismus andererseits. Gemein ist ihnen, die traditionelle Kultur bewahren zu wollen und sie zu diesem Zweck auch zu idealisieren (vgl. z. B. die „Leitkultur“-Diskussion in Deutschland). Konservative orientieren sich aber im genauen Gegensatz zu den Rechtspopulisten stark an den Ideen politischer Eliten und der Politik des Establishments. Der Konservatismus schätzt die repräsentative Demokratie und institutionelle Verfahrensweisen hoch, während der Rechtspopulismus die Legitimation der vorhandenen Institutionen grundsätzlich in Frage stellt (vgl. Hartleb, 2011, S. 22ff), weil sie der Festigung des Herrschaftsanspruchs der Eliten dienen.

Resümierend lässt sich feststellen, dass der Rechtspopulismus eine Ideologie ist, die vor allem auf der antagonistischen Beziehung zwischen der Volksgemeinschaft und ihren Eliten basiert. Diese Volksgemeinschaft gründet auf Nation, Rasse und Ethnie. Zudem grenzt sich die rechtspopulistische Volksgemeinschaft nicht nur von den Eliten von oben, sondern auch von den Fremden von außen ab. Als Wesensmerkmale der rechtspopulistischen Ideologie lassen sich demzufolge die antagonistischen Beziehungen zwischen dem nationalen Volk und den Eliten einerseits und den Fremden andererseits benennen.

2.2 Rechtspopulismus als Rhetorik

In einer zweiten Perspektive kann der Populismus hinsichtlich seiner Rhetorik behandelt werden, nämlich indem sich die Wortführer mit Hilfe der Anwendung bestimmter Sprachmuster an den (vermeintlichen) Erwartungen ihrer Zuhörer orientieren. Es geht primär darum, dem Publikum zu zeigen, dass die Agitatoren dem nationalen Volk zuhören und vor

allem seine Sorgen, Zorn und Ängste verstehen (vgl. T. Klein, 2012, S. 24; Wolf, 2017, S. 8). Ziel der populistischen Rhetorik ist es, um Zustimmung, um Einfluss auf der Ebene der Legislative, um den Erhalt der Macht und ihre Ausweitung zu kämpfen (vgl. Reisigl, 2005, S. 56).

Populistische Rhetorik wird nicht nur von Populisten selbst, sondern überall in politischen Diskursen der öffentlichen Meinungs- und Willensbildung angewendet. Sie ist unverzichtbar für beinahe alle Politiker, die in demokratischen Debatten mitwirken (vgl. Canovan, 1981, S. 286; Hartleb, 2005, S. 9f.). Tony Blair von der Labour Partei beispielsweise wandte sich gegen das Parteiestablishment mit der Formel „Befreiung unseres Volkes“ (zit. nach Rensmann, 2006, S. 72). In den USA wussten der frühere republikanische Senator Joseph McCarthy, der ehemalige erfolgreiche Präsidentschaftsbewerber Jimmy Carter sowie der Schauspieler und 40. US-Präsident Ronald Reagan, populistische Rhetorik geschickt anzuwenden (vgl. Decker, 2000, S. 27).

Um zu klären, worin genau die Rhetorik des Rechtspopulismus besteht, und worin der Unterschied zwischen der populistischen und rechtspopulistischen Rhetorik liegt, ist es nötig, ihre rhetorischen Formen zu identifizieren. Rechtspopulistische Agitatoren geben sich als Stimme des Volkes und verwenden dabei entsprechende Argumentationsformen, u.a.: (1) Argumente *ad populum*, (2) Argumente *ad misericordiam*, (3) Dilemma-Konstruktionen, (4) Argumente *ad hominem*. Diese seien im Folgenden kurz erläutert.¹

(1) Es handelt sich beim Argument *ad populum* darum (Argumente gegenüber den Menschen), den postulierten Wahrheitsgehalt der eigenen Meinung mit der mehrheitlichen Zustimmung in der (maßgeblichen) Bevölkerung zu belegen. Dies ist eine spezifische Form des Autoritätsargumentes, wobei die Mehrheit der Menschen als die Autorität gilt (vgl. Reisigl, 2002, S. 186). Das Prinzip besteht in der Unterstellung, dass die kollektive Erfahrung der angesprochenen Personengruppe immer richtig, gut und wahr ist (vgl. Schleichert, 2016, S. 46). Die Inanspruchnahme der Lebenserfahrung hat in diesem Kontext eine starke Überzeugungskraft, da sie nicht nur als Ersatz für überprüfbare und schlüssige Sinnkonstruktionen dient (vgl. Wolf, 2017, S. 9), sondern auch durch ihre anti-intellektuelle und anti-elitäre Tendenz Glaubwürdigkeit suggeriert (vgl. Priester, 2012, S. 4). Unabhängig von dem Rechts-Links-Schema zur Verortung politischer Grundsatzeinstellungen ist nach

¹ Der Philosoph Hubert Schleichert (2016) entlarvt Ideologen aller Glaubensrichtungen. Er erklärt, mit welchen Scheinargumenten, fragwürdigen Gleichsetzungen und nämlichen Tricks sie uns täuschen. Dabei handelt es sich nicht um einen logischen Fehler, sondern um einen inhaltlichen Aspekt und dabei konkret um eine schiefe und zweifelhafte Begründung. Ich übertrage einige seiner Kriterien auf Rhetorik des Rechtspopulismus. Weil es an dieser Stelle nur darum gehen kann, einen einführenden Einblick in sie zu nehmen, kann hier leider das ganze Spektrum der rhetorischen Mittel aus der Sprachwissenschaft nicht behandelt werden.

populistischer Ansicht die Meinungen des Volkes mit konkreter Lebenserfahrung dem Reflexionswissen von Experten bei politischen Entscheidungsfindungen und in der Politik generell überlegen. Populisten treiben diese Aversion gegen die als arrogant gebrandmarkten Intellektuellen sowie gegen die vom Alltagsleben abgeschotteten Eliten voran und deuten mit dem Argument *ad populum* an, dass die Weisheit nicht bei den Eliten, sondern vielmehr beim Volk liegt, dessen lebensweltliche und unverfälschte Erfahrungen ihm einen direkten Zugang zu Wahrheit und Recht eröffnen (vgl. ebd.). Außerdem wird beim Argument *ad populum* ein emotionaler Appell an die Menschen gerichtet, um ihre Zustimmung gegenüber einem Argument zu gewinnen. Armin Pfahl-Traugber zufolge schürt der idealtypische populistische Agitator die Affekte wie Wut, Hass und Ängste im Unterbewusstsein seiner Zuhörer (vgl. Pfahl-Traugber, 1994, S. 143-145).

Mit dem rechtspopulistischen Argument *ad populum* wird die fremdenfeindliche Haltung als allgemeine Einstellung des nationalen Volkes heraufbeschworen. Diese Meinung, die faktisch lediglich von einem Teil in der Bevölkerung getragen wird, wird mit dem Konstrukt eines einheitlichen Willens aller ethnisch gleichen Menschen, die ihre Wurzeln im Heimatland haben, gleichgesetzt. Im Kern des Argumentes *ad populum* steht eine typische Verzerrung: dass die individuellen Willensentscheidungen der Bürger als kollektiver Volkswille homogenisiert werden. Außerdem wird der Aufruf zur kollektiven fremdfeindlichen Haltung von einer gesteuerten und massiv eingesetzten emotionalen Aufwiegelung begleitet. Fremdenfeindlichkeit, lateinisch: Xenophobie, impliziert das Gefühl von Angst.

(2) Populistische Agitatoren bedienen sich der Argumente *ad misericordiam* (Mitleidsargumente). Dieses Argument basiert laut Schleichert darauf, dass Mitleid und Vertrauen erweckt. Denn niemand wagt es, die Meinungen von jemandem, der etwas Schlechtes durchleben musste, zu kritisieren. Schlichte und arme Menschen sind beispielsweise glaubwürdige Garanten der Wahrheit (vgl. Schleichert, S. 47). Populisten sehen das Volk immer in der Opferrolle der aktuellen Politik bzw. der „Political Correctness“. Gekoppelt sind die Gegenpositionen häufig mit Tabubrüchen. Diese werden eingekleidet mit Floskeln wie: „Man wird ja wohl noch sagen dürfen, dass...“ (Wolf, 2017, S. 9). Suggestiert wird damit, der politische öffentliche Diskurs wäre bislang kein freier und würde daher die Meinung aus der breiten Mitte der Gesellschaft nicht adäquat spiegeln. Populisten bringen nun ihrer Vorstellung nach das Volk in die Position des Souveräns zurück, indem es eben auch den öffentlichen politischen Diskurs (wieder) maßgeblich bestimmen dürfe. Mit den Populisten habe es endlich jenen Fürsprecher, der sich nicht von der alles beherrschenden politischen Korrektheit als

faktische Zensurmaßnahme einschüchtern lässt (vgl. Fröhlich-Steffen, 2006, S. 147; T. Klein, 2012, S. 25).

Die Argumentstrategie *ad misericordiam* (das Mitleidsargument) wird von Rechtspopulisten insbesondere im Zusammenhang mit der Diffamierung Zugewanderter benutzt, dass nämlich die „einfachen Menschen“ durch die Fremden Schaden erleiden würden. Dieses Argument wird häufig mit einer zweigeteilten Aussage eingeleitet. Idealtypisch besteht der erste Teil in einer dem ungeschriebenen Code der „Political Correctness“ positiv entsprechenden Aussage, um Vorwürfe einer vorurteilsbehafteten Gesinnung zu entkräften und damit die direkt nachgestellte Kritik an Fremden zu verbinden. Typischer Weise lautet die Botschaft in etwa: „Ich habe ja nichts gegen Ausländer/Muslime/Immigranten, aber...“. In dieser „Ja, aber“-Wendung folgt nach dem „aber“ eine Aussage, die dem ersten Teil widerspricht (vgl. Wodak & Köhler, 2010, S. 45). Im Zentrum der Aussage steht nicht der erste, sondern der zweite Teil, weil der erste Satz im politischen Sprachgebrauch häufig gehört wird. Die prinzipielle Offenheit gegenüber den Asylsuchenden tritt nun in den Hintergrund; gerade in den Ohren rechtspopulistischer Sympathisanten und Wähler schrumpft der erste Teil zu einer Floskel. Im zweiten Teil betonen Rechtspopulisten den Statusverlust, materielle Einbußen und eine generell unsichere Zukunft für die „einfachen Menschen“, um einen fruchtbaren Boden für die eigenen ideologischen Botschaften zu bereiten.

(3) Dilemma-Konstruktionen sind ein dazu passendes Charakteristikum populistischer Rhetorik. Sie reduzieren einen komplexen Sachverhalt auf zwei alternative Optionen: Neben der Möglichkeit A bestehe nur die Möglichkeit B (vgl. Schleichert, 2016, S. 29). Populistische Agitatoren applizieren diese Alternativstruktur auf ihre Freund-Feind-Schemata. Das Verhältnis zwischen dem Volk und seinen politischen Repräsentanten ist immer in der Logik eines starren Oppositionsschemas gedacht, wie bereits in Abb. 1 grafisch dargestellt. In der dadurch hergestellten Dichotomie gibt es eine klare Gut-/Böse-Verteilung: das Volk ist gut, weil es nach der populistischen Logik die traditionellen Werte verkörpert. Ihm gegenüber stehen die gesellschaftlichen Eliten, ausgestattet mit der Macht, gesellschaftliche Veränderungen auf verschiedenen Handlungsfeldern herbeizuführen; sie sind gekennzeichnet durch Etablierung qua weitgehender Undurchlässigkeit des sozialen Systems, durch einen großen Handlungsspielraum sowie ein mehr oder minder offen an den Tag gelegtes, skrupelloses Vorgehen bei der Durchsetzung der eigenen persönlichen Interessen zu Lasten der machtlosen „kleinen Leute“. Indem sich sowohl die Rechts- als auch die Linkspopulisten einseitig auf die Seite der entmachteten breiten Bevölkerungsteile schlagen, kreieren sie ein klassisches Freund-/Feind-Schema bzw. eine klare Konnotation der Akteursgruppen Volk

(Freund) und Eliten (Feinde) (vgl. Decker, 2004, S. 35; Reisigl, 2012, S. 312): „Opponents are not just people with different priorities and values, they are evil!“ (zit. nach Mudde, 2004, S. 544). Außerhalb der Eliten strafen die Populisten auch die Intellektuellen mit Verachtung. Sie sind überzeugt, dass die Intellektuellen mit ihrem Widerspruchgeist und ihrer Rationalität das Verderben der Politik verkörpern (vgl. Decker, 2004, S. 35). Jean-Marie Le Pen beschimpfte sie als „intellektuellen Terrorismus“ (zit. nach Bergsdorf, 2000, S. 622f.).

In der rechtspopulistischen Rhetorik des Dilemmas spielt noch das Moment des Schürens von Wut und der Angsterzeugung eine große Rolle. Die rechtspopulistischen Agitatoren haben erkannt, dass Wut und Angst nicht nur starke Gefühle, sondern auch starke Triebfedern sein können, politische Überzeugungen auszubilden. Nach den Dilemma-Konstruktionen werden die Bedrohungsszenarien bezeichnet, in denen die Fremden die kulturelle Werte, die gesellschaftliche Sicherheit und den Wohlstand gefährden. Daher entwickelt sich die Konstellation zwischen den „Einheimischen“ und den Ausländern/Migranten zu einem Kampf um das Überleben, in dem die Gegner darauf zielen, die Wir-Gruppe zu vernichten. Dieser rechtspopulistische Kampf ist schwarz-weiß-malerisch. Es geht um „ehrlieh gegen verlogen“, „Freund gegen Feind“ sowie „Schafe gegen Böcke“ (Bergsdorf, 2000, S. 622f.).

(4) Populisten gebrauchen Argumente *ad hominem* (ein Quellenargument), um die Eliten zu diskreditieren. Dieses Quellenargument dient nach Schleichert der Verunglimpfung der Quelle einer Haltung, Aussage oder These direkt, also nicht unmittelbar des Inhalts. Diskreditiert wird der Redner, nicht das Gesagte. Die Frage nach seiner Glaubwürdigkeit als Person allgemein wird in Beziehung zum vermuteten Wahrheitsgehalt seiner Aussage oder These gesetzt (vgl. Schleichert, S. 43). Um die Zustimmung ihrer Wähler zu gewinnen, betonen Populisten beständig die als Fehler von vielen Bürgern wahrgenommenen Entscheidungen und Handlungen der politischen Gegner, indem sie sie konkret namentlich benennen („Frau Merkel war es, die...“). Die politische Führung wird abwertend beschimpft (vgl. Decker, 2004, S. 35). Konkrete Beispiele von Beschimpfungen und Beleidigungen sind „inkompetente Parteibonzen“, „politisches Schoßhündchen“, „Lügner“, „Sparstrumpfpflünderer“ usw (zit. nach Pfahl-Traughber, 1994, S. 55).

Der Rechtspopulismus unterscheidet sich von dem allgemeinen Populismus dadurch, dass sich die rechtspopulistischen Agitatoren bei der Stigmatisierung der Out-Groups noch des rhetorischen Mittels der Synekdoche bedienen. Ueding zufolge wird bei der Synekdoche ein Wort mit weiterer Bedeutung von einem Wort mit engerer Bedeutung ersetzt, oder umgekehrt. Ihre Verbindung ist die Assoziation, dass man bei dem Allgemeinen an das Spezielle oder auch bei einem Teil an das Ganze denkt (vgl. Ueding, 1994, S. 289). Die rechtspopulistische

Synekdoche besteht aus der Setzung des Teils für das Ganze. Asylsuchenden wird z. B. vor allem generell unterstellt, dass sie nicht vor Krieg und erlittener Verfolgung ins Ausland flüchten, sondern aus dem Status als Flüchtlinge missbräuchlich ihren monetären Nutzen ziehen. Ungeachtet der Tatsache, dass Missbrauchsfälle im Zusammenhang mit Sozialleistungen durchaus vorkommen, werden alle Antragssteller undifferenziert in der Zuschreibung, mit krimineller Energie vorgehende Schmarotzer zu sein, diskriminiert. Beispielsweise bezeichnete die FPÖ in einer Asyldebatte der EU-Kommission die Asylbewerber und ihre Familienangehörige allgemein mit negativem Vokabular als „Scheinasyllanten“, die nur in kämen, um in die Sozialsysteme einzuwandern (zit. nach Wodak & Köhler, 2010, S. 49). Wenn in diesem Zusammenhang der Begriff der Sippe fällt („ihre ganze Sippe“), dann ist diese Wortwahl eindeutig herabwürdigend gemeint, weil er eine undefinierbare und damit auch schwer kontrollierbare Anzahl an Familienzugehörigen impliziert (ebd.).

Solche Diskriminierungen, häufig subtil unterlegt mit rassistischen und faschistischen Semantiken, sind oft in fremdenfeindlichen Metonymien und Anspielungen des Rechtspopulismus aufzuspüren. Das Bündnis Zukunft Österreich (BZÖ) wirbt beispielsweise in Graz für eine regionale Wahlkampagne unter der Parole: „Wir säubern Graz!“. Die Flüchtlinge werden als Schmutz bezeichnet. Und die Stadt soll mit Besen gesäubert werden. Das BZÖ präsentiert sich als Schützer der Grazer Bürger vor einer unmittelbaren Bedrohung durch kriminelle Ausländer. Die Wortwahl „Säubern“ verweist auf nationalsozialistische Propaganda und die dahinterstehende Ideologie der Rassenhygiene (vgl. ebd. S. 40f.). Hitler benutzt dieses Wort in „Mein Kampf“ häufig im Zusammenhang mit den Wörtern „Jude“ oder „Juden“. Um das „reine Blut“ vor „Zersetzung“ durch Juden zu schützen, führen die Nazis „Säuberung“ bzw. „Entjudung“ durch (Schmitz-Berning, 2007, S. 189). Solche sprachlichen Stilmittel sind bei Ausgrenzungsprozessen von großer Bedeutung. Ihre beständige Wiederholung lässt Assoziationsmuster bei vielen Rezipienten entstehen. Man spricht von der „Macht der Sprache“, die im Fall von fremdenfeindlichen Äußerungen und Slogans den öffentlichen Diskurs prägen können, der dann wiederum die geschürten Vorurteile bestärkt, gerade weil er breit und öffentlich geführt wird, was den daran beteiligten Meinungsbildnern ein hohes Maß an Autorität verleiht. Die im Diskurs wiederholt verwendeten negativen Zuschreibungen der neuen Migranten und/oder der Einheimischen mit Migrationshintergrund dient dann als vermeintlich objektiviertes Argument der Rechtfertigung für die geforderte Ausgrenzung (Wodak & Köhler, 2010, S. 52). Es wird im weiteren Verlauf der Arbeit zu prüfen sein, inwieweit sich diese Grundfiguren rechtspopulistischer Propaganda in der Konstruktion von Bildmotiven wiederfinden.

Resümierend lässt sich feststellen, dass die Scheinargumente des Rechtspopulismus sich darauf bestehen: (1) Die kollektive Erfahrung eines einheitlichen Willens des nationalen Volkes; (2) Die Opferrolle des nationalen Volkes, die aus der von den Eliten eingebrachten Alltagskultur der „Political Correctness“ herrührt; (3) Das Freund-Feind-Schema, bzw. das Oppositionspaar Freund (das nationale Volk) versus Fremde (Eliten und Mitbürger mit Migrationshintergrund); 4) Verunglimpfung der Eliten und der Fremden.

2.3 Rechtspopulismus als Bewegung

Populismus lässt sich als soziale Bewegung definieren, in der das Volk als einheitliche Stimme gegen Entscheidungsträger aus der Politik mobilisiert wird (vgl. Decker, 2004, S. 26; Hartleb, 2005, S. 14f.). Grundgedanke populistischer Bewegungen ist die Emanzipation des unterdrückten Volkes gegenüber den derzeitigen Eliten. Die nordamerikanische „The People“-Partei der 1890er Jahren mit ihrer Farmerbewegung gilt unter sozialpolitischen Historikern als die erste populistische Bewegung. Ihr folgten zahlreiche weitere populistische Bewegungen, beispielsweise die russische Revolution und die Gründung der Sowjetunion durch Wladimir Iljitsch Lenin, die Maoistische Revolution Chinas, die Errichtung eines kommunistischen Regimes in Kuba durch Fidel Castro, oder die argentinische Präsidentschaft von Juan Perón. Sie alle stellen Varianten populistischer Bewegungen dar.

Ursache für populistische Bewegungen ist das Erleben einer nachhaltigen sozialen Krise. Denn in (realen oder vermeidlichen) wirtschaftlichen oder kulturellen Bedrohungslagen schälen die Skepsis und Missgunst gegenüber herrschenden Eliten heraus, die für die prekäre Lage verantwortlich gemacht werden. Die Kluft zwischen Bürgern und Politikern wächst, das Zusammengehörigkeitsgefühl der „Unterprivilegierten“ bekommt Auftrieb. Pasquino zufolge ist eine Gesellschaft beispielsweise im Übergang der Modernisierung bzw. von ländlichem zu städtischem Leben und Arbeiten, der von der kollektiven Besorgnis über jederzeit eintretende Arbeitslosigkeit und identitäre Neuausrichtung beherrscht wird, für populistische Parolen besonders empfänglich (vgl. Pasquino, 2008, S. 25f.). Die sozialen Missstände und Probleme n sich zu einem „populistischen Moment“ (Spier, 2006, S. 38) zuspitzen. Populisten nutzen diesen Moment, indem sie mit ihrer Propaganda Angst schüren. Wann immer sie können, verstärken sie die Sichtweise, die Krise sei existentiell.

In den westlichen Demokratien traten seit Mitte der 1980er Jahre verstärkt populistische Bewegungen rechter politischer Orientierung (vgl. Decker, 2004, S. 25). Das Aufkommen dieser rechtspopulistischen Bewegungen lässt sich mit dem Cleavage-Konzept erklären. In der Cleavage-Theorie (englisch für „Kluft“, „Spaltun“) geht es darum, die Entwicklung der

Parteiensysteme in den westlichen Demokratien vor dem Hintergrund wesentlicher Konfliktlinien in den Gesellschaften zu verstehen. Doch wodurch entwickelt sich ein Konflikt, von dem es zahlreiche in jeder Gesellschaft gibt, zu einer langanhaltenden, tiefen Kluft? Ein Konflikt kann unter vier Bedingungen zu einem strukturellen Cleavage werden: Erstens muss der Konflikt entlang einer vorhandenen sozialen Spaltung, z. B. Religion, Klasse oder Bildungsschicht verlaufen. Zweitens bedarf es einer bereits vorhandenen kollektiven Identität wie einer gemeinsam geteilten ideologischen Überzeugung auf mindestens einer der beteiligten Seiten. Drittens muss diese kollektive Identität von einer politischen Organisation mobilisiert werden. Von einem Cleavage kann man aber nur sprechen, sobald ein viertes Element hinzutritt, nämlich der zeitliche Aspekt. Es wird davon ausgegangen, dass eine Spaltung auch nur dann entsteht, wenn die zuvor erwähnten drei notwendigen Voraussetzungen lange genug vorliegen und noch andauern (vgl. Bornschier, 2007, S. 212f.). Die kollektive Identität wird sich über mehrere Wählergenerationen verfestigen. Erst wenn viele aufeinanderfolgende Wahlen veränderte Ergebnisse hervorbringen, die sich alle auf die gleiche Konfliktlinie zurückführen lassen, kann man sie einen Cleavage nennen (vgl. ebd. S. 5).

Kriesi et al. gehen davon aus, dass der Globalisierungsprozess einen neuen Cleavage, bzw. Integrations-Demarkations-Cleavage hervorgerufen hat, der den bisherigen Parteienwettbewerb und die Wählerbindungen grundsätzlich verändert (vgl. Kriesi et al., 2012; Kriesi et al., 2008). Historisch gesehen lassen sich vier Cleavages ausmachen: Zentrum-Peripherie-Cleavage, Staat-Kirche-Cleavage, Stadt-Land-Cleavage, und Arbeit-Kapital-Cleavage: Zunächst löst die nationale Revolution in Frankreich den Konflikt zwischen autonomen regionalen und zentral-nationalen Entscheidungsinstanzen aus. Anschließend spalteten sich die Interessen zwischen den Kirchenvertretern mit ihren einstigen Privilegien und einem erstarkenden Staatsapparat, der nun den Weg der Säkularisierung einschlug. Zu Beginn des 19. Jahrhunderts entstand der dritte Konflikt zwischen dem primären und sekundären Wirtschaftssektor bzw. zwischen dem industriellen Unternehmertum und der Agrarwirtschaft. Eine ihrer drastischsten Folgen war die massive Landflucht und die elenden Lebensbedingungen in den urbanen Zentren. Ende des 19. Jahrhunderts lässt sich der Klassenkonflikt zwischen Arbeit und Kapital ausmachen (vgl. Lipset & Rokkan, 1990). Der Globalisierungsprozess führt nun zu neuen ökonomischen, kulturellen und politischen Konflikten, für die die etablierten Parteien im Bannkreis nationaler Begrenztheit staatlicher Legislative keine schnell wirkenden und leicht nachvollziehbaren Lösungen finden können. Diese fehlende oder zumindest unzureichende Handlungsfähigkeit, den Globalisierungsprozess nachhaltig im Sinne von Gemeinwohl und volkswirtschaftlichem Gesamtnutzen zu steuern, führt zu einer Instabilität

des politischen Systems. Davon betroffen sind nationalstaatliche wie supranationale Formen der Legislative und Exekutive, beispielsweise die Europäische Union. Entlang der neuen Integrations-Demarkations-Cleavages positionieren sich die etablierten Parteien neu, insbesondere kommt es zur Ausbildung neuer rechtspopulistischer Parteien (vgl. Kriesi et al., 2008, S. 9-13; Lachat & Kriesi, 2008, S. 269f.).

Es lässt sich anhand der obengenannten Kriterien für die Entstehung eines Cleavage erklären, dass sich seit den 1980er Jahren die Konflikte im Globalisierungsprozess langsam zu einem neuen Cleavage ausweiten. Denn diese Konflikte verlaufen entlang der vorhandenen sozialen Spaltungen, bzw. von Bildungsgrad, Einkommen und Beruf. Wähler mit niedrigem Bildungsniveau neigen zu skeptischeren Positionen gegenüber europäischer Integration und Immigration als die Hochgebildeten. Ungelernte Arbeitskräfte und Industriearbeiter zählen überwiegend zu den EU-Integrations- und -Immigrations skeptikern. Eine eher gegenteilige Position dazu nehmen zumindest die formal hochgebildeten und qualifizierten Fachkräfte ein, so wie sie überwiegend im Dienstleistungssektor tätig sind (vgl. Lachat & Dolezal, 2008, S. 257-259). Die populistische Rechte strahlt eine viel stärkere Anziehungskraft auf die Bevölkerungsschichten mit formal geringerer Bildung, geringerem Einkommen und tendenziell geringerer Mobilität aus, indem sie eine nationale kollektive Identität proklamiert, nach der diese sozioökonomisch an den Rand der Gesellschaft gedrängten Gruppen wieder in die Mitte aufgenommen würden (vgl. Grande & Kriesi, 2012, S. 19). Das Spektrum dieses Rechtspopulismus war und ist breit (vgl. Decker, 2006, S. 12f.), von der Rassemblement National (RN) in Frankreich, die sozialstaatliche Anliegen betont, über die niederländischen rechtslibertären Varianten der Lijst Pim Fortuyn (LPF) und heute der Partij voor de Vrijheid (Geert Wilders) bis hin zu den rechten Parteien Italiens, womit – neben den Neofaschisten – nicht nur die heute so bekannte Regierungspartei „Lega“, sondern auch die allein gegen die etablierten Parteien ausgerichtete „Forza Italia“ des Bau- und Medienmoguls Silvio Berlusconi gemeint ist.

Das verstärkte Aufkommen von sozialen Krisen beispielsweise Weltwirtschaftsfinanzkrisen, Massenarbeitslosigkeit, Einwanderung von Gastarbeitern usw. ist der Ausgangspunkt für die rechtspopulistischen Bewegungen seit den 1980er Jahren in nahezu allen westlichen Demokratien. Analog zum Modernisierungssprung von der Agrargesellschaft zum Industrieland handelt es sich bei dem Übergang von der industriellen zur postindustriellen Gesellschaft auch um sich rasch verändernde Lebensverhältnisse, die einen Teil der Bevölkerung negativ betroffen (Arbeitsplatz- und Einkommensverluste, Verluste von sicher geglaubten Werten) zurücklassen. (vgl. Decker, 2004, S. 27). Betrachten wir die krisenhafte

soziale Bedrohung im Zuge des Modernisierungsprozesses bzw. Globalisierungsprozesses genauer:

In ökonomischer Dimension verstärkt sich der Internationalisierungstrend in Finanz und Handel seit den 1970er Jahren, der besonders den grenzüberschreitenden Austausch von Kapital, Dienstleistungen und Waren beschleunigt. Überregionale Wirtschaftszonen wie z. B. die Europäische Union entstehen, deren Vollendung des Binnenmarktes die nationalstaatlichen Schranken hebt. Folglich geraten die Mitgliedsstaaten in einen Wettbewerb, in dem sie ihre Nachbarn in punkto Standortpolitik durch Steuersenkung und Lohnverzicht zu unterbieten versuchen. Obwohl unter diesen Vorzeichen das Sozialprodukt steigt und die Gewinne der Unternehmen wachsen, erleidet ein wachsender Anteil der Bevölkerung reale Einkommensverluste. Bisweilen wandern Arbeitsplätze in das Ausland ab. Unter diesen Bedingungen verschärft sich die Schere zwischen Arm und Reich, bzw. zwischen den von prekärer Beschäftigung Betroffenen oder Bedrohten und den Profiteuren des deregulierten grenzenlosen Wettbewerbs. Die wohlfahrtsstaatlichen Sicherungen können ihrerseits derartige Spaltungstendenzen nicht auffangen, weil die nationalstaatlich begrenzten Sozialsicherungssysteme überwiegend vom erwirtschafteten Wohlstand abhängen. Weiterhin müssen die Betroffenen nicht zwingend eine objektive Benachteiligung wie das Schrumpfen des Realeinkommens oder der Verlust des Arbeitsplatzes erfahren, denn bereits die Angst vor eigenen Verlusten ist ausschlaggebend für die Hinwendung zu rechtspopulistischen Parteien. Dieses Gefühl ist auch unter den „Gewinnern“ im (globalisierten) Verteilungskampf zu finden (vgl. Decker, 2004, S. 201f.; 2006, S. 14).

Die kulturelle Hinsicht ist eng mit dem obengenannten ökonomischen Aspekt verwoben. Das wirtschaftliche Verteilungsproblem führt zu einer generellen Unsicherheit, die mit dem Gefühl des Orientierungs- und Wertverlustes einhergeht. Traditionen und kulturelle Praktiken erfahren weniger Bindungskraft. Zudem fördert der rasante technische und technologische Fortschritt die Individualisierung und Pluralisierung (vgl. Loch & Heitmeyer, 2001, S. 12f.). Besonders die Revolution auf dem Gebiet der Kommunikationstechnik beschleunigt die Verbreitung der sozialen Medien und neuartiger kultureller Produkte wie vor allem auf den Wachstumsmärkten der Computerspiel-, Musik- und Filmindustrie. Dies begünstigt die Entfaltung neuer, multikulturell orientierter individueller Lebensstile und Milieus. Ein Teil der Menschen, die diese Veränderungen nicht verstehen und/oder akzeptieren können, fühlen sich Frank Decker zufolge überfordert und verängstigt. Die Ausbreitung des Unverständlichen und Abgelehnten bedroht subjektiv wiederum die eigenen Lebensformen und Werte. Die Bereitschaft zur Übernahme neuer individualisierter Lebensstile fehlt weitgehend. Deswegen

flüchten sich viele Überforderte in ein kollektives „Wir-Gefühl“ und antiliberale Positionen (vgl. Decker, 2004, S. 28). Außerdem breitet sich die faktisch erfahrbare Multikulturalität in Gestalt steigender Migranten und kulturellen Austausches aus. Sie ist allein bereits im Stadtbild an Moscheen, speziellen Kulturzentren, Geschäften und Vereinen zu erkennen, aber auch im Alltag an Kleiderordnungen, anderen Gerüchen, neu entstehenden sprachlichen Verständigungsproblemen und vielem mehr zu erkennen. Die Konfrontation mit der fremden Kultur verunsichert einen Teil der Menschen, der diesen Prozess nicht gewollt hat und in dessen Planung er auch nicht einbezogen wurde. Die multikulturelle und -ethnische Gesellschaft wird von diesem Teil als Verlust der einheimischen Identität empfunden (vgl. Decker, 2006, S. 14; vgl. Kriesi et al., 2008, S. 8).

Politisch forcierte Entwicklungen, wie beispielsweise die Abgabe von Entscheidungsgewalt an supranationale Organisationen der Legislative und Judikative (Europäische Union), haben sowohl zu einem tatsächlichen wie auch einem empfundenen Souveränitäts- und Autonomieverlust des nationalen Staates und in dieser Folge zu einer Vertrauenskrise bei vielen Bürgern geführt. Dieser Verlust der nationalen Souveränität und Autonomie ist virulent und unmittelbar erfahrbar, so beispielsweise bei der Schaffung einer einheitlichen Währung innerhalb der Europäischen Union. Im Zuge der über die Jahre sukzessiven Erweiterung der EU-Kompetenzen kam es zu einer im Euroraum verbindlichen sog. „Null-Zins-Politik“ der Europäischen Zentralbank, die die Sparguthaben vieler nord- und mitteleuropäischer Bürger schrumpfen ließ und damit partiell auch ihre private Rentenvorsorge nach wie vor bedroht. Es verfestigt sich bei vielen Leuten der Eindruck, dass die supranationalen Organisationen die politische Steuerung übernommen haben. Indem Kompetenzen auf supranationaler Basis neu entstehen, werden sie nationaler Souveränität in ziemlich genau dem gleichen Ausmaß entzogen (vgl. Kriesi et al., 2008, S. 7f). Die Abgabe nationaler politischer Souveränität in Verbindung mit einer zunehmenden Öffnung von Grenzen und Märkten führt zu einer Komplexitätssteigerung in der politischen Entscheidungsfindung. Bedingt durch die steigende Zahl an Interessen und Akteuren sind die etablierten Parteien nicht mehr fähig, ein breites Spektrum an gemeinsam geteilten Interessen im Entscheidungsprozess zu vertreten und ihre (traditionellen) Wähler langfristig zu halten. Das Verhältnis zwischen dem Bürger und den Parteien wird flüchtig, dadurch dass sich viele Wähler in ihrer Sympathie an aktuellen und für sie bedeutsamen Streitfragen orientieren. Ändert sich die Wahrnehmung der Lage, findet schnell ein Wechsel der parteipolitischen Präferenzen statt. Die Entfremdung zwischen der politischen Klasse und den Bürgern wächst (vgl. Decker, 2004, S. 225f.; 2006, S. 14; Loch & Heitmeyer, 2001, S. 13f.).

Sowohl Links- als auch Rechtspopulisten stoßen in das weniger tragfähige Vertrauensgeflecht zwischen Parteien und Bürgern und mobilisieren dabei insbesondere jene Bevölkerungsgruppen, die aus unterschiedlichen Motiven als Globalisierungsgegner gelten können. Rechtspopulistische Orientierung unterscheidet sich von linkspopulistischer dadurch, dass einerseits auf der materiellen Ebene bzw. in den verteilungspolitischen Fragen die Rechten die Pro-Markt-Position vertreten, während die Linken auf das Mittel der umfassenden staatlichen Einflussnahme auf die Güter- und Warenverteilung vertrauen. Andererseits vertreten die Rechtspopulisten bei immateriellen bzw. wertbezogenen Themen eine autoritäre Ansicht. Sie äußern sich zur Wahrung von kulturtraditionellen Werten und nationalstaatlicher Souveränität. Demgegenüber zeichnet es Linkspopulisten aus, dass sie trotz ihres Plädoyers für Staatslenkung das Ideal der internationalen Verbrüderung hervorheben und sich in Fragen der Chancen zur immateriellen Persönlichkeitsentwicklung an libertären Positionen orientieren (vgl. Decker, 2004, S. 238f.). Konkret äußern sich die rechtspopulistischen Grundpositionen in folgender Agenda:

Ökonomisch sprechen sie sich für einen strikten Protektionismus aus. Durch die Einführung von Handelshemmnissen wie Zöllen, Devisenbewirtschaftung, Importkontingenten u.a. setzen rechtspopulistische Parteien auf den Schutz einheimischer Unternehmen und Branchen vor ausländischer Konkurrenz. In den USA wurden nach der Amtseinführung Donald Trumps die Freihandelsabkommen im Rahmen des NAFTA und des GATT in Frage gestellt. In Europa richteten sich Rechtspopulisten gegen den EU-Integrationsprozess bzw. gegen die Währungsunion und den gemeinsamen europäischen Markt (vgl. Decker, 2004, S. 199f.; Hartleb, 2005, S. 25). Sie argumentieren insbesondere mit der Finanzhilfe für die vor der Pleite stehenden Volkswirtschaften der südeuropäischen Länder (vgl. Grabow & Hartleb, 2013, S. 9). Zudem kennzeichnet eine Art Wohlfahrtschauvinismus die rechtspopulistische Haltung, nämlich den eigenen Wohlstand für die einheimische Bevölkerung zu bewahren. Auf diese Weise werden geschickt die Bedürfnisse nach sozialer Absicherung und nach Ausgrenzung fremder und ausländischer Mitbürger miteinander verschränkt (vgl. Decker, 2004, S. 202f.; Hartleb, 2005, S. 25f.). Der Rechtspopulismus geht von einer Bedrohungslage des nationalen Wohlfahrtstaatsystems durch die Ausländer aus. Letzteren wird unterstellt, gezielt „in die Sozialsicherungssysteme einzuwandern“. Besonders betont wird von Seiten der Rechtspopulisten, den Status einer Zugangsberechtigung gegenüber staatlichen Transferleistungen für Immigranten und Flüchtlinge aufzulösen.

Kulturell appellieren rechtspopulistische Parteien an die Wiederherstellung der familialen und nationalen Gemeinschaft. Betont werden eine den meisten Bürgern unterstellte

wertkonservative Identität, die es zu stärken gelte. Dazu zählen die Stärkung traditioneller Geschlechterrollen und des nationalen Zusammenhalts entlang ethnischer Zugehörigkeit (vgl. Decker, 2004, S. 206f.). Reziprok werden die ethnische Pluralisierung und die multikulturelle Gesellschaft abgelehnt. Rechtspopulistische Parteien gerieren sich als Bewahrer, indem sie in tendenziell sehr simplen Schwarz-/Weiß-Strukturen den Schutz der einheimischen Kultur vor allen fremden Erscheinungsformen wie Aussehen, Lebensweise und Religion proklamieren. Sie warnen insbesondere vor der Islamisierung Europas. Die Errichtung von Moscheen und das Tragen traditioneller Bekleidung sind für sie Beleg genug für eine offensiv artikulierte „Überfremdung der Gesellschaft“ (vgl. Bauer, 2010, S. 8; Hartleb, 2005, S. 19).

In politischer Hinsicht plädieren Rechtspopulisten vor allem für den Nationalismus. Sie versuchen, die Handlungsfähigkeit der Regierung auf nationaler Ebene zu stärken und als solches wieder zu etablieren und eine direkte Demokratie durch Volksabstimmung als Lösung für den Steuerungsverlust der supranationalen Organisationen durchzusetzen. Diese Position zeigt sich beispielsweise in der europaskeptischen Agenda innerhalb der rechtspopulistischen Bewegung. Von Fortuyn über Le Pen, Blocher bis hin zu Haider hatten in der Vergangenheit diese rechtspopulistischen Vertreter in den Wahlen stark von ihrer Anti-EU-Position profitiert (vgl. Decker, 2004, S. 210-213, Hartleb, 2005, S. 21). Zudem geht die Position des Nationalismus mit der Ablehnung von ungebremster Immigration und ihren Vertretern, den Immigranten selbst, Hand in Hand. Denn nach rechtspopulistischer Vorstellung besteht eine Nation aus einer homogenen Bevölkerung. Die Abwehr gegen die Fremden lässt sich nicht nur durch die Ablehnung der Asylbewerber oder Arbeitsemigranten, sondern auch durch ein Gefühl der Unsicherheit in Bezug auf Ausländerkriminalität ausdrücken. Die Etablierung einer neuen Ordnung setzt sich konkret innenpolitisch fort, indem die soziale Ordnung sehr viel stärker als bisher vor ausländischer Kriminalität zu schützen sei. Strafverfahren sollen beschleunigt und Strafen verschärft werden. Die Ausrüstung und Ausbildung der Polizei seien nachhaltig zu verbessern (vgl. Hartleb, 2005, S. 17).

Zusammenfassend versteht sich der Rechtspopulismus als soziale Bewegung, die versucht, das als unterdrückt bezeichnete nationale Volk gegen die Verursacher der Unterdrückung und der sozialen Krisen, namentlich die Eliten und die Fremden, zu mobilisieren. Der Aufstieg der rechtspopulistischen Parteien seit den 1980er Jahren in den westlichen Demokratien lässt sich mit den negativen Folgen der Globalisierung erklären. Die Vertreter rechtspopulistischer Bewegungen und ihrer politisch konkretisierten Arme der Parteien schreiben sich zu, die Emanzipierung der Globalisierungsverlierer und -gegner gegenüber den nationalen politischen Eliten und internationalen politischen und ökonomischen Einflüssen voranzutreiben. Die

heraufbeschworene soziale Krise manifestiert sich in den negativen Folgen wie ungleicher Verteilung und damit ungleicher Lebensverhältnisse, gefühltem Wertverlust und fehlendem eigenen Einfluss bei der Wahl und Gestaltung nationaler Politik. Die Rechtspopulisten bieten Lösungsvorschläge für die Eindämmung des Modernisierungsprozesses an. Dabei werden die Eliten und die Fremden ganz direkt zu Sündenböcken für die aktuelle miserable Lebenslage der Bürger gemacht.

In der folgenden Tabelle werden die ausführlich diskutierten Wesensmerkmale des Rechtspopulismus, von der Ideologie über die Rhetorik bis hin zur Charakterisierung als soziale Bewegung zusammengefasst: 1) Die Konfrontation der nationalen Volksgemeinschaft gegenüber den Eliten; 2) Die Konfrontation der nationalen Volksgemeinschaft gegenüber den Fremden.

Rechtspopulismus _generell	Populismus_ _ideologisch	Rechtspopulismus _ideologisch	Populismus _Rhetorik	Rechtspopulismus _Rhetorik	Populismus _Bewegung	Rechtspopulismus _Bewegung_Heute
Volk versus Eliten	Antagonismus zwischen der Volksgemeinschaft und den Eliten ²	Nationale und ethnische Volksgemeinschaft gegen die Eliten ³	Argumentieren mit der kollektiven Erfahrung, mit der Opferrolle des Volks gegenüber der Politik, mit dem Freund-Feind-Schema (Volk gegen die Eliten) und mit der Verunglimpfung der Eliten ⁴	Argumentieren mit dem Konstrukt eines kollektiven Willens auf Seiten des nationalen Volkes gegen die Fremden, mit der Opferrolle des nationalen Volkes gegenüber der Politik, gegen die Bedrohung der Fremden, mit dem Freund-Feind-Schema (Volk gegen die Eliten und die Fremden), mit der Verunglimpfung der Eliten und der Fremden ⁵	Unterdrückte Volksgemeinschaft gegen derzeitige Eliten ⁶	Globalisierungsverlierer und -gegner gegen nationale und supranationale Eliten ⁷
Volk versus Fremde	n.v.	Xenophobie ⁸	n.v.		n.v.	Gegen Immigranten, Asylsuchende und Muslime ⁹

Tabelle 1: Merkmale des Rechtspopulismus. Quelle: Eigene Zusammenfassung

2 Quellen: Geden 2006, S. 21; Fröhlich-Steffen 2006, S. 146; Langenbach und Schellenberg 2011, S. 16; Pehe 2012, S. 93.

3 Quellen: Geden 2006, S. 21; Jaschke 2012, S. 12 f.; T. Klein 2012, S. 20; Hartleb 2011, S. 21.

4 Quellen: Decker 2004, S. 35; Reisigl 2002, S. 186; 2012, S. 312; Schleichert 2016, S. 29, 43, 46f.; Priester 2012, S. 4.

5 Quellen: Bergsdorf 2000, S. 622f.; Schleichert 2016, S. 29, 43, 46f.; Wodak & Köhler 2010, S. 40f., 49, 52.

6 Quellen: Decker 2004, S. 26; Hartleb 2005, S. 14f..

7 Quellen: Decker 2004, S. 201f., 255f.; 2006, S. 14; Kriesi et al. 2008, S. 7-8; Loch & Heitmeyer 2001, S. 13f..

8 Quellen: Albertazzi und McDonnell 2008, S. 6; Hartleb 2011, S. 21; T. Klein 2012, S. 19.

9 Quellen: Bauer 2010, S. 8; Decker 2004, S. 201f., 255f.; 2006, S. 14; Hartleb 2005, S. 19; Kriesi et al. 2008, S. 7-8.

2.4 Die Alternative für Deutschland

In den letzten Abschnitten werden die ideologischen Wesensmerkmale des Rechtspopulismus erörtert. Der vorliegende Abschnitt beschäftigt sich mit der ideologischen Einordnung der AfD als einer rechtspopulistischen Partei. Dabei wird vor allem das Kennzeichen der populistischen Ideologie in der Gründungsphase und ihr Kurswechsel nach rechts erläutert. Der Schwerpunkt wird dann auf die Analyse in den Partei- und Wahlprogrammen der AfD gelegt, inwieweit die sozialen Fragen vor dem Hintergrund des Globalisierungsprozesses im Sinne der rechtspopulistischen Ideologie ausgedeutet werden.

In der Parteienforschung gibt es keine von allen Fachleuten anerkannte einheitliche Typologie der Parteien. Trotzdem besteht ein breiter Konsens darin, die Merkmale der Parteien nach ideologischer Zugehörigkeit zu kategorisieren (vgl. Lucardie, 2018, S. 53f.). Es handelt sich bei der Begriffsbestimmung von politischer Partei darum, dass ein Verband von Personen gemeinsame politische Interessen und Ansichten vertritt, um die Regierungsmacht zu erringen (vgl. Decker, 2011, S. 10). Die ideologische Einordnung der AfD als eine rechtspopulistische Partei war von ihrem Beginn an umstritten: Kai Arzheimer bewertet die AfD auf der Basis seiner qualitativen und quantitativen Analyse des Europawahlprogramms 2013 nicht als eine rechtspopulistische oder rechtsextreme Partei, sondern als eine der CSU-ähnliche rechte Partei (vgl. Arzheimer, 2015, S. 126). Im Vergleich dazu spricht Robert Grimm von einem Aufstieg einer soften euroskeptischen Partei in Deutschland (vgl. Grimm, 2015, S. 273f.). Demgegenüber kommen Marcel Lewandowsky, Heiko Giebler und Aiko Wagner rückblickend auf die Bundestagswahl 2013 zu dem Schluss, dass die AfD eindeutig als rechtspopulistisch eingeordnet werden kann (vgl. Lewandowsky; Giebler & Wagner, 2016, S. 265). Die Uneinigkeit dürfte wohl darin begründet liegen, dass in der Tat die AfD in ihrer Gründungsphase nicht klar und offen rechtspopulistisch ausgerichtet war, sondern sich im Wesentlichen aus drei weltanschaulichen Strömungen zusammensetzte: dem Wirtschaftsliberalismus, dem National-Konservatismus und dem Rechtspopulismus (vgl. Werner, 2015, S. 84). Der Hamburger Ökonomieprofessor Bernd Lucke repräsentierte den wirtschaftsliberalen Flügel. Beatrix von Storch positioniert sich als National-Konservative, die die Positionen gegen die Antidiskriminierungspolitik zugunsten von homosexuellen Partnerschaften und gegen die Gleichstellungspolitik der Geschlechter einnimmt (vgl. Bebnowski, 2015, S. 26; Werner, 2015, S. 84). Der ursprüngliche Frontmann des rechtspopulistischen Auslegers der AfD war der Tübinger Volkswirtschaftsprofessor und das ehemalige Mitglied der rechtspopulistischen Partei des Bunds freier Bürger (BfB) Joachim

Starbatty (vgl. Bebnowski, 2015, S. 23). Die drei weltanschaulichen Strömungen widersprechen sich nicht, sondern sie vermögen sich zu ergänzen (vgl. Decker, 2016, S. 10).

Die Euro- und Finanzkrise öffnete „Gelegenheitsfenster“ für die eurokritischen Parteien (Decker, 2017, S. 55). Ebenfalls hat die Sarrazin-Debatte, hervorgerufen insbesondere durch sein Buch „Deutschland schafft sich ab“ (über das demografische Problem in einer zunehmend islamisierten Gesellschaft), den Boden für rechtspopulistische Meinungsäußerungen geebnet. Indem sie ein Bedrohungsszenario für die deutsche Gesellschaft vor dem Hintergrund der Wirtschaftskrise und der Zunahme von Bürgern muslimischen Glaubens entworfen hat, hat die AfD die Wut auf das Establishment und die Ängste vor Verlust des materialen Lebensstandards sowie der kulturellen Lebensweise geschürt (vgl. Decker, 2017, S. 55f.; Häusler, 2015, S. 3f.). Bereits seit ihrer Gründung lassen sich die populistischen Züge der AfD hinter ihren wirtschaftsliberalen Positionen beobachten. Die AfD-Spitzen, soweit sie die wirtschaftspolitischen Themen besetzen, stellen sich mit ihrer Expertise als Retter des „kleinen Mannes“ dar, der unter den wirtschaftlichen Missständen, hervorgerufen durch teils korrupte, teils ahnungslose politische Eliten, leiden würde. Mit der selbstbewusst betonten Expertise des Professortitels in der Volkswirtschaft bezeichnete beispielsweise Bernd Lucke den ehemaligen Finanzminister Wolfgang Schäuble gar als „Volksverführer“, denn er kenne die Risiken des Euro-Rettungsmechanismus nicht ausreichend (Bebnowski, 2016b, S. 28). Die AfD präsentiert die eigenen ökonomischen Lösungsvorschläge als „common sense“. Mit dem Motto „Mut zur Wahrheit“ handelt es sich nicht nur darum, den Schritt des deutschen Euro-Austritts zu enttabuisieren, sondern dezidiert vom allgemeinen Scheitern des Euro zu sprechen und diese Einsicht als derartig naheliegend auszugeben, dass die sich direkt aus der Nutzung des gesunden Menschenverstandes ableite.

Die Verortung der AfD als Partei des sog. rechten Spektrums zeigt sich insbesondere in ihren Haltungen in Bezug auf sozioökonomische Streitfragen und ihre stark wertende Betrachtung von anderen Kulturen, die vorrangig auf der Basis sozioökonomischer Schlüsselbaten betrieben wird. Im Vergleich zu anderen rechtspopulistischen Parteien in Europa, die heute eher mit sozioökonomisch protektionistischen Positionen im wirtschaftspolitisch eher linken Spektrum anzusiedeln sind, vertritt die AfD rechte Positionen, indem sie das Ideal der Marktfreiheit betont (vgl. Decker, 2016, S. 11). Als größtes Exportland innerhalb der EU profitiert Deutschland von freien Grenzen und ungehindertem Waren- und Dienstleistungsaustausch, eine Ausgangslage, die die AfD unter keinen Umständen gefährden will. Auf Grundlage der unterschiedlichen ökonomischen Leistungsfähigkeit werden die europäischen Volkswirtschaften von der AfD hierarchisiert. Mit der ökonomischen

Überlegenheit Deutschlands konstruiert sie kulturelle Überlegenheitsgefühle. Auf diese Weise werden die Aufwertung der deutschen Kultur und damit gleichzeitig die Abwertung der Anderen begründet. Diese Aufwertung der kulturellen Identität des deutschen Volkes in seiner ethnischen ursprünglichen Provenienz ist Kennzeichen für die soziokulturell rechten Positionen der AfD (vgl. Bebnowski, 2015, S. 15; Bebnowski, 2016b, S. 29f.). Der erste rechtspopulistische Vertreter Joachim Starbatty leitete beispielsweise eine hierarchische Ordnung der europäischen Völker nicht aus rassistischen Überlegungen ab, sondern schlicht aus der ökonomischen Überlegenheit ihrer Volkswirtschaften ab (vgl. Bebnowski, 2015, S. 23).

Die Politikwissenschaft in ihrer Beobachterrolle geht mehrheitlich davon aus, dass die AfD einen deutlichen Kurs- und Imagewechsel mit den Ereignissen um die Flüchtlings- und Migrationsproblematik ab 2015 vollzogen hat. Sie hob in ihrer öffentlichen Selbstdarstellung von diesem Zeitpunkt ihre Thesen und Programmatiken zur Verhinderung von mehr Zuwanderung hervor und stellte ihre wirtschaftspolitischen Sichtweisen stärker zurück. Besonders nach September 2015 rückte das Thema Asyl zulasten der Eurorettung in den Vordergrund. Zuvor fehlte der AfD die klar xenophobe Komponente (vgl. Rosenfelder, 2017, S. 124). Dabei spielt die Kritik an Merkel in der Asylthematik der AfD eine Schlüsselrolle. Die Entscheidung von Merkel am 5. September 2015, die Flüchtlinge an der deutsch-österreichischen Grenze ins Land zu lassen, führe zu chaotischen Zuständen im Inneren (vgl. M. Klein; Heckert & Peper, 2018, S. 414). Ein umfassendes Grundsatzprogramm der AfD wurde erst am 30. April und 1. Mai 2016 auf ihrem Bundesparteitag in Stuttgart beschlossen. Während in ihrer Etablierungsphase die rechtspopulistischen Strömungen eher als eine Begleiterscheinung von vielen Beobachtern wahrgenommen wurden, die vor den wirtschaftsliberalen und national-konservativen Ideologien eher zurücktraten, konnte die AfD spätestens mit diesem Programm grundsätzlich als rechtspopulistische Partei bezeichnet werden (vgl. Rosenfelder, 2017, S. 140).

Im Folgenden werden die Streitfragen vor dem Hintergrund des Globalisierungsprozesses sowie die damit verbundenen, von der AfD vorgebrachten Narrationen und Argumente in ihren Parteiprogrammen analysiert. Marcus Llanque zufolge verstehen sich Narrationen als verfestigte „Interpretationen der Wirklichkeit“ (Llanque, 2014, S. 8). Sie sind nämlich nicht objektive Beschreibung der Welt, sondern kognitive Strukturen, mit denen man die Umwelt versteht bzw. Realitäten konstruiert (vgl. Biegon & Nullmeier, 2014, S. 41f.). Und zum Begriff der Argumentation führt Kati Hannken-Illjes aus, dass es sich dabei um „die Bearbeitung einer Streitfrage durch das Geben und Nehmen von Gründen“ handelt (vgl. Hannken-Illjes, 2002, S. 20). Die Argumentation wird aus der Abfolge und Kopplung von verschiedenen Argumenten

zusammengesetzt. Anders als im alltäglichen Sprachgebrauch, in dem ein Argument und ein Grund synonym verwendet werden, bezieht sich das Argument im wissenschaftlichen Kontext immer auf eine Streitfrage und versteht sich als ein dreiteiliges Modell, das aus Grund, Übergang und Konklusion besteht (vgl. ebd., S. 21f.). Dieser Übergang wird auch als mit dem Plural-Begriff *Topoi* bezeichnet, der laut Bornscheuer das in einer Gesellschaft Geltende, bzw. kollektiv geteilte Meinungen beinhaltet, die innerhalb eines Argumentes den Übergang von dem Grund zur Konklusion legitimieren (vgl. Bornscheuer, 1976, S. 95-100). Anhand des dreiteiligen Modells von Hannken-Illjes untersuche ich das Grundsatzprogramm 2016, das Programm für die Wahl zum Deutschen Bundestag am 24. September 2017 und das Programm für die Wahl zum 9. Europäischen Parlament 2019. Schwerpunktmäßig wird es darum gehen, welche Streitfragen dort jeweils thematisiert werden, mit welchen Narrationen die Wahlkampfthemen ausgedeutet werden und welche *Topoi* für die AfD-Positionen auf den einzelnen politischen Handlungsfeldern vorgebracht werden.

(1) Beim Thema „Verteidigung der Demokratie“ handelt es sich um die Repräsentationskrise, womit gemeint ist, dass viele Menschen sich politisch nicht mehr repräsentiert fühlen, denn die nationale Souveränität durch die Globalisierung schwindet und damit auch der direkte Einfluss der Wähler auf Entscheidungen von nationaler Tragweite. Es kommt zur Streitfrage, ob die Bürger den Politikern aus den etablierten Parteien ihre Ämter weiter anvertrauen sollen. Gegenüber dieser Frage vertritt die AfD deutlich eine Position des Anti-Elitismus und fordert den Rücktritt der politischen Eliten. Dabei wird ein *Topos* kreiert, der im Kern besagt, dass die gewählten Volksvertreter nicht länger an der Spitze des Staates stehen können, wenn sie die Interessen des Volkes erkennbar nicht mehr vertreten. Mit diesem *Topos* werden die politischen Eliten generell als Volksverräter stigmatisiert. Sie seien nämlich eine kleine politische Oligarchie aus den alten Parteien in der Bundesregierung und den zentralen europäischen Institutionen, die über hohe Vergütungen, Privilegien, Macht und Status verfüge (vgl. AfD, 2016, S. 15; 2017, S. 8). Konkret weist die AfD vor allem darauf hin, dass die staatliche Parteienfinanzierung, die Finanzausstattung für die sogenannte wissenschaftliche Beratung und die Rentenvorsorge für Parlamentarier überhöht seien (vgl. AfD, 2017, S. 10f.; 2016, S. 21, 26; 2019, S. 12, 14). Zudem nimmt die AfD die Nähe der Parteien zum Lobbyismus ins Visier, die dadurch entstehe, dass Abgeordnete ihr Mandat für die Ausübung lukrativer Nebentätigkeiten ausnutzten und damit in erster Linie das Ziel ihrer persönlichen Bereicherung verfolgten. Indem Lobbyisten immer wieder erfolgreich Druck auf politische Entscheidungen ausübten, bewegten sich die gewählten Volksvertreter oft in der Grauzone zwischen Mandatserfüllung und Bestechung oder Korruption (vgl. AfD, 2019, S. 13f.; 2016, 25f.; 2017,

S. 11; 2013, S. 2). Drittens sei die Steuerverschwendung der Amtsträger beispielsweise in Gestalt von Baukostenüberschreitungen, Beschaffungsmaßnahmen und Prestige-Projekten gemeinwohlschädlich (vgl. AfD, 2016, 26f.; 2017, S. 11). Viertens werde die Meinungsfreiheit der deutschen Bürger von dem Establishment eingeschränkt. Das Meinungsmonopol der Eliten zeige sich auf vielen und ganz unterschiedlichen Ebenen, so in den Förderprogrammen der EU und des Bundes, in allen öffentlichen Diskursen, insbesondere in der Meinungsdictatur gegen den Austritt Deutschlands aus der EU sowie in den zurückhaltenden öffentlichen Bekanntmachungen im Zusammenhang mit nachgewiesener Ausländerkriminalität (vgl. AfD, 2016, S. 20, 127; 2017, S. 48; 2019, S. 50).

2) Das Thema der „Europäischen Wirtschafts- und Finanzpolitik“ lässt die Streitfrage über die politische Entwicklung aufkommen, einen Teil der Entscheidungsgewalt in der Wirtschafts- und Finanzpolitik an die europäischen Institutionen abzugeben oder zur nationalen Souveränität zurückzukehren. In diesem Zusammenhang fordert die AfD die Wiederherstellung der nationalen Souveränität in der Maßregelung und Kontrolle auf dem Gebiet der Finanz- und Bankdienstleistungen. Dabei wird der Topos der Belastung aufgeworfen, dass die nationalen Bürger bzw. die kleinen Leute stark mit den politischen Entscheidungen der Eliten belastet werden. Mit diesem Topos nimmt die AfD vor allem die Finanzkrise in der europäischen Währungsgemeinschaft ins Visier und betrachtet die Rettungsmaßnahmen für die Eurozone, beispielsweise Milliardensummen von Verrechnungskrediten und zinsfreien Krediten und EU-Steuern, als eine permanente Belastung der deutschen Steuerzahler. Denn solche Maßnahmen können die Südländer Europas nicht retten, sondern verschöben die unweigerlichen Konsequenzen auf die Zukunft (vgl. AfD, 2019, S. 29f.; 2016, S. 35f.; 2017, S. 14). Außerdem behauptet die AfD, dass die erzwungene und marktferne Währungsregulierung über das Mittel der Null- und Negativzinsen der Europäischen Zentralbank (EZB) private Sparvermögen, das Gesundheitswesen und alle kapitalgedeckten Altersvorsorgesysteme, angefangen von den staatlich finanzierten Rentensystemen, über die Betriebsrente bis hin zu privaten Lebensversicherungen, die Sicherung des Wohlstandes in Deutschland in Gefahr bringe (vgl. AfD, 2019, S. 29, 2017, S. 14). Daher fordert die AfD konkret einen „Dexit“ bzw. das Austreten der deutschen Volkswirtschaft aus dem Eurosystem und die Rückkehr der Deutschen Mark als nationale Währung. Dabei seien auch die Haftung für EU-Banken und das Handeln der EZB als wirtschaftsregulierender Player abzulehnen, damit Zinseinbußen und letztlich Einkommens- und Vermögensverluste der Bürger vermieden würden (vgl. AfD, 2017, S. 15f.; 2019, S. 30-33).

3) Die Agenda „Asyl und Immigration“ bezieht sich auf Zuwanderung vor dem Hintergrund des Globalisierungsprozesses und der Flüchtlingskrise seit 2015 in Europa. Es handelt sich um die Streitfrage über die Aufnahme von Flüchtlingen in Deutschland. Demgegenüber steht die AfD grundsätzlich für eine äußerst rigide Immigrations- und Flüchtlingspolitik. Ihre Position wird wie folgt begründet. Vor allem wird der Topos der Sicherheit verwendet, indem von der Verteidigung der öffentlichen Sicherheit gesprochen wird. Dieser Topos beinhaltet in der konkreten Ausgestaltung der AfD die Stigmatisierung der Immigranten, Asylsuchenden und Muslime als Kriminelle und Terroristen, wobei die Kriminalität in der deutschen Gesellschaft irreführend mit der Frontstellung zwischen dem Volk und den Fremden begründet wird. Konkret behauptet die AfD vor allem, dass der Anteil von Ausländern bei der Gewalt- und Drogenkriminalität und im Bereich der Organisierten Kriminalität in Deutschland besonders hoch sei (vgl. AfD, 2017, S. 23). Außerdem trage der islamistische Terrorismus zur allgemeinen Gefährdungslage in nennenswertem Umfang bei. Nicht nur seien solche islamistischen Gefährder mit den Flüchtlingen eingewandert, sondern ganz allgemein stelle die Verbreitung des Islams und die Präsenz von über fünf Millionen Muslimen in Deutschland eine Gefährdung für den inneren Frieden dar (vgl. AfD, 2017, S. 23, S. 34; 2016, S. 96f.; 2019, S. 52). Um die deutschen Bürger vor den zuwanderungsbedingten Bedrohungen zu schützen, fordert die AfD: Erstens sollten an den deutschen Grenzen Schutzzäune aufgebaut werden (vgl. AfD, 2017, 30; 2016, 53). Zweitens solle eine zwingende Abschiebung bei Kriminalität erfolgen. Ferner seien gesetzliche Hindernisse der Ausweisung abzubauen und die nicht abschiebbaren Personen durch bilaterale Vereinbarungen außerhalb Deutschlands unterzubringen (vgl. AfD, 2016, 51; 2017, 23). Drittens sei die öffentliche Sicherheit durch den Einsatz der Polizei zu gewährleisten. Daher fordert die AfD eine Verstärkung der Polizei, konkret indem die Stellenpläne im angemessenen Maß aufgestockt werden sollten; die Ausrüstung sei auf das modernste Niveau zu bringen (vgl. AfD, 2016, S. 48; 2017, 24).

Zweitens wird der „Bedrohungstopos“ verwendet, der sich ganz allgemein wie folgt versteht: „Wenn eine bestimmte Handlung, eine bestimmte Entscheidung oder ein bestimmter sozialer Zustand gefährliche Folgen hat bzw. eine Bedrohung darstellt, dann sollte die Handlung nicht ausgeführt, die Entscheidung nicht getroffen bzw. die bedrohliche Situation geändert werden“ (Reisigl, 2002, S. 192). Mit diesem Topos weist die AfD einerseits auf die Gefährdung der Infektionskrankheiten durch die Einwanderung für die Gesundheit der Einheimischen hin. So sei seit Beginn der Asylkrise die Zahl meldepflichtiger Infektionskrankheiten signifikant angestiegen. Die Erreger dieser Krankheiten vermehrten sich

resistent (vgl. AfD, 2019, S. 59). Andererseits betrachtet die AfD die Zuwanderung als Gefahr für die Existenz der deutschen Nation. Die Zuwanderung führe zur Selbstzerstörung des deutschen Volkes. Während Deutschland überaltert, beschleunigt die Masseneinwanderung das Aussterben des deutschen Volkes (vgl. AfD, 2016, S. 116, 2017, S. 23; 2019, S. 37). In diesem Zusammenhang will die AfD die Erhöhung der Geburtenrate des deutschen Volkes massiv fördern, um den Trend der sogenannten Selbstabschaffung zu verhindern. Dabei werden konkrete Maßnahmen vorgestellt, beispielsweise die Unterstützung der elterlichen Betreuung und der Alleinerziehenden sowie die Stärkung der Rechte von Vätern (vgl. AfD, 2017, S. 36f.; 2016, S. 81f.; 2019, S. 66f.).

Drittens wird der Topos der Belastung des deutschen Volkes eingesetzt. Mit diesem Topos wirft die AfD ein Schlaglicht auf die Kosten für die Sozialsysteme, die mit der vermehrten Zuwanderung verbunden seien und die sich nach Angaben der AfD mit steigender Tendenz auf folgende Hauptursachen zurückführen lassen: Erstens lassen sich die Flüchtlinge aus dem Kriegsgebiet aufgrund ihrer formal niedrigen Qualifikation nicht in den Arbeitsmarkt integrieren. Und mit zunehmender Anerkennungsquote der Asylsuchenden würden jedem anerkannten Asylbewerber etwa ein bis vier Familienmitglieder folgen, wovon die Mehrheit in der Zukunft wahrscheinlich permanent auf Sozialleistungen angewiesen seien könnten (vgl. AfD, 2017, S. 31). Zweitens entstehe Armutswanderung von Afrika und von den arabisch-muslimischen Ländern im Nah- und Mittelosten nach Europa; als Ursachen dafür werden die Bevölkerungsexplosion in der Region, Klimaextreme sowie auch das Wohlstandsgefälle zu Europa angeführt (vgl. AfD, 2016, S. 116; 2017, S. 28). Drittens zögen die hohen Sozialleistungen in Deutschland massiv Armutszuwanderer aus den ärmeren Ländern Europas an, darunter speziell jene aus anderen EU-Staaten, die Freizügigkeit genossen (vgl. AfD, 2017, S. 29).

Viertens lässt sich der „Missbrauchstopos“ in den Argumenten der AfD wiederfinden, womit allgemein gemeint ist: „Wenn ein Recht, ein Hilfsangebot o. Ä. missbraucht wird, sollte das Recht geändert, die Hilfe gestrichen oder gekürzt werden bzw. sollten bestimmte Maßnahmen gegen den Missbrauch ergriffen werden“ (Reisigl, 2002, S. 187). Mit diesem Topos werden vor allem die Asylbewerber und Immigranten pauschal als Gesetzesbrecher und Betrüger bezeichnet. Dabei weist die AfD konkret darauf hin, dass nach dem Schengener Abkommen grundsätzlich Grenzkontrollen stattfinden sollten. Aber als die Flüchtlingsströme 2015 Europa trafen, hätte keine wirksame Kontrolle der EU-Außengrenzen stattgefunden. Die europäische Grenz- und Küstenwache FRONTEX würde gar die illegale Asylzuwanderung fördern, indem sie auf Flüchtlingsbooten in Seenot geratene Menschen auf dem Mittelmeer

aufnahme und nach Europa brächte (vgl. AfD, 2019, S. 49). Und die eingereisten Flüchtlinge hätten sich vielerorts mit abweichenden Personalangaben registriert. Viele gaben sich sogar als minderjährig aus (vgl. AfD, 2017, S. 23, 30f.). Andererseits verweist die AfD mit dem Vorbringen dieses Topos auf den Machtmissbrauch der politischen Eliten, die in der Entscheidung, Flüchtlinge nach Deutschland zu lassen, zum Ausdruck kommt. Denn diese Entscheidung sei von der Bundesregierung rechtswidrig zustande gekommen, indem sie sich über den Parlamentsvorbehalt für wichtige Entscheidungen hinweggesetzt habe (vgl. AfD, 2017, S. 8). Und gleichzeitig habe sie auch das Dublin-Abkommen verletzt (vgl. AfD, 2016, S. 117). Außerdem zeige sich der Machtmissbrauch der politischen Eliten darin, dass seit 2015 Milliardenbeträge für die bereits ins Land gelassenen Migranten mobilisiert würden. Diese Kosten würden intransparent eingesetzt. Denn es gebe keine Kostendarstellung und -analyse, was die politische Führung verhindere (vgl. AfD, 2016, S. 126).

4) In der Auseinandersetzung mit der Agenda „Kultur und Identität“ tritt die Streitfrage auf, ob die Politik des Förderns von multikulturellen Praktiken und Projekten ausgebaut oder gestoppt werden soll. Viele Bundesbürger beklagen einen selbst beobachteten Werteverlust in der deutschen Gesellschaft, der durch den Globalisierungsprozess, verbunden mit dem sich fortsetzenden Trend importierter kultureller Strömungen, ausgelöst werde. Konkret bezogen auf diese Streitfrage fordert die AfD die Durchsetzung der deutschen Leitkultur anstelle der Förderung eines Multikulturalismus (vgl. AfD, 2016, S. 92f.; 2017, S. 47). Dabei wird der Topos des „Schutzes der eigenen Kultur“ verwendet, der besagt, dass die nationale Kultur zu bewahren ist. Mit diesem Topos betrachtet die AfD den Islam als ernste Bedrohung für die deutsche Kultur. Konkret werden – einerseits – Muslime pauschal als radikale und rückständige bzw. intolerante und frauendiskriminierende Gruppe bezeichnet: Nach dem Koran sei nämlich Allah der einzige Gott. Freundschaft mit Andersgläubigen sei den Muslimen fremd. Viele Koranverse beschwören den Kampf gegen die „Ungläubigen“. Auch Homosexualität sei eine schwere Straftat. Und das Kopftuch, bzw. Burka und Niqab gölten als religiös verbrieftes Zeichen der Diskriminierung der Frau. Zwangsheirat, Polygamie, Verwandtenehe und Kinderehe kämen nicht selten vor (vgl. AfD, 2017, S. 35, 2019, 51f.). Andererseits werden die islamischen Staaten bzw. die Türkei als religiös und kulturell imperialistisch bezeichnet. Damit schürt die AfD Angst vor einem Kulturkrieg der Türkei gegen die deutsche Mehrheitsgesellschaft, indem sie den Bau und den Betrieb von Moscheen unter DITIB (Türkisch-Islamische Union der Anstalt für Religion e. V.) finanzieren, um damit insbesondere ihren Einfluss auf die Bürger mit türkischen Wurzeln in Deutschland zu vergrößern. Es gehe um religiösen und kulturellen Imperialismus (vgl. AfD, 2017, S. 34f.). In diesem

Zusammenhang fordert die AfD genau das Verbot, Kopftücher im öffentlichen Dienst und in der Öffentlichkeit zu tragen. Beispielsweise sollen weder Lehrerinnen noch Schülerinnen Burka oder Niqab in der Schule tragen dürfen (vgl. AfD, 2016, S. 99; 2017, 34f.). Und der Beitritt der Türkei zur EU sei abzulehnen (vgl. AfD, 2017, S. 19).

5) Beim Thema „Klimawandel“ handelt sich vor allem um die Streitfrage, ob die Nutzung von fossilen Energieträgern und Kernkraft durch die erneuerbaren Energien ersetzt wird. In diesem Zusammenhang nimmt die AfD grundsätzlich eine ablehnende Haltung gegenüber den Erneuerbaren Energien ein. Diese Position stützt sich vor allem auf den „Missbrauchstopos“ (Reisigl, 2002, S. 187), mit dem die Energiepolitik der Bundesregierung bzw. der Ausbau der Wind- und Sonnenstromanlagen als Einschränkung der persönlichen und wirtschaftlichen Freiheit angesehen wird. Genauer gesagt behauptet die AfD, dass Kohlendioxid (CO₂) kein Schadstoff sei, sondern ein wichtiger Bestandteil für das Pflanzenwachstum und damit auch für die Welternährung. Die zwangsweise geplante Umstellung der Energiewirtschaft der Bundesregierung in Richtung einer Reduzierung von Kohlenstoff führe also nur zur Einschränkung von Freiheitsrechten der Bürger und Unternehmen (vgl. AfD, 2016, S. 156f., 2017, S. 64f.).

Ein anderer wichtiger Topos im Zuge der (Wahlkampf-)Kommunikation der AfD sind die allgemeinen Steuerbelastungen. Vermengt mit der Haltung zur aktuellen Energiepolitik der Bundesregierung kommt die AfD zu dem Schluss, dass auf diesem Gebiet staatliche Planwirtschaft auf Kosten der deutschen Bürger betrieben wird. Konkret behauptet die AfD, dass der Zubau jeder Wind- und Sonnenstromanlage den Strompreis hochtreibe. Und der Strompreis sei in den letzten zehn Jahren um das Doppelte gestiegen. Dieses geschehe durch massive Subvention und Zwangsvermarktung nach dem Erneuerbare-Energien-Gesetz (EEG). Diese Subvention fließe zu den wenigen Gewinnern der Energiewende und werde jeden Haushalt zwangsläufig bis 2025 jeweils 25.000 Euro kosten. Die volkswirtschaftlichen Kosten der geplanten Energiewende würden die deutschen Steuerzahler bis 2050 mit mehreren Billionen Euro belasten (vgl. AfD, 2017, S. 65, 2016, S. 157-159).

6) Auf dem Gebiet der „Sozial- und Gesundheitspolitik“ werden empirisch belegbare Problemlagen in Bezug auf die wohlfahrtstaatliche Sicherung in Deutschland thematisiert. Dabei verweist die AfD auf die hohe Kinderarmut, Altersarmut, Arbeitslosigkeit, die Alterung der Gesellschaft, die schlechte medizinische Versorgung auf dem Land, die unangemessene Entlohnung für das Pflegepersonal, die fehlenden Investitionsmittel für stationäre Versorgung sowie für Krankenhaus-Notfallambulanzen, die finanzielle Belastung des Berufsstandes der freiberuflichen Hebammen u.a. (vgl. AfD, 2017, S. 56-63). Die Vorhandene soziale Nöte lassen

sich für die rechtspopulistische Ideologie instrumentalisieren. Mit dem Topos der Belastung des Volkes behauptet die AfD, dass die „unverantwortlichen“ Entscheidungen der Eliten, z. B. die Euro-Rettungspolitik, die Null- und Negativzinspolitik, die Energiepolitik sowie die Zulassung der Armutseinwanderung, die „kleinen Bürger“ belasten (AfD, 2017, S. 56). Daher fordert die AfD, die begrenzten Mittel in den deutschen Haushalten (Bund und Länder) nur für die Deutschen vorzuhalten (vgl. ebd.). Anstatt die Regelung hinter der Begrenzung der Mittel zu thematisieren, betrachtet die AfD an dieser Stelle den Verrat der Eliten und den Unterschied zwischen dem deutschen Volk und den Fremden, bzw. das ausbleibende Kaprizieren auf die Bedarfe der autochthonen Deutschen gegenüber den Ausländern, als zentrale Ursachen für den sozialen Notstand, womit sie willentlich den Gedanken einer immanenten Konfrontation des deutschen Volkes gegenüber den Eliten und den Fremden schürt.

7) In der „Außenwirtschaftspolitik“ besteht die Streitfrage darin, ob die Internationalisierung von Handel durch bilaterale Handelsverträge erweitert werden soll. Dabei fordert die AfD generell, die internationalen Freihandels- und Investitionsschutzabkommen wie CETA, TISA und TTIP abzulehnen. In diesem Zusammenhang kritisiert die AfD mit dem „Missbrauchstopos“ (Reisigl, 2002, S. 187) den Prozess der Aushandlung der Vertragsbedingungen als intransparent. Solche Handelsabkommen würden nämlich rechtswidrig von den Eliten auf Kosten der Interessen des Volkes an transparenten Marktmechanismen und hohen einheimischen Produkt-Qualitätsstandards sowie zu Lasten von Arbeitsplätzen verhandelt (vgl. AfD, 2017, S. 21).

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass die AfD bereits von ihrer Gründung an, angesichts der Finanzkrise in Europa, populistische Züge aufwies. Seit der Asylkrise in Europa 2015 ist die Partei zunehmend als Vertreterin des Rechtspopulismus erkennbar. Die Merkmale der rechtspopulistischen Ideologie (das Volk versus Eliten; versus Ausländer) lassen sich in den Narrationen zu den jeweiligen sozialen Streitfragen vor dem Hintergrund des Globalisierungsprozesses in den Partei- und Wahlprogrammen der AfD erkennen. Im Kern solcher Narrationen steht ein starres Denkmuster einer Konfrontation der Wir-Gruppe (des nationalen Volkes) mit den Fremdgruppen (den Eliten und Fremden). Im Kontext eines bestimmten politischen Themenfeldes werden diese antagonistischen Gruppen mit konkreten Eigenschaften charakterisiert. Die Narrationen und die Topoi in Bezug auf die jeweiligen Themen aus den Partei- und Wahlprogrammen der AfD lassen sich in der folgenden Tabelle überblicken.

Rechtspopulismus	Narrationen	Topoi	Themen
Volk versus Eliten	Die politischen Eliten sind privilegierte und mächtige Volksverräter	Verrat der Interessen des Volkes	1. Demokratie Parteifinanzierung
			1. Demokratie Lobbyismus
			1. Demokratie Steuerverschwendung
	Die Eliten nehmen Geld von den deutschen Steuerzahlern	Belastung	1. Demokratie Meinungsmonopol
			2. Europa Rettungspolitik
			2. Europa Währungsregulierung der EZB
Die politischen Eliten verletzen die Gerechtigkeit	Missbrauch	5. Klimawandel Kosten der Energiewende	
		6. Sozialpolitik Soziale Notlage	
		5. Klimawandel Zwang zur Energiewende	
Volk versus Fremde	Asylsuchende, Immigranten und Muslime sind Kriminelle und Terroristen	Sicherheit	7. Außenpolitik Freihandelsabkommen
			3. Asyl Asylmissbrauch
	Einwanderer gefährden die Gesundheit der Bürger und die Existenz der Nation	Bedrohung	3. Asyl Ausländerkriminalität
			3. Asyl Islamischer Terrorismus
	Flüchtlinge und Immigranten nehmen Geld	Belastung	3. Asyl Infektionskrankheiten
	Asylbewerber sind Gesetzesbrecher und Betrüger	Missbrauch	3. Asyl Demografische Selbstzerstörung
Muslime und islamische Staaten beschädigen die deutsche Kultur	Schutz der eigenen Kultur	3. Asyl Wohlfahrtssystem	
		3. Asyl Illegale Einreise und Betrug	
			4. Kultur Muslimische Parallelgesellschaft
			4. Kultur Kulturkrieg der Türkei

Tabelle 2: Narrationen, Topoi und Themen der AfD in Bezug auf die rechtspopulistische Ideologie. Quellen: Eigene Zusammenfassung

3. Konstruktion von Stereotypen in Bildern

Im letzten Teil wird die Ideologie des Rechtspopulismus als die antagonistischen Beziehung zwischen den homogenen Gruppen, dem nationalen Volk auf der einen Seite, und den Eliten sowie Fremden auf der anderen Seite, gekennzeichnet (Kap. 2.1-2.3). Dieses Merkmal zeigt sich wiederum in den Narrationen zu den jeweiligen Themen in den Partei- und Wahlprogrammen der AfD (Kap. 2.4). In solchen Narrationen werden die Wir-Gruppe (das nationale Volk) und die Fremdgruppen (die Elite und die Fremden) mit bestimmten Eigenschaften konfrontativ gegenübergestellt. Das Ziel dieser Arbeit besteht darin, die Bildstrategien der rechtspopulistischen Partei AfD zu entdecken. Um dies zu können, werden in diesem Teil Kriterien der oppositionellen kognitiven Stereotype aus der Stereotypenforschung und den Theorien der sozialen Diskriminierung zusammengefasst und das Konzept der visuellen Stereotype erläutert, denn die Charakterisierung der Bildstrategien der AfD führt auf die Annahme zurück, dass die rechtspopulistischen Stereotype visuell repräsentiert werden.

Im ersten Abschnitt (Kap. 3.1) wird die Entwicklung der Stereotypenforschung in der Sozialpsychologie dargestellt. Im Kern stellen sich vor allem die Fragen, was Stereotype sind und welche Funktionen sie haben. Zudem wird der Begriff Stereotyp von den verwandten Termini Vorurteil und Klischee abgegrenzt. Außerdem wird erörtert, inwieweit sich die Konfrontation zwischen Menschengruppen in Stereotypen zeigt. Anschließend werden in Abschnitt 3.2 verschiedene Grundmuster der sozialen Diskriminierung erörtert. Konkret wird vor allem als erstes mit der Theorie der sozialen Identität erklärt, warum und wie die Aufwertung der Eigengruppe und die Abwertung der Fremdgruppe erfolgen. Zweitens werden im Rahmen der Theorie der relativen Deprivation das kollektive Gefühl der Benachteiligung und seine Ursache behandelt. Drittens wird das Stigma-Konzept vorgestellt, das im Kern mit abwertenden Attributen gegenüber bestimmten Fremdgruppen operiert und damit die Stereotypen-Kategorien ausbildet und vertieft. Viertens wird die Konfrontation zwischen den Personengruppe mit dem Konzept des Sündenbocks erklärt. Die Schuldzuweisung gegenüber der Fremdgruppe durch kollektive Projektion dient als Lösung für soziale Probleme. Fünftens wird die Feindseligkeit zwischen Gruppen mit der Gruppenbedrohung und der Ressourcenknappheit begründet. Genauer gehe ich auf die Fragen ein, welche Faktoren die Wahrnehmung der Ressourcenbedrohung fördern und welche Gruppen stärker als andere als Konkurrenten betrachtet werden. Um die zusammengefassten Grundmuster aus der

Stereotypenforschung und die theoretischen Ansätze zur sozialen Diskriminierung auf die Analyse von Bildern zu übertragen, ist es im dritten Abschnitt das Ziel (Kap. 3.3), den Begriff „visuelle Stereotype“ in Anlehnung an die politische Ikonographie von Martin Warnke zu definieren. Außerdem geht es dabei um die Differenz zwischen den Begriffen Bild, Bildmotiv, Bildtyp und Image, denn sie sind häufig gebrauchte Termini in der politischen ikonografischen Analyse über die visuelle Repräsentation einer Menschengruppe.

3.1 Die Entwicklung des Stereotypengriffs

Der Stereotypenbegriff lässt sich aus den griechischen Wörtern „stereós“ (starr, fest, unbeweglich) und „typos“ (Modell, Form) ableiten (Duden, 2010, S. 991, 1065). Ursprünglich hat der französische Typograf Firmin Didot im 18. Jahrhundert mit diesem Begriff einen Vorgang in der Drucktechnik bezeichnet, nach der unbewegliche verbindende und prägende Stempel auf einer Fläche eine starre und feste Form hinterlassen (vgl. L.-E. Petersen & Six, 2008, S. 21). In der Sozialpsychologie lässt sich Stereotyp als „kognitive Struktur oder mentale Repräsentation, die unser Wissen und unsere Überzeugungen über eine soziale Gruppe von Menschen enthält“ definieren (L.-E. Petersen, 2011, S. 235). Stereotype sind in unseren Köpfen vorhandenes Wissen über verallgemeinerte Merkmale von Menschengruppen, das sozial geteilt und innerhalb einer bestimmten Kultur übereinstimmend ist (vgl. Aronson; Wilson & Akert, 2014, S. 476). Die Entstehung der Stereotype vollzieht sich im Rahmen des menschlichen Kognitionsprozesses, indem alltägliche Informationen bzw. Objekte einschließlich Menschen aus der sozialen Umwelt aufgrund gemeinsamer Charakteristika in Kategorien eingeordnet werden (vgl. Jonas; Stroebe & Hewstone, 2014, S. 111). Als menschliche Eigenschaften gelten beispielsweise politische Orientierung, ethnische Zugehörigkeit, Religionszugehörigkeit, Beruf, Alter, Geschlecht, Wohnort, Einkommen, Ausbildung usw. Kategorien helfen dabei, neue Informationen in vorhandene Wissensstrukturen einzuordnen. Sie dienen als Grundlage für das Verstehen und Lernen (vgl. Martina Thiele, 2015, S. 24). Inhalte einer Kategorie werden Schemata genannt, was sich sowohl auf Menschen als auch auf Sachen bezieht. Demgegenüber begrenzt sich der Stereotypenbegriff auf Kategorien von Menschengruppen. Beide – Schemata und Stereotype – werden unmittelbar bzw. ohne Aufwand, Absicht und Bewusstheit im Denkprozess aktiviert (vgl. Jonas et al., 2014, S. 108-116).

Mediennutzung spielt eine wichtige Rolle bei der Ausbildung und Verbreitung der Stereotype. Thiele verweist vor allem in Anlehnung an Fröhlich & Wellek (1972), Mitulla (1997), und Bierhoff & Rohmann (2008) darauf, dass ein Kind die sozialen Grundregeln und Bedeutungsmuster einer Kultur lernt. Das führt dazu, dass Kinder sich erst in einem bestimmten

Alter Stereotype sozialer und nationaler Gruppen aneignen. Gleichzeitig verweist Thiele in Bezug auf die Theorien von Franz Dröge (1967), Ulrich Saxer (1988) und Dagmar Hoffmann (2007) auf den großen Einfluss der Mediennutzung im Sozialisationsprozess und kommt zum Schluss, dass Medienangebote stereotype Weltbilder schaffen und Meinung vereinheitlichen (vgl. Martina Thiele, 2015, S. 50-52).

In der Sozialpsychologie geht die Stereotypenforschung mit der Vorurteilsforschung einher. Die beiden Zweige lassen sich nicht stringent voneinander trennen, aber sie sind keineswegs dasselbe. Bei Vorurteilen handelt es sich um eine problematische Bewusstseinsleistung, die zu Hass, Völkermord und Krieg führen kann. Opfer von Vorurteilen werden wegen ihrer Religion, Ethnie oder nationalen Herkunft diskriminiert. Ein Vorurteil gilt als „feindselige oder negative Einstellung gegenüber den Mitgliedern einer bestimmten Gruppe, und zwar allein aufgrund ihrer Zugehörigkeit zu dieser Gruppe“ (Aronson et al., 2014, S. 513). Im Gegensatz zum Vorurteil, das im Zusammenhang mit einer negativen Beurteilung über Mitglieder einer Gruppe steht, kann das Stereotyp sowohl negative als auch positive Einstellungen gegenüber bestimmten Menschengruppen enthalten (vgl. ebd.).

Im alltäglichen Sprachgebrauch werden darüber hinaus die beiden Worte Stereotype und Klischee als Synonyme verwendet. Der Begriff Klischee leitet sich von dem französischen Wort cliché ab. Darunter wird eine Reihe von Bedeutungen verstanden, insbesondere ein „vorgefertigter Druckstock für Abbildungen, dann übertragen vorgeprägte Wendung, abgegriffenes, durch allzu häufigen Gebrauch verschlissenes Bild, Ausdrucksweise, Rede- und Denkschema, das bes. in der Trivialität ohne individuelle Überzeugung einfach unbedacht übernommen wird.“ (Wilpert, 2001, S. 459f.) Die Begriffe Stereotyp und Klischee haben gemeinsam, dass sie sich auf Drucktechnik zurückführen lassen und in übertragenem Sinne starre Denkmuster bedeuten. Der Unterschied liegt darin, dass Klischees eng mit der Zeitdimension im Zusammenhang stehen. Nur gesellschaftlicher Wandel führt zum Aufkommen von Klischees, wenn bestimmte Denkmuster als altbekannt, überholt oder erstarrt wahrgenommen werden (vgl. Stratmann, 1987, S. 363). Laut Günter Blaicher dient das Klischee der Absetzung des leblosen Alten in Gestalt starrer Konventionen durch das Neue und Lebendige (vgl. Blaicher, 1987, S. 25). Außerdem weist der Begriff Klischee eine Affinität zu der Literatur-, Sprach- und Medienwissenschaft auf. Insbesondere im Drama, vor allem in der Komödie, werden häufig sprachliche und visuelle Klischees bewusst eingesetzt, um die in dem Stück geäußerte Gesellschaftskritik für das Publikum deutlich erkennbar zu machen (vgl. Martina Thiele, 2015, S. 34f.).

Im Folgenden wird die Entwicklung der wissenschaftlichen Beschäftigung mit Stereotypen näher vorgestellt. Das Werk „Public Opinion“ aus dem Jahr 1922 von Walter Lippmann, einem der meist gelesenen politischen Autoren des 20. Jahrhunderts, markiert den Beginn der Stereotypenforschung. Als Kriegsberichterstatter und als Berater der Regierung des amerikanischen Präsidenten Woodrow Wilson besaß Lippmann während des Ersten Weltkriegs Zugang zu Informationen über die Kriegssituation, den die Bevölkerung nicht hatte. Er ging davon aus, dass die Wirklichkeitswahrnehmung der Menschen durch die Zeitungsberichterstattung verzerrt würde. Die Drucktechnik der Stereotypisierung weist eine Analogie zu dem Vorgang auf, dass die Bevölkerung mit Hilfe der Zeitungsberichterstattung starre Denkmuster entwickeln konnte, mit denen Urteile über Situationen, Menschen u.v.m. verbunden waren (vgl. Schwender & Petersen, 2019, S. 4). Lippmanns Sorge galt dem Missbrauch der Erzeugung solcher Stereotype in der politischen Meinungsbildung, mit denen man die Gesellschaft steuern kann (vgl. Lippmann, 2018, S. 31). Der Kommunikations- und Medienwissenschaftler Jürgen Wilke betrachtet das Buch „Public Opinion“ als einen Klassiker der modernen Kommunikationswissenschaft, in dem die Unterscheidung zwischen innerer Vorstellung der Menschen und der äußeren Welt von bahnbrechender Bedeutung ist. Diese Erkenntnis führt zur kritischen Beurteilung der Rolle der Massenmedien in einer demokratischen Gesellschaft (vgl. Wilke, 2007, S. 595).

Stereotype sind Lippmann zufolge vordefinierte Bilder in unseren Köpfen, die die kognitive Aufnahme und Verbreitung von Informationen aus der sozialen Welt beeinflussen. Er geht davon aus:

„Meistens schauen wir nicht zuerst und definieren dann, sondern definieren erst und schauen dann. In dem großen blühenden summenden Durcheinander der Welt wählen wir aus, was unsere Kultur bereits für uns definiert hat, und wir neigen dazu, nur das wahrzunehmen, was wir in der Gestalt ausgewählt haben, die unsere Kultur für uns stereotypiert hat“ (Lippmann, 2018, S. 110).

Laut Lippmann erwirbt man Stereotype auf dem ganzen Werdegang, von Märchen über Schulbuchlektüren bis hin zu Romanen, Filmen und vielen anderen Medienquellen, soweit sie sich in einer jeweiligen Tradition und Kultur etabliert haben. Gleichzeitig sind sie gesellschaftliche Produkte der Massenkommunikation. Lippmann betrachtet sogar die von Medien geschaffene Realität als Pseudoumwelt (vgl. ebd. S. 95, 117). Stereotypes Denken konkretisiert sich in Vereinfachung und Typisierung, wodurch die Vielschichtigkeit und die Komplexität der Welt auf einfache Typen und Verallgemeinerungen reduziert werden. Dieser Prozess steht unmittelbar mit der ökonomischen Art der menschlichen Wahrnehmung im Zusammenhang (vgl. ebd. S. 116). Außerdem werden Stereotype durch sie begleitende

Emotionen verstärkt. Sie sind mit Zuneigung oder Abneigung, beispielsweise mit Stolz oder Befürchtungen, verbunden (vgl. ebd. S. 138). Ein Stereotypensystem funktioniert als Schutz für die persönlichen Gepflogenheiten und für die gesellschaftliche Stellung. Denn sie bieten gewohnheitsmäßige Orientierung (vgl. ebd. S. 120).

Lippmanns Werk ist nicht im engen Sinne eine wissenschaftliche Arbeit. Es dauert ungefähr ein Jahrzehnt, bis sich der Stereotypenbegriff in der Wissenschaft etabliert. Eine von Daniel Katz und Kenneth Braly im Jahr 1933 durchgeführte Studie kennzeichnet den Beginn der empirischen Stereotypenforschung (vgl. Manz, 1968, S. 25f.). Die beiden Autoren haben methodisch innovativ eine Merkmalliste mit 84 Attributen über persönliche Eigenschaften entwickelt, um Stereotype über ethnische Gruppen zu untersuchen. Stereotyp versteht sich als fester Eindruck, der sich in Bezug auf bestimmte Menschengruppen einstellt. Mit der Merkmalliste wurden typische Eigenschaften von verschiedenen nationalen und ethnischen Gruppen bzw. von Deutschen, Italienern, Afrikanern, Iren, Engländern, Juden, Amerikanern, Chinesen, Japanern und Türken unter 100 Studierenden an der Universität Princeton abgefragt. Im Ergebnis lassen sich die zwölf Merkmale, die die Studenten den zehn ethnischen und nationalen Gruppen am häufigsten zugeordneten, zeigen. Laut Katz und Braly hat das Wissen, auf dessen Basis die Studenten verschiedenen Menschengruppe Merkmale zugewiesen haben, sowohl eine private oder persönliche als auch eine öffentliche oder kulturelle Grundlage (vgl. Katz & Braly, 1933). Viele Forscher kritisieren die Unschärfe des Stereotypenbegriffs, die insbesondere dadurch entsteht, dass in der Studie die Worte „prejudice“, „general stereotyp“ und „common characterization“ als Synonyme verwendet wurden (vgl. z. B. Manz, 1968, S. 25f.; Vitouch, 1998, S. 105).

Theodor W. Adorno, Else Frenkel-Brunswik, Daniel J. Levinson und R. Nevitt Sanford haben sich der Stereotypenforschung in weiterer Folge gewidmet, als sie in den 1930er Jahren in die USA emigrierten. In dem mehr als 900 Seiten umfassenden Werk „The Authoritarian Personality“ untersuchten die Autoren psychische Mechanismen einer Befürwortung von autoritärer Ideologie bzw. des Ethnozentrismus, Konservatismus, Faschismus und Antisemitismus. Sie betrachten solche undemokratischen politischen und sozialen Überzeugungen eines Menschen als einen Ausdruck seiner Persönlichkeit und als Folgen der Erziehung in seiner Kindheit. Aufgrund ihrer Vielfalt an Perspektiven und Methoden wird die Studie als Meilenstein der sozialwissenschaftlichen Empirie betrachtet (vgl. Fahrenberg & Steiner, 2004, S. 127).

Adorno und seine Kollegen vertraten die Auffassung, dass der Ethnozentrismus auf Stereotypen in Bezug auf Eigengruppe und Fremdgruppe basiert. Das Stereotyp lässt sich als

eine Tendenz verstehen, Dinge mechanisch unter starre Kategorien zu fassen. Dabei wird ein Individuum nicht in seiner Vielschichtigkeit wahrgenommen, sondern allein als Mitglied einer Gruppe, also starr nach seiner Zugehörigkeit kategorisiert. Die Kategorie der Eigengruppe wird mit (überwiegend) positiven Eigenschaften in Verbindung gebracht, z. B. idealisierter nationaler und kultureller Werte, mit denen man sich identifiziert. Die Eigengruppe wird als moralisch Überlegene angesehen. Im Gegensatz dazu weisen die Stereotype bezogen auf die Fremdgruppe ihr das Potenzial moralischer und sozialer Bedrohung zu, die die Grundwerte verletzen und insgesamt eine feindselige Haltung erkennen lassen. Die Eigengruppe müsse die nationalen kulturellen Werte als absolute Normen durchsetzen, um sich vor der Bedrohung durch die Fremdgruppe sicher fühlen zu können (vgl. Adorno et al., 1968a, S. 150-157; Adorno; Frenkel-Brunswik; Levinson & Sanford, 1950, S. 44, 148f. 486). Die Begriffe Eigen- und Fremdgruppe sind eher soziopsychologisch als rein soziologisch zu verstehen, da sie sich eher auf Identifikation bzw. auf Kontraidentifikation als auf formelle Zugehörigkeit zur Gruppe beziehen (vgl. Adorno et al., 1950, S. 146).

Stereotype funktionieren als Mittel, mit dem man sich in der unübersichtlichen und unerklärlichen Welt orientiert. Die gegenwärtige Politik und Wirtschaft sind für die Menschen so undurchsichtig, dass das Gefühl von Ohnmacht in Bezug auf das Bedürfnis nach Selbstbestimmung entsteht. Es wird unmittelbar begleitet von den negativen Empfindungen von Unwissenheit, Furcht und Verwirrung. Ethnozentrische Orientierung verschafft dem Individuum Pseudowissen, nämlich die handlichste Formel von „wir und die Anderen“ oder „Gute und Böse“, damit sich grundlegende Meinungen der Menschen über das alltägliche Geschehen in der Gesellschaft bilden können (vgl. Adorno et al., 1968b, S. 282f.). Den Autoren zufolge kann Angst, beispielsweise die Furcht vor Arbeitslosigkeit oder vor einer düsteren Zukunft ganz allgemein, wesentlich zur Intoleranz gegenüber Fremden führen (vgl. ebd. S. 108-115)

In der Nachkriegszeit haben die Forschungen zu Stereotypen aufgrund der Lehre aus den zwei Weltkriegen, namentlich zu sozialen Diskriminierungen, rasch zugenommen. Zwischen 1945 und 1952 wurden nationale Stereotype im Rahmen des Projektes „Tensions Affecting International Understanding“ von der UNESCO (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization) untersucht. Dies geschah unter Beteiligung von Wissenschaftlern aus neun Ländern, nämlich aus Australien, Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Italien, Norwegen, den Niederlanden, Mexico und den USA. Im Rahmen dieses Projektes analysierte beispielsweise der kanadische Sozialpsychologe Otto Klineberg nationale Stereotype in Anlehnung an Lippmanns Stereotypenbegriff. Laut Klineberg könnten nationale Stereotype

Feindseligkeit zwischen Nationen erzeugen und den Boden für Hass bereiten. Dafür nannte Klineberg die nationalen Stereotype und Feindbilder der Nazi-Propaganda als Beispiel (vgl. Klineberg, 1951, S. 506-512).

Gordon W. Allport erweiterte Lippmanns Stereotypenbegriff mit seiner Monographie „The Nature of Prejudice“, die später als die grundlegende Studie in der Sozialpsychologie angesehen wurde (vgl. Jansen, 2008, S. 84). Stereotype seien nach Allport keine Kategorien, sondern Vorstellungen oder Merkzeichen, die sich mit Kategorien im menschlichen Kognitionsprozess verbinden (vgl. Allport, 1971, S. 100f.). Eine Kategorie sei „eine zur Verfügung stehende Anhäufung miteinander verbundener Vorstellungen, die zusammen unsere tägliche Anpassung lenken“ (ebd. S. 180). Allport hat besonders zwei Kategorien, nämlich Wir-Gruppe und Fremdgruppe, analysiert. Die Zuweisung von Fremdheit bedarf sichtbarer Zeichen, die beispielsweise durch Hautfarbe, Sprache, Kleidung oder religiöse Bräuche veranschaulicht werden (vgl. ebd. S. 139-142).

Allport wies mit den Beispielen der Anti-Neger-Stereotype und der antisemitischen Stereotype in den 70er Jahren der USA darauf hin, dass die Wir-Gruppe eigene schlechte Eigenschaften in die Fremdgruppen projiziert. Einerseits werden unter den Anti-Neger-Stereotypen der 1960er Jahre Farbige, damals Neger (negros) genannt, in der amerikanischen Gesellschaft überwiegend als faul, unzüchtig und aggressiv gebrandmarkt. Solche Eigenschaften seien eigentlich Mängel der Weißen selbst. In den Anti-Neger-Stereotypen spiegeln sich die Impulse des eigenen „Es“. Die Weißen personalisieren die Übel in den Farbigen. Andererseits beschuldigen antisemitische Stereotype die Juden der Täuschung, Schlaueit, des listigen Erfolges. In den antisemitischen Stereotypen spiegelt sich die Überwältigung des „Über-Ichs“. Die Amerikaner kämpfen gegen den Makel des Betrugs, des unbeherrschten Egoismus und des habgierigen Ehrgeizes an. Diese Laster werden im Juden personalisiert. Die beiden Gruppen, Juden und Farbige, symbolisieren das Böse in dem eigenen Wesen der weißen Amerikaner. In den Eigenschaften der Fremdgruppen sind die Mängel der Eigengruppen zu finden (vgl. ebd. S. 207.).

Henri Tajfel stimmt mit Gordon W. Allport im Kategorisierungsprozess des Stereotyps überein und gibt weitere Anstöße zu den kognitivistischen Erklärungsansätzen (vgl. Stroebe, 1982, S. 7). Tajfel definiert die soziale Kategorisierung als „ein[en] Prozess, durch den soziale Objekte oder Ereignisse, die in Bezug auf die Handlungen, Intentionen und das Wertsystem eines Individuums gleichwertig sind, zu Gruppen zusammengefaßt werden“ (Tajfel, 1982, S. 101). Dieser Kategorisierungsprozess ist die Basis für eine dreistufige kognitive Entwicklung einer Einstellung: Differenzierung, Identifizierung und Wertung. Damit sind Fähigkeiten der

Menschen angesprochen, Unterschiede zwischen den Kategorien zu identifizieren, sich in eine Kategorie einzuordnen und schließlich die wahrgenommenen Kategorienunterschiede sowie die eingeordneten Gruppenzugehörigkeiten zu bewerten (vgl. Tajfel, 1964, S. 81f.). Das Stereotyp leitet sich aus dem kognitiven Kategorisierungsprozess ab und definiert sich als „ein übervereinfachtes geistiges Bild von einer Kategorie von Personen, Institutionen oder Ereignissen, das in seinen wesentlichen Merkmalen von einer großen Zahl von Personen geteilt wird“ (Tajfel, 1982, S. 39). Wenn Stereotype von einer überwiegenden Zahl von Menschen in einer sozialen Gruppe geteilt werden, können sie sozial werden. Soziale Stereotype dienen als Hilfsmittel für die Aufrechterhaltung des sozialen Wertesystems und für die Bildung von Gruppenideologien (vgl. Tajfel, 1981, S. 42-56; 1982, S. 146-156).

Betrachtet man den deutschen Beitrag zur Stereotypenforschung genauer, so ist zunächst einmal bis 1945 keine vom Nationalsozialismus unabhängige, substantielle Publikation zu finden. Peter Hofstätter gilt als Vorreiter der psychologischen Forschung im Nachkriegsdeutschland. Er hat im Gründungsjahr der Bundesrepublik Deutschland 1949 das Werk „Die Psychologie der öffentlichen Meinung“ publiziert, in dem er die Ergebnisse der Stereotypen-Forschung aus den USA referiert, wozu u.a. Walter Lippmanns „Public Opinion“, die Studien von Katz und Braly und der UNESCO gehören. Er versteht Stereotyp als „Merkmalsvergesellschaftungen“ (vgl. Hofstätter, 1960, S. 37) bzw. geprägte Formeln, die einfache typologische Strukturen und prägnante Merkmale besitzen (vgl. ebd. S. 31, 37). Neben nationalen und ethnischen Stereotypen untersuchte Hofstätter empirisch noch stereotype Berufsbilder der Beamten (vgl. Hofstätter & Werner, 1963) und Psychologen (vgl. Hofstätter, 1965)

Im Nachkriegsdeutschland führt die Wiederöffnung bedeutender Sozialforschungsinstitute (hier ist nicht nur an die Frankfurter Schule zu denken) zu einer Weiterentwicklung auf dem Gebiet der nationalen Stereotype, insbesondere bezogen auf Vorurteile und soziale Diskriminierung. Die Berliner Psychologen Kripal Singh Sodhi und Rudolf Bergius veröffentlichten im Jahr 1953 eine Monografie „Nationale Vorurteile“, die als die erste an die US-amerikanische Stereotypenforschung anschließende Studie im deutschen Sprachraum angesehen wird (vgl. Schäfer, 1988, S. 16). In Anlehnung an die grundlegende Stereotypendefinition von Lippmann haben Sodhi und Bergius die empirische Untersuchung von Katz und Braly mit methodischer Weiterentwicklung erneut durchgeführt. Dabei wird die Frage gestellt, welche Vorstellungen die Deutschen von den 14 Volksgruppen bzw. Angehörigen anderer Nationen haben: von Amerikanern, Afroamerikanern, Chinesen, Deutschen, Engländern, Franzosen, Indern, Italienern, Juden, Polen, Russen, Spaniern,

Tschechen und Türken (vgl. Sodhi & Bergius, 1953, S. 14). Den Autoren zufolge gehörten Einstellungen und Gefühle im Rahmen des Stereotyps zum Wertbezugssystem einer Kultur. Solche tief verwurzelten Haltungen und Gefühle aus der Kultur mit politischen Ideen zu einem neuen Ganzen zu verschmelzen, ist das Ziel der Propaganda (vgl. ebd. S. 15).

Im deutschsprachigen Raum erschien im Jahr 1957 außerdem das Werk „Soziale Vorurteile“ von Peter Heintz, in dem der Stand der Stereotypenforschung aus den USA dargestellt wird. Heintz betrachtet das Stereotyp als sich mit Kategorien verbindende bildhafte Vorstellungen, die positiv oder negativ mit Emotionen geladen seien (vgl. Heintz, 1957, S. 39). Ein anderer Band „Vorurteile. Ihre Erforschung und Bekämpfung“ im Jahr 1964 beschäftigt sich mit der Erforschung des Antisemitismus in Deutschland (vgl. von Baeyer-Katte et al., 1964). Laut Bernd Schäfer ist besonders ein deutlicher Anstieg an Arbeiten zu Geschlechterstereotypen nach dem Erscheinen des Journals „Sex-role stereotypes and self-concepts in college students“ von US-amerikanischen Forscherinnen im Jahr 1968 zu verzeichnen, indem ein „Sex-Role-Questionnaire“-Instrumentarium methodisch entwickelt wird (vgl. Schäfer, 1988, S. 29f.).

In der heutigen Sozialpsychologie wird der Kognitionsprozess der Gruppierungen von Menschen anhand ihrer Merkmale als Grundlage der Stereotype betrachtet (vgl. Aronson et al., 2014, S. 476; Kessler & Immo, 2018, S. 98). Elliot Aronson, Timothy Wilson und Robin Akert definieren Stereotype als „eine verallgemeinernde Annahme über eine Gruppe von Menschen, die praktisch all ihren Mitgliedern, unabhängig von tatsächlichen Unterschieden zwischen ihnen, dieselben charakteristischen Merkmale zuschreibt“ (Aronson et al., 2014). Stereotype dienen der Komplexitätsreduktion und damit der sozialen Orientierung. Sie lassen sich in die Unterbegriffe Autostereotyp und Heterostereotyp unterteilen. Der Autostereotyp versteht sich als die Vorstellung von sich selbst – tendenziell mit positiven Eigenschaften besetzt. Das Heterostereotyp umfasst hingegen das Bild, das Eigengruppen sich in Gedanken von Fremdgruppen machen, wobei negative Eigenschaften im Vordergrund stehen (vgl. Herzog, 2006, S. 329f.; Martina Thiele, 2015, S. 30f., 66-71).

In einer Metaanalyse aus dem Jahr 2015 von Martina Thiele werden insgesamt 119 Beiträge bzw. Untersuchungen aus dem Zeitraum 1947 bis 2011 zum Thema Stereotypen in den Medien identifiziert. Thematisch werden darunter am häufigsten medial vermittelte Stereotype zu Nation und Ethnien aufgegriffen. Seit Mitte der 1980er Jahre wird über Fremdbilder bzw. ethnische Minderheiten in den Medien Deutschlands kontinuierlich geforscht. Inzwischen ist insofern eine positive Entwicklung in den Medien entstanden, als der Anteil der Migranten als Journalisten in den Redaktionen, als Moderatoren oder Nachrichtensprecher stieg.

Und sowohl in fiktionalen als auch in non-fiktionalen medialen Angeboten waren Menschen mit Migrationshintergrund auf positiv konzipierten Rollen zu sehen (vgl. Martina Thiele, 2015, S. 164-199). Auf Basis des aktuellen Standes der Kultivierungsforschung weist Helena Bilandzic darauf hin, dass soziale Stereotype durch mediale Darstellung verbreitet und perpetuiert werden. Es besteht die Gefahr, dass stereotype Mediendarstellung durch beständige Wiederholung ein Bild von Gesellschaft zeichnet bzw. gegebene soziale Rangordnungen und Rollen als Norm und möglicherweise unveränderbar präsentiert, was von den Rezipienten unkritisch wahrgenommen und akzeptiert wird. Beispielsweise wird der Zusammenhang zwischen den rassistischen Stereotypen und der Rezeption bestimmter Fernsehgenres durch einige Studien belegt (vgl. Bilandzic, 2014, S. 170).

Resümierend lässt sich feststellen, dass sich kognitive Stereotype innerhalb einer Kultur als kollektiv geteiltes Wissen über verallgemeinerte Eigenschaften von Menschengruppen verstehen, die mit positiven oder negativen Emotionen verbunden sind. Sie funktionieren als Mittel zur Orientierung, über die man sich als Teilaspekt eines übergeordneten Wertesystems der Wir-Gruppe identifiziert und darüber die Ablehnung der Fremdgruppen rechtfertigt. Die Konfrontation zwischen den Gruppen zeigt sich insbesondere darin, dass der kognitive Stereotyp der nationalen oder ethnischen Wir-Gruppe überwiegend mit positiven kulturellen Werten und Emotionen geladen ist. Im Gegensatz dazu sind die Fremdgruppen, die als soziale und moralische Bedrohung für die Wir-Gruppe angesehen werden, mit negativen Eigenschaften gekennzeichnet. Die Medien können als Hilfsmittel dienen, kognitive Stereotype der Wir-Gruppe und der Fremdgruppen zu repräsentieren und zu verbreiten, wodurch sich möglicherweise die Wirklichkeitswahrnehmung der Rezipienten verzerrt.

3.2 Soziale Diskriminierung

Der Begriff soziale Diskriminierung wird von Gordon Allport wie folgt definiert:

„Diskriminierung liegt vor, wenn Einzelnen oder Gruppen von Menschen die Gleichheit der Behandlung vorenthalten wird, die sie wünschen. [...] Diskriminierung umfasst alles Verhalten, das auf Unterschieden sozialer oder natürlicher Art beruht, die keine Beziehung zu individuellen Fähigkeiten oder Verdiensten haben noch zu dem wirklichen Verhalten der individuellen Person“ (Allport, 1971, S. 64).

Diese Definition gilt in der Psychologie als am weitesten verbreitet. Viele neue Definitionen von sozialer Diskriminierung betonen, dass Personen aufgrund ihrer Zugehörigkeit zu einer Kategorie bzw. zu einer Gruppe bevorzugt oder abgelehnt werden (vgl. L.-E. Petersen & Six, 2008, S. 161).

Joe Feagin und Douglas Eckberg unterscheiden drei Typen von Diskriminierung: 1) Isolierte Diskriminierung. Sie besteht darin, dass eine Person einer dominanten Gruppe absichtlich schädlich gegen Mitglieder einer untergeordneten Gruppe vorgeht, wobei dieses Verhalten sich nicht in einem großen institutionellen oder organisatorischen Umfeld äußert, sondern auf das individuelle Verhalten beschränkt ist. Als Beispiel ließe sich ein einzelner weißer Gefängniswärter in einem großen Gefängnis anführen, der nur farbige Gefangene schlägt, obwohl die Gefängnisbestimmungen solche Schläge ausdrücklich verbieten, während die Mehrheit seiner Wachkollegen kein ähnliches Verhalten äußern. Die Diskriminierung geht also von einem einzelnen Individuum aus. 2) Diskriminierung durch Gruppen. Davon kann man sprechen, wenn eine Gruppe absichtlich Mitgliedern einer anderen Gruppe Schaden zuführt. Dabei besteht keine unmittelbare Unterstützung im großen institutionellen Rahmen. Beispielsweise erfolgt Gruppengewalt von Weißen gegen Nicht-Weiße häufig, obwohl solche Praktiken ausdrücklich gesetzeswidrig sind und zumindest gemeinhin auch hart durch die Strafverfolgungsbehörden geahndet werden. 3). Institutionalisierte Diskriminierung. Hierunter werden institutionell vorgeschriebene Maßnahmen verstanden, die absichtlich negative Auswirkungen auf Mitglieder einer Gruppe haben. Als Beispiel kann die Apartheidpolitik der 1920er bis 1980er Jahre in Südafrika angesehen werden (vgl. Feagin & Eckberg, 1980, S. 11f.).

Im Folgenden werden Befunde und Theorien in Bezug auf soziale Diskriminierung durch Gruppen vorgestellt. Konkret werden 1) die Selbsterhöhung bei der Entwicklung der sozialen Identität; 2) die relative Deprivation; 3) der Stigmatisierungsprozess; 4) der Sündenbock und 5) Gruppenbedrohungen und Ressourcenbedrohungen erläutert. Dabei ist insbesondere zu erklären, inwieweit das gruppenorientierte diskriminierende Verhalten ausgelöst und begünstigt oder auslöst wird

1) Die Theorie der sozialen Identität zielt darauf, das Phänomen bzw. die Aufwertung der eigenen Gruppe sowie die Abwertung der Fremdgruppe und die damit verbundene Diskriminierung besser zu verstehen. Tajfel definiert soziale Identität als „that part of an individual's self-concept which derives from his knowledge of his membership of a social group (or groups) together with the value and emotional significance attached to that membership” (Tajfel, 1978, S. 63). Der Ausgangspunkt für die Entwicklung der sozialen Identität sei nämlich die soziale Kategorisierung. Kategorien stehen im Zusammenhang mit Wertunterschieden. Die Einteilung der Menschen in soziale Kategorien sei in der Regel mit positiven oder negativen Werten assoziiert (vgl. ebd. S. 62). Wenn Menschen sich selbst und andere Menschen einer bestimmten Kategorie zugehörig ansehen, ordnen sie sich und anderen Menschen bestimmte Eigenschaften und Werte dieser Kategorie zu. Soziale Identität besteht also aus der Gesamtheit

der mit bestimmten Kategorien assoziierten Eigenschaften und Werte (vgl. L.-E. Petersen, 2008, S. 224).

Fischer, Asal und Krueger (2011) zufolge basiert die soziale Identität auf sozialem Vergleich zwischen zwei oder mehreren unterschiedlichen Gruppen. In Anlehnung an die Theorie der sozialen Identität von Tajfel und Turner weisen Fischer und seine Kollegen darauf hin, dass soziale Identität aus dem Wissen über Charakterzüge, beispielsweise Status, Tradition, Macht usw., eigener und anderer Gruppen besteht. Dieses Wissen erwirbt der Mensch überwiegend durch sozialen Vergleich solcher Charakterzüge der Wir-Gruppe mit denen der anderen Gruppen. Gleichzeitig findet beim sozialen Vergleich der Prozess der Depersonalisierung statt, d.h. das Individuum gilt als ein Teil oder ein tauschbares Beispiel einer Gruppe. Diese Betrachtungsweise, die anlassbezogen viele Menschen von Zeit zu Zeit immer wieder einnehmen, weist sowohl die Wir-Gruppe als auch die andere Gruppe als homogen aus. Statt Eigenschaften eines Individuums werden die Kennzeichen einer Gruppe hervorgehoben. Die wahrgenommene Homogenität der Eigen- und Fremdgruppe wirken stark identitätsbildend in die eigene Gruppe hinein. Mit der damit einhergehenden scharfen Distanzierung gegenüber den anders homogen verfassten Fremdgruppen stellt der Eigengruppenbezug einen zentralen Baustein der Diskriminierung dar (vgl. Fischer; Asal & Krueger, 2011, S. 122).

Im Rahmen des sozialen Vergleichs besteht die Tendenz zur Selbsterhöhung, indem kognitiv und affektiv besonders auf Informationen reagiert wird, die der positiven Selbstbewertung dienen (vgl. Stahlberg; Petersen & Dauheimer, 1999, S. 499f.). Petersen weist zusätzlich darauf hin, dass die positive Selbstbewertung durch das Konzept der „sozialen Distinktheit“ erreicht wird (L.-E. Petersen, 2008, S. 225). Nach diesem Konzept wird die Eigengruppe positiv von der Fremdgruppe dadurch abgegrenzt, dass erstere im direkten Vergleich mit der Fremdgruppe nach verschiedenen Kriterien positiv abschneidet. Zusätzlich können noch weitere, neue Vergleichsdimensionen definiert werden, über die die Vorzüge und Leistungen der Eigengruppe im Vergleich mit der Fremdgruppe sichtbar gemacht werden (vgl. ebd.).

2) Die Theorie der relativen Deprivation beantwortet die Frage, warum und wann Menschen sich benachteiligt und unzufrieden fühlen. Relative Deprivation bedeutet „ein Gefühl des Mangels oder der Entbehrung in Relation zu anderen“ (Corcoran & Mussweiler, 2011, S. 31). Sie gilt als eine mögliche Folge jenes Prozesses, in dem sich Menschen selbst mit Anderen vergleichen (vgl. ebd., S. 21). Wenn man sich als Mitglied einer Gruppe begreift, wird der Vergleich zwischen den eigenen und fremden sozialen Gruppen unweigerlich angestellt.

Daraus kann das Gefühl einer kollektiven Benachteiligung entstehen (vgl. Smith; Spears & Oyen, 1994, S. 296-298). Im Vergleich mit der Situation als Individuum fühlen sich die Menschen auf Gruppenebene stärker befugt, die Ungerechtigkeit zu verändern. Kollektives Benachteiligungsgefühl kann nämlich leicht zu kollektivem Verhalten, beispielsweise zu öffentlichem Protest, führen (vgl. Smith & Ortiz, 2002, S. 111).

Stouffer und seine Kollegen haben das Konzept der relativen Deprivation zuerst in der klassischen Studie „The American Soldier“ eingeführt. Sie versuchten das Phänomen zu erklären, dass während des Zweiten Weltkriegs die Mitglieder der Luftwaffe besser als die Angehörigen der Militärpolizei gefördert wurden. Erstaunlicherweise war jedoch die Unzufriedenheit der Mitglieder der Luftwaffe höher als unter den Militärpolizisten (Stouffer; Suchman; Devinney; Star & Williams, 1949). Der Grund konnte nur in einer subjektiv geteilten Gruppenwahrnehmung liegen, die sich jenseits objektiv bestimmbarer Variablen einstellt. Thomas Kessler und Nicole Harth beschreiben davon abgeleitet die relative Deprivation als ein subjektives Gefühl, das wenig von tatsächlicher Situation geprägt wird. Das heißt, dass eine objektiv bestimmbare schlechte Lebenssituation, beispielsweise ein geringes Einkommen, nicht unbedingt zum Gefühl einer Benachteiligung führt. Im Vergleich dazu können sich Menschen in Situationen als benachteiligt wahrnehmen, die nach objektiven Kriterien eher als günstig und positiv einzuschätzen sind (vgl. Kessler & Harth, 2008, S. 250).

Es kommt zur Frage, welche Faktoren für das Entstehen relativer Deprivation eine Rolle spielen. Dazu haben Kessler und Harth vier Kriterien hervorgehoben: 1. Zieldiskrepanz. Relative Deprivation sei von der Wahrnehmung begleitet, dass man nicht das hat, was man sich wünscht. Wenn im Bestreben um die Erreichung der selbst gesteckten Ziele die verfolgten Maßnahmen scheitern, kann das Misslingen zum Gefühl der Frustration oder zu aggressivem Verhalten führen, damit die Hindernisse beseitigt werden. 2. Legitimität. Dieses Kriterium besagt, dass man sich berechtigt fühlt, den gewünschten Endzustand zu beanspruchen. Aus diesem Gefühl folgen nicht nur Frustration und Enttäuschung, sondern auch Empörung, wenn der erwünschte Endzustand nicht erreicht wird. 3. Erreichbarkeit. Die Wahrnehmung, dass man das Gewünschte verdient hätte, erhöht das Gefühl der Benachteiligung. Hingegen motiviert die Aussicht auf Erfolg, besonders wenn man die Verbesserungsmöglichkeiten erkennt und als realistisch umsetzbar einstuft, um die Situation zu verändern. 4. Verantwortlichkeit. Es stellt sich die Frage nach der Verantwortlichkeit, dass man das Gewünschte noch nicht erreicht hat. Die Reaktion, andere dafür verantwortlich zu machen, drückt die empfundenen Gefühle Empörung und Ärger aus (vgl. ebd. S, 252f.).

3) Die kognitiven Komponenten im Stigmatisierungsprozess fördern soziale Diskriminierung. Der Begriff Stigma entstammt der ursprünglich altgriechischen Bezeichnung für in den Körper gebrannte oder geschnittene Zeichen, um die Zeichenträger als Sklave, Verbrecher oder Verräter öffentlich sichtbar zu machen. Der amerikanische Soziologe Erving Goffman betrachtet den Prozess der Stigmatisierung im sozialen Alltag als einen sozialen Definitionsprozess, um Gruppen oder einzelne Personen hervorzuheben, meistens mit negativer Konnotation. Das Stigma dient als Mittel in der Gesellschaft, Kategorien von Attributen für Personen zu schaffen. Solche Attribute einer Kategorie werden allmählich als gewöhnliche und natürliche Zuschreibungen und seriöse Erkenntnis gewertet. Der Ausgangspunkt des Konzepts von Goffman ist die Diskrepanz zwischen der virtualen und aktuellen sozialen Identität. Die virtuelle soziale Identität formt sich aus Merkmalen, die man als Mitglied einer sozialen Gruppe besitzen soll. Solche Eigenschaften und Merkmale werden als normative Erwartung in der sozialen Interaktion stereotypisch antizipiert. Gegenüber der virtualen Identität konstituiert sich die aktuelle soziale Identität aus den Attributen, über die eine Person tatsächlich verfügt. Wenn diese Merkmale den normativen Erwartungen nicht entsprechen und insbesondere diskreditierend wirken, werden sie bzw. werden solche stereotypen Merkmale Stigma genannt (vgl. Goffman, 2018, S. 9-11).

Es stellt sich die Frage, welche Merkmale zum Stigma werden. Laut Goffman gibt es bekannte Kategorien wie individuell-persönlich zuschreibbare Charakterfehler, beispielsweise Gefängnishaft, Sucht, radikales politisches Verhalten und „phylogenetische Stigmata“, d.h. die Zugehörigkeit zu einer Nation und Religion (vgl. ebd. S. 13). Aus evolutionspsychologischer Sicht funktioniert das Stigma als kognitives Schema, Menschen mit bestimmten Eigenschaften auszuschließen: 1) Unzuverlässige soziale Interaktionspartner, die soziale Normen verletzen (z. B. ein Krimineller); 2) Menschen mit übertragbaren Krankheiten (z. B. ein HIV-Infizierter); 3) Fremdgruppe, die zum Gewinn der Eigengruppe ausgenutzt werden kann (z. B. Minderheit) (vgl. Tröster, 2008, S. 141). Solche Eigenschaften erwecken nicht nur Angst, Hass und Ekel, sondern auch Ärger, eine Emotion, die die Bestrafung motivieren soll (vgl. Kurzban & Leary, 2001, S. 200).

4) Forschungen zum Sündenbock analysieren das Phänomen der kollektiven Projektion und ihrer Funktion. Der Topos des Sündenbocks entspringt laut Gemmill einem alten Ritual frühkultureller Epochen, als die Sünden des Stammes symbolisch auf eine Ziege übertragen wurden. Die Ziege wurde in die Wildnis vertrieben oder getötet, wodurch ein Gefühl der Reinigung und Erneuerung unter den Stammesmitgliedern erzeugt wurde (vgl. Gemmill, 1989, S. 406). Für Gemmill handelt es sich beim Sündenbock um einen Prozess kollektiver

projektiver Identifizierung, indem die unterdrückten Emotionen der Gruppenmitglieder externalisiert und auf ein bestimmtes Mitglied, auf den Sündenbock, projiziert werden (vgl. ebd. S. 408f.). Analog dazu definiert Gordon Allport den Sündenbock als „phenomenon wherein some of the aggressive energies of a person or a group are focused upon another individual, group, or object; the amount of aggression and blame being either partly or wholly unwarranted“ (Allport, 1979, S. 9). Allport betrachtet die Handlung, einem anderen das Attribut des Sündenbocks zu verleihen, als die schlechteste Beziehung zwischen den Menschen. Die menschliche Beziehung besteht nämlich aus einem Kontinuum zwischen Freundschaft und Feindschaft, das von mehreren Stufen bzw. von Kooperation, Respekt, Toleranz, Vorurteil, Diskriminierung und Sündenbock gebildet wird (vgl. ebd. S. 8). Elliot Aronson, Timothy Wilson und Robin Akert betrachten sowohl Fremdgruppe, mit der die Eigengruppe im direkten Konflikt um Ressourcen steht, als auch die Minderheit, die leicht identifiziert und nicht in der Lage ist, zurückzuschlagen und sich zu wehren, als optimale Träger für die Sündenbock-Projektion (vgl. Aronson et al., 2014, S. 503)

Der Sündenbock dient der Verarbeitung ungewünschter Emotionen wie Gewissensbisse und Frustration, damit Menschen sich durch eine gemeinsame Fantasie von diesen negativ empfundenen Impulsen befreien. In diesem Zusammenhang erkennt Gremmill ein egozentrisches psychisches Phänomen, das sich in den meisten Gruppen unter ihren Mitgliedern wiederfindet. Es handelt sich um die Einstellung, sich für Gruppenerfolge unmittelbar verantwortlich zu fühlen, jedoch die Schuld für Gruppenversagen von sich zu weisen (vgl. Gremmill, 1989, S. 413). Im Kontext der Schuldzuweisung tendieren sie folgerichtig dazu, dieses Versagen jemand anderem zuzuschreiben und ihn oder sie direkt zu beschuldigen. Darüber hinaus reüssiert die Figur des Sündenbocks in Krisenzeiten, wenn Desinformation bzw. Pseudowissen, z. B. in gezielter Gestalt von Falschmeldungen, als Orientierung der Menschen dienen. Adorno et al. wiesen darauf hin, dass die Nationalsozialisten die Existenz der Juden als Antwort für alle Probleme boten. Sie begründeten ihre eigene antisemitische Haltung mit demonstrativer Selbstsicherheit, gerade so als ob sie über besondere Informationsquellen verfügten. Über diese Außendarstellung schafften die Nazis Orientierung bei vielen Deutschen. Das antisemitische Pseudowissen schaltete die rationale Selbstkritik aus (vgl. Adorno et al., 1968b, S. 224).

5) Zahlreiche soziologische Studien zu Gruppendynamiken und gruppeninternem Verhalten konnten zeigen, dass empfundene Gruppenbedrohung und Ressourcenbedrohung ein häufiger Grund für Konflikte zwischen unterschiedlichen Gruppen sind, womit sich also Feindseligkeiten und Ausgrenzungen gegenüber anderen Gruppen zumindest basal erklären

lassen. Die „Integrated Threat Theory“ von Walter Stephan und Lausanne Renfro erklärt den Unterschied zwischen realistischen und symbolischen Bedrohungen. Realistische Bedrohungen sind Bedrohungen für das physische und materielle Wohlbefinden der Eigengruppe. Das Wesen der realistischen Bedrohungen zwischen Gruppen ist eine Art von greifbarem Schaden, den die Eigengruppe durch die Fremdgruppe erleidet. Symbolische Bedrohungen umfassen hingegen Bedrohungen des Wertesystems, des Glaubenssystems oder der Weltanschauung von Gruppen. Im weitesten Sinne beziehen sich symbolische Bedrohungen auf die Sprache, Religion, Moral und Philosophie, was den Kern der Gruppenidentität betrifft (vgl. Stephan & Renfro, 2016, S. 198). Das Konzept der symbolischen Bedrohung von Stephan und Renfro basiert auf den Überlegungen von Allport und Adorno. Allport wies bei der symbolischen Bedrohung darauf hin, „in a deep sense, we are the values that we hold, we cannot help but defend them with pride and affection, rejecting every group that opposes them“ (Allport, 1954, S. 74). In Bezug auf symbolische Probleme unterstrichen Adorno und seine Kollegen, „the feeling of [cultural] difference is transformed into a sense of threat and an attitude of hostility“ (Adorno et al., 1950, S. 149). Als Reaktion auf die Bedrohungen durch eine Außengruppe kommt es zu einem negativen Umgang mit dieser Gruppe, bzw. zu Emotionen wie Angst, Wut, Ressentiments oder Hilflosigkeit, zu Verhaltensweisen wie Rückzug, Protest, Streik, Kriegsführung sowie zu anderen Formen offener Konflikte zwischen Gruppen (vgl. Stephan & Renfro, 2016, S. 202).

Victoria Esses, Jackson Lynne und Tamara Armstrong bestätigen, dass die Wahrnehmung von Ressourcenbedrohung („resource stress“) zu Gruppenkonflikten führen. Ressourcenbedrohung bedeutet, dass der Zugang zu Ressourcen in einer Gesellschaft für bestimmte Gruppen eingeschränkt ist. Die beteiligten Ressourcen umfassen Geld und Arbeitsplätze sowie Macht. Esses et al. fassen Faktoren aus den Forschungen der Intergruppenkonflikte zusammen, die den Grad der wahrgenommenen Ressourcenbedrohung bestimmen. Erstens erhöht die Knappheit von Ressourcen die Wahrscheinlichkeit, dass Gruppen den Zugang zu Ressourcen als begrenzt empfinden. Zweitens wird die ungleiche Verteilung der Ressourcen unter den Gruppen in einer Gesellschaft wahrscheinlich zu der Annahme führen, dass der Zugang zu diesen Ressourcen zumindest für einige Gruppen limitiert ist. Insbesondere geht es Mitgliedern jener Gruppen mit niedrigerem sozialem Status so, dass sie gefühlt nur noch eingeschränkten Zugang zu den Ressourcen haben, die die Gesellschaft insgesamt zur Verfügung hat bzw. stellt. Drittens steht der Wunsch nach einer ungleichen Verteilung zum Vorteil der eigenen Gruppe in einer hierarchischen gesellschaftlichen Struktur mit der Wahrnehmung im Zusammenhang, dass keine ausreichenden Mengen von Ressourcen für alle Gruppen verfügbar sind (vgl. Esses; Jackson & Armstrong, 1998, S. 702).

Dabei erfordert die Theorie der Ressourcenbedrohung laut Esses, Lynne und Armstrong nicht, dass ein tatsächlicher Wettbewerb um Ressourcen existiert. Vielmehr geht es um die Wahrnehmung von Wettbewerb, der zu Konflikten und Feindseligkeiten zwischen Gruppen führt (vgl. ebd., S.701). Und die Wahrnehmung, in einem Intergruppenwettbewerb um begrenzte Ressourcen zu stehen, enthält sowohl eine kognitive als auch eine affektive Komponente. Die kognitive Erkenntnis ist mit dem Nullsummendenden verbunden, das den Gewinn der fremden Gruppe als den Verlust der eigenen Gruppe ausweist. Gleichzeitig wird diese Einstellung von Emotionen wie Angst und Furcht von den Entbehrungen begleitet (vgl. ebd., S. 704). Esses et. al. haben empirisch bestätigt, dass die Menschen vor dem Hintergrund einer selbst empfundenen Ressourcenbedrohung oder unter Einbeziehung des Nullsummendenden eher negative Einstellungen gegenüber Zuwanderern und Einwanderung haben. Und sie sind nicht bereit, Hilfe für Zuwanderer zu leisten (vgl. ebd. S. 718).

Esses und ihre Kollegen weisen darüber hinaus darauf hin, dass die Fremdgruppen nicht alle gleich betrachtet werden, sondern dass manche Gruppen stärker als Konkurrenten als andere wahrgenommen werden. Einerseits werden fremde Gruppen, die sich von der eigenen Gruppe eindeutig unterscheiden, eher als potenzielle Konkurrenten angesehen. Potenzielle Konkurrenten müssen jedoch immer auch ähnlich wie die eigene Gruppe sein, wenn es darum geht, dass sie Ressourcen in Anspruch nehmen. Das heißt, sie müssen an ähnlichen Ressourcen interessiert sein und in der Lage sein, diese Ressourcen möglicherweise zu erhalten. Andererseits werden Gruppen mit der Unterstützung von außen und ihrer besseren Fähigkeit zur Beschaffung von Ressourcen eher als unmittelbare Konkurrenten angesehen (vgl. ebd. S. 704).

Resümierend lassen sich im Folgenden lassen sich sieben Grundmuster in den Intergruppenbeziehungen aus der Stereotypen-Forschung und den Theorien zur sozialen Diskriminierung zusammenfassen, die die Konstruktion der kognitiven Eigen- und ausgrenzenden Fremdstereotype bestimmen.

(1) Selbsterhöhung. Die Identifikation der Wir-Gruppe wird als moralisch überlegen angesehen und mit positiven Emotionen wie Stolz für die kollektive Identität verbunden. Dabei erfolgt der soziale Vergleichsprozess, in dem bestimmte Vergleichsdimensionen herangezogen werden, die die Wir-Gruppe im Vergleich mit der Fremdgruppe positiv abschneiden lassen. (2) Relative Deprivation. Das Gefühl einer kollektiven Benachteiligung der Wir-Gruppe spiegelt nicht unbedingt die tatsächliche Lebenssituation. Faktoren wie Zieldiskrepanz, Legitimität, Erreichbarkeit und Verantwortlichkeit können diese Wahrnehmung fördern. 3) Stigmatisierung. Die Fremdgruppen werden in einem eher pauschalen Ton als Übertreter sozialer Normen

diskreditiert. Sie haben nämlich die gesellschaftlich normativen Erwartungen verfehlt. 4) Sündenbock. Die Fremdgruppe wird zum Sündenbock sowie zum Hassobjekt für die sozialen Probleme in Krisenzeiten verantwortlich gemacht. 5) Ressourcenkonflikt. Rekuriert wird auf tatsächliche oder eingebildete Erfahrungen beim Verteilungskampf um materielle Ressourcen wie Geld und Arbeitsplätze. Im Kern steht der Gedanke, dass der Gewinn der Fremdgruppen gleich dem Verlust der Wir-Gruppe sei. 6) Physische Bedrohung. Dabei wird die Fremdgruppe als zusammengesetzt aus Kriminellen und Terroristen charakterisiert. Sie gilt als physische Bedrohung für die Wir-Gruppe. 7) Kulturelle Ausgrenzung. Die Wir-Gruppe unterscheidet sich von der Fremdgruppe überwiegend durch Werte. Dieser Unterschied lässt sich mithilfe sichtbarer Zeichen wie exotischer Kleidung und religiöser Bräuche illustrieren. Die Werte stehen stereotypen Lesart überwiegend in Konflikt miteinander, beispielsweise indem die islamische Kultur, manifestiert in Sprache, Religion und Moral, als rückständige und andersartige betrachtet wird.

Im weiteren Verlauf der Untersuchung ist zu erörtern, inwieweit sich die kognitiven Stereotype in Bildern manifestieren können. Davon handelt der nächste Abschnitt.

3.3 Visuelle Stereotype

In den vorhergehenden Teilen werden Stereotype aus psychologischer Perspektive definiert, nämlich als im menschlichen Kognitionsprozess vorhandenes und innerhalb einer Kultur geteiltes Wissen über Merkmale von Menschen. In diesem psychologischen Sinne verstehen sich Stereotype also als kognitive Schemata. In diesem Abschnitt sollen Stereotype von der kunsthistorischen und der kommunikationswissenschaftlichen Betrachtung erläutert werden. Dabei handelt es sich um die Darstellungstradition bzw. die Tradierung von Stereotypen auf der bildlichen Ebene.

Der britische Kunsthistoriker Ernst H. Gombrich zielte mit dem Begriff Stereotype auf jene konventionelle Bildformel im Kopf eines Künstlers, die aus einer Grundform an visuellen Merkmalen besteht. Sie dient als Darstellungsmittel, die Kategorie eines Gegenstandes abzubilden (vgl. Gombrich, 1962, S. 61-64). Im Unterschied zu individueller künstlerischer Darstellungsweise funktioniert solch ein konventionelles Schemasystem als intersubjektive Sprache, die Idealvorstellung einer bestimmten Kategorie zum Ausdruck zu bringen (vgl. ebd., S. 76). Analog dazu betrachtet Arnold Hauser konventionelle Darstellungsmuster als stehende Formeln der Visualisierung (vgl. Hauser, 2018, S. 41). Der Stereotypenbegriff von Gombrich und Hauser aus der Kunstgeschichte versteht sich als wiederkehrende starre Bildmuster nach

den Darstellungskonventionen. Bilder ähnlicher Art werden mit gleichen Bedeutungen aufgeladen und wiederholt angewendet.

Zu Ursprung, Kontinuität und Wandel solcher Bilder hat der Hamburger Kulturwissenschaftler und Kunsthistoriker Aby Warburg geforscht, und zwar anhand der kulturellen Nachwirkungen der Antike. Sein Vortrag über die Wandbilder im Renaissance-Palast Palazzo Schifanoia in Ferrara 1921 gilt als Geburtsstunde einer bildanalytischen Methode, die Warburg damals „ikonologische Analyse“ nannte (A. Warburg, 1922, S. 191). Mit dieser Methode analysiert er die wiederkehrende Darstellung formelhafter Bilder. Und Warburg sieht die methodische Überlegung als einen Beitrag zur Kenntnis der Kontinuität in der Kunstgeschichte. Er plädiert zugunsten der Entschlüsselung der Bildbedeutung dafür, dass Kunstwerke aus Neuzeit, Mittelalter und Antike im Zusammenhang betrachtet werden (vgl. ebd.). Laut Kopp-Schmidt liegt die Änderung, die die ikonologische Analyse von Warburg mit sich bringt, nicht nur in der Erweiterung des Quellenmaterials für die Analyse und Interpretation der Bilder, sondern auch darin, dass das Bild immer schon ein Symptom bzw. ein Ausdrucksträger von allseits wahrnehmbaren Kulturpraktiken, mithin also des soziokulturellen Kontextes ist, in dem das Bild entstanden ist (vgl. Kopp-Schmidt, 2004, S. 49-51).

Der Grundgedanke der bildanalytischen Methode wurde von Aby Warburg nicht systematisch ausgebaut. Es war erst Adam Panofsky (1991a, 1991b), der in Anlehnung an Warburg ein Dreiebenen-Modell entwickelte: Vor-ikonografische Beschreibung, ikonografische Analyse und ikonologische Interpretation. Panofsky unterscheidet den Begriff der Ikonografie von dem Begriff der Ikonologie: Das Suffix „grafie“, abgeleitet vom griechischen Verb *graphein* (schreiben) verweist im Kontext von Bildern auf ihre Klassifizierung und Beschreibung. Panofsky betrachtet die Ikonografie als einen Zweig der Kunstgeschichte, der sich mit den Abbildungsgegenständen und ihren Bedeutungen beschäftigt. Und das Suffix „logie“ wird von *logos* abgeleitet, dem Denken oder Interpretieren (vgl. Panofsky, 1991a, S. 212-214). Laut Panofsky ist die Ikonologie „eine ins Interpretatorische gewandte Ikonographie“ (ebd, S. 215f.). Im Folgenden wird das dreistufige Modell erklärt:

Im Rahmen der vor-ikonografischen Beschreibung werden die tatsächliche und die ausdrucksstarke Bedeutung der Bildmotive beschrieben. Bei der tatsächlichen Bedeutung handelt es sich darum, die Abbildungsgegenstände durch bestimmte Konfiguration von Linien, Farben und Volumen zu identifizieren. Die Identifikation der dargestellten Objekte, beispielsweise menschlicher Wesen, Pflanzen, Tiere, Werkzeuge, Häuser usw. und ihrer gegenseitigen Beziehungen als Ereignisse, bedarf alltäglicher Erfahrungen und Fachwissen.

Und die ausdruckshafte Bedeutung besteht aus psychologischen Nuancen bei der Identifizierung der Abbildungsgegenstände. Beispielsweise ist Schmerz oder Fröhlichkeit der dargestellten Figur durch Pose, Geste und Mimik zu erkennen. Der malerisch so dargestellte seelische Ausdruck der Figur kann Assoziationen bei Betrachter auslösen, beispielsweise dass die Figur ihm gegenüber feindselig oder freundlich erscheint. Solche psychischen Reaktionen bilden die ausdruckshafte Bedeutung der Bildmotive. Also es bedarf hier neben dem Fachwissen noch einer gewissen Einfühlung bzw. Sensibilität, um Bilder auf der vor-ikonografischen Ebene zu beschreiben (vgl. Panofsky, 1991a, S. 207-214).

Auf der Ebene der ikonografischen Analyse werden die Bildmotive oder die Kompositionen von Bildmotiven mit Symbolen, Allegorien, Anekdoten oder anderen Bildtypen mit konventioneller Bedeutung in das Licht einzelner Themen gerückt. Panofsky versteht einen Bildtyp als eine solche Darstellung, „in der sich ein bestimmter Sachsinn mit einem bestimmten Bedeutungssinn so fest verknüpft hat, daß sie als Träger dieses Bedeutungssinnes traditionell geworden ist“ (Panofsky, 1991b, S. 194). Bildtypen sind analytische Konstrukte, indem sie sich nämlich aus einer Bildmotive abstrahierenden Bildformel ableiten, die unter einem gegebenen Thema die Bedeutung dieser Bildmotive tragen; beispielsweise eine männliche Figur mit einem Messer in der Hand stellt den heiligen Bartholomäus dar. Eine Gruppe von Personen, die mit bestimmten Gesten und in einer reihenden Anordnung um eine Tafel sitzt, repräsentiert das letzte Abendmahl. Und das Hutziehen bei Grüßen ist ein Zeichen der Höflichkeit in der abendländischen Welt. Die konventionellen Bedeutungen der Bildtypen rekurrieren auf ein bestimmtes literarisch übermitteltes Wissen und Bräuche in der jeweiligen Kultur mit ihren Traditionen, sodass die ikonografische Analyse vom Betrachter Kenntnis über Typengeschichte bzw. die Modalitäten verlangt, unter denen sich die Bildmotive in der historischen Entwicklung mit bestimmten Themen bzw. Ideen verknüpfen (vgl. Panofsky, 1991a, S. 208-211.; Panofsky, 1991b, S. 202).

Mit der ikonologischen Interpretation ist jener Vorgang gemeint, in dem die eigentliche Bedeutung oder der Gehalt der Bildinhalte durch Interpretation entschlüsselt wird. Die ist ein Prozess der Auseinandersetzung, der hochgradig von individueller bzw. subjektiver Weltanschauung, Assoziation und anderen Formen von Wahrnehmungsdeutungen sowie Wirklichkeitskonstruktionen abhängt. Jedoch liefert die vor-ikonografische Beschreibung und die ikonografische Analyse eine Grundlage für die ikonologische Interpretation. Laut Panofsky sei das Ziel der Interpretation, „die Gesamtheit der Wirkungsmomente“ als „Dokumente“ eines einheitlichen Weltanschauungssinns“ zu erfassen. Die alltägliche Erfahrung, mit der die Bildmotive identifiziert werden, und das literarische Wissen, wenn es um die Analyse der

Bildtypen geht, dienen nämlich als Quelle für die Interpretation der Bildinhalte. Dabei gelten Bildinhalte als Dokumente oder Zeugnis einerseits für die Auslegung des Künstlers, beispielsweise seine Persönlichkeit, Klasse sowie philosophische und religiöse Überzeugung usw., und andererseits für die Auslegung des Hintergrundes des Kunstwerks, z. B. die Grundeinstellung einer Nation, einer Epoche und ihrer Kultur. Beispielsweise kann das Gemälde „Das Abendmahl“ mit dem Werdegang des Leonardo da Vincis und mit der religiösen Einstellung in der Kulturepoche Renaissance interpretiert werden (vgl. Panofsky, 1991a, S. 211-222; 1991b, S. 199-201). Die Ikonologische Interpretation benötigt eine Fähigkeit der „synthetische[n] Intuition“, d.h. also mehr Vertrautheit und literarisch vermittelte Kenntnis über die Kunstwerke vor der Folie eigener Weltanschauung und Assoziation (vgl. Panofsky, 1991a, S. 221).

Zur Erweiterung auf nicht-künstlerische Bilder hat Martin Warnke seit den 1980er Jahren die Forschungsrichtung der politischen Ikonografie als Reaktion auf die zunehmende sozialwissenschaftliche Ausrichtung in der Kunstgeschichte vorangetrieben (Warnke, 1992a, 1993b, 1994). Laut Warnke setzte die Obrigkeit in der Geschichte Bildprodukte bewusst ein, um gegenüber dem Volk „Wünsche und Hoffnungen, Forderungen und Urteile mitzuteilen“ (Warnke, 1992, S. 26). Seit der Französischen Revolution kommen immer mehr Bildprodukte zur politischen Meinungsbildung in den Massenmedien auf. In der Analyse solcher Bilder zeigen sich Grenzen der Kunstikonografie (vgl. ebd. S. 28). Die Entwicklung von Methoden zur Analyse von visueller politischer Kommunikation diente dazu, diese Grenzen zu erweitern, was insbesondere mit dem Graduiertenkolleg „Politische Ikonographie“ an der Universität Hamburg gelang. Laut Marion Müller besteht Warnkes Leistung insbesondere in der Bearbeitung der Bildindex zur politischen Ikonografie, die mehr als 300.000 Bilder enthalten (vgl. Müller, 2003, S. 211). Zur Anwendung der politischen Ikonografie in der gegenwärtigen politischen Bildanalyse haben Michael Diers (1997), Marion G. Müller (1997) im Rahmen des Forschungsprogramms Pionierarbeit geleistet.

Warnke und seine Kollegen betrachteten Bilder in der politischen Ikonografie nicht als „authentische und eindeutige Dokumente politischer Sachverhalte“, sondern als „interessengeleitete Vorhaben und Strategien, deren Ergebnisse vom Willen eines meist herrscherlichen Auftraggebers“ geprägt sind (Fleckner et al., 2011a, S. 10). Sie sind im „Handbuch der politischen Ikonographie“ auf die Frage eingegangen, „welche historischen Kontinuitäten und Brüche die Begriffe, Themen und Motive politischer Visualität über die Jahrhunderte hinweg prägen“ (ebd., S. 7). Laut Fleckner, Warnke und Ziegler führten die Einsetzung der Bilder für politischen Zweck auf die Kirchenväter im 6. Jahrhundert zurück.

Zunächst war es so, dass urkirchliche und alttestamentarische Bilder Laien nicht zugänglich gemacht werden durften, sodass die christliche Lehre innerhalb des elitären Kreises begrenzte. Doch Papst Gregor I. hob den vorher bestehenden Verbot der Bildersprache im christlichen Kontext auf, um der illiteraten Masse an Gläubigen mehr Bezugspunkte zu ihrer Religion zu geben, also einer Stärkung des Glaubens in der Breite Vorschub zu leisten. Spätestens seit Machiavelli sei die visuelle Repräsentation politischer Ambitionen eindeutig zu durchschauen (vgl. ebd. S. 8). Fleckner et al. gehen davon aus, dass „die visuellen propagatorischen Strategien verallgemeinerungsfähige Elemente enthalten, die immer wieder neu zur Anwendung kommen können“ (ebd. S. 10). Insofern haben die Autoren im Handbuch wiederkehrende Bildformeln anhand von Bildbeispielen von der Antike bis in die gegenwärtige politische Praxis unter verschiedenen Themen zusammengefasst. Solche Bildbeispiele, die aus dem Bestand an Bildern des Hamburger Warburg-Hauses stammten, umfassen visuelle Inszenierungen politischer Protagonisten und Ereignisse, Mythen, Symbole, Allegorien politischer Begriffe usw. Die wiederkehrende Bildformel ist unter einem bestimmten Thema mit festen Bedeutungen verbunden, die in der politischen Propaganda strategisch zum Ausdruck gebracht werden.

Insofern verstehen sich visuelle Stereotype in der Propaganda als besondere Bildformeln aus der politischen Ikonografie, die die Vorstellung über verallgemeinerbare Eigenschaften/Charakterzüge ganzer Menschengruppen repräsentieren. Visuelle Stereotype beziehen sich aber nicht unbedingt ausschließlich auf Bildmotive des Menschen oder der Menschengruppe, sondern auch auf alle anderen denkbaren Bildinhalte, z. B. auf die visuelle Repräsentation von Objekten, auf Metaphern, Mythen, Allegorien, politische Ereignisse u.a., solange durch diese Repräsentationen die Merkmale der Eigengruppe und der Fremdgruppe vermittelt werden. Visuelle Stereotype stellen nämlich die bildgewordenen und intendiert zugewiesenen Eigenschaften der Menschen dar. Diese visuelle Darstellung teilt nichts anderes mit als die Vorstellung über die Eigengruppe und über die Fremdgruppe.

Geht es sich um die Analyse der visuellen Repräsentation, lassen sich visuelle Stereotype zwischen den Begriffen Bild, Bildmotiv, Bildtyp und Image differenzieren. In der visuellen Kommunikationsforschung definiert Stephanie Geise das Bild als „eine intentionale, höchstens zwei-dimensionale, medial gebundene Visualisierung oder visuelle Repräsentation von Bedeutungsinhalten, die nicht vorher fixiert sein müssen, mit Bezug zu situativen, zeitlichen, räumlichen, individuellen und sozialen Kontexten“ (Geise, 2011, S. 63-67). Einige Punkte in dieser Definition lassen sich explizieren. Vor allem versteht sich ein Bild als eine Schöpfung, die auf eine Intension bzw. die Strategien in der politischen Kommunikation zurückführt. Die

Begriffe Visualisierung und visuelle Repräsentation implizieren nicht allein die Möglichkeit, durch die abgebildeten Objekte und ihr räumliches Arrangement klar erkennbare Gegenstände darzustellen, sondern sie können auch Ideen symbolisieren oder immaterielle Qualitäten wie die Eigenschaften von Akteuren repräsentieren. Außerdem wird die Bedeutung des Bildes nicht festgelegt, sondern wegen unterschiedlicher zeitlicher, räumlicher und sozialer Kontexte subjektiv interpretiert bzw. rezipiert (vgl. ebd.). Das Bildmotiv ist der Inhalt bzw. das zentral dargestellte Objekt des Bildes. Laut Stephanie Geise Patrick Rössler prägen die formalen Merkmale der Gestaltung (beispielsweise Kameraperspektive, Einstellung, Farbe), die Abbildungsgegenstände (wie Personen, Objekte und Situation) und die Relation der Abbildungsgegenstände (wie die räumliche Konstellation der Objekte im Bild) das Bildmotiv. Bildtypen verstehen sich im Sinne von Panofsky als von einzelnen Bildmotiven abstrahierte Bildformeln, die mit bestimmten Aussagen verbunden sind (vgl. Geise & Rössler, 2012, S. 352-354). Beispielsweise zeigt Abbildung 2 das Treffen des ehemaligen Bundesaußenministers (und heutigen Bundespräsidenten) Frank-Walter Steinmeier mit dem ehemaligen russischen Präsidenten Dmitri Medwedew (s. Abb. 2). Der Handschlag bei der Begegnung von Politikern ist ein Bildtyp (vgl. Grittmann & Ammann, 2018, S. 170), der die Freundschaft der beiden Staaten symbolisiert. Im Vergleich dazu sind visuelle Stereotype als bestimmte Bildtypen zu verstehen, die die Vorstellung über verallgemeinerte Eigenschaften einer Menschengruppe repräsentieren.



Abbildung 2: Fotografie aus der Zeitschrift Stern: *Strahlende Gesichter: Bundesaußenminister Frank-Walter Steinmeier und der neue russische Präsident Dmitri Medwedew vor drei Wochen in Moskau.* (24/2008, S. 58). In: Grittmann & Ammann, 2018, S. 170

Unter dem Begriff Image werden Selbst- und Fremdbilder verstanden. Besonders in der politischen Kommunikationsforschung werden die von den Massenmedien erzeugten oder vermittelten Nationenimages untersucht. Erving Goffman betrachtet Image als ein Bild, das man in der sozialen Interaktion in Abhängigkeit von den anderen und ihren Erwartungen stellt: „Image ist ein in Termini sozial anerkannter Eigenschaften umgeschriebenes Selbstbild – ein

Bild, das die anderen übernehmen können (Goffman, 1971, S. 10).“ Es handelt sich also sowohl bei visuellen Stereotypen als auch bei Images um eine Vorstellung über eine Person oder ein Objekt. Jedoch weisen Marion Müller und Stephanie Geise darauf hin, dass ein Image im Unterschied zum materiellen Abbild zu einem großen wesentlichen Teil ein immaterielles Denkbild ist (vgl. Müller & Geise, 2015, S. 36). Im Sinne von Aby Warburg hat das Bild sowohl Abbild- als auch Denkbildcharakter. Abbilder sind Quellen für die Rekonstruktion der Denkbilder (vgl. Müller, 2003, S. 20; Müller & Geise, 2015, S. 24f.). Das Abbild ist nämlich das sichtbare Medienbild bzw. das Bildmotiv, das vor-ikonografisch zu beschreiben ist. Im Vergleich dazu ist das Denkbild der Sinn des Bildes, das sich durch ikonologische Interpretation entschlüsseln lässt. Das Image ist Müller und Geise zufolge also nicht objektiv und eindeutig, sondern subjektiv und damit mehrdeutig, das von der Interpretation des jeweiligen Betrachters abhängt (vgl. Müller & Geise, 2015, S. 35f.). Insofern lassen sich visuelle Stereotype von Images unterscheiden, indem visuelle Stereotype Bildtypen aus der Konvention sind. Sie können auf der Produktionsseite für den Versuch, ein Image zu kreieren, angewendet werden und dienen auf der Seite der Rezeption, im kognitiven Prozess des Bildverstehens als wichtiger Anhaltspunkt für die Interpretation.

Resümierend lässt sich feststellen, dass in diesem Kapitel zwei Zugänge zum Stereotypenkonzept erörtert werden. Einerseits sind Stereotype in psychologischer Hinsicht als kognitive Konstrukte von Eigenschaften bestimmter Menschengruppen zu verstehen. Andererseits lassen sich Stereotype aus kunsthistorischer und kommunikationswissenschaftlicher Perspektive als Darstellungsform bzw. als Bildtypen aus der politischen Ikonografie über verallgemeinerte Eigenschaften von Menschengruppen definieren. Sie fungieren in diesem Sinne als Übersetzung der kognitiven Konstrukte auf die bildliche Ebene. Wie bereits in Kapitel 2 erörtert, manifestiert sich die rechtspopulistische Ideologie der AfD in der Konfrontation zwischen dem nationalen Volk einerseits und den Eliten und den Fremden andererseits mit der Zuschreibung bestimmter Eigenschaften. Diese Zuschreibungen lassen sich nach psychologischem Verständnis als Stereotype bzw. als kognitive Schemata von Eigenschaften der Wir-Gruppe und der ausgrenzenden Fremdgruppen identifizieren. Und in Abschnitt 3.1 und 3.2 werden verschiedene Grundmuster der kognitiven Eigen- und ausgrenzenden Fremdstereotype aus der Stereotypenforschung und den Theorien sozialer Diskriminierung entwickelt. Diese erarbeiteten Modelle lassen sich aus kunsthistorischer bzw. kommunikationswissenschaftlicher Perspektive durch Bildtypen aus der politischen Ikonografie auf der visuellen Ebene repräsentieren (s. Tab. 3). Die Bildtypen sollen dabei helfen, die Visualisierung des Rechtspopulismus zu analysieren. In der weiteren Folge ist

danach zu fragen, welche Bildtypen die zusammengefassten Grundmuster der oppositionellen kognitiven Stereotype visuell repräsentieren. Darum geht es im folgenden Kapitel.

Stereotypenbegriff		
Psychologischer Aspekt - Stereotype als kognitive Konstrukte		Kunsthistorischer Aspekt – Stereotype als Darstellungsformen
Wir-Gruppe	Selbsterhöhung	Bildtypen aus der politischen Ikonografie über die Eigenschaften von Menschengruppen
	Relative Deprivation	
Fremdgruppen	Stigmatisierung	
	Sündenbock	
	Ressourcenkonflikt	
	Physische Bedrohung	
	Kulturelle Ausgrenzung	

Tabelle 3: Stereotypenforschung unter psychologischem und kunsthistorischem Aspekt.

4. Visuelle Stereotype aus der Bildtypengeschichte

Bei diesem Teil handelt es sich um einen Blick in die historische Entwicklung von überwiegend einer politischen Meinungsmache oder Berichterstattung zuzuordnenden Bildtypen. Zu Beginn dieser Arbeit wurde die rechtspopulistische Ideologie der AfD erläutert, die sich in den Narrationen zu ihren Wahlkampfthemen zeigen, in denen die oppositionelle Menschengruppen (das nationale Volk versus Eliten; das nationale Volk versus Fremden) mit verschiedenen Merkmalen versehen werden (Kap. 2). Um die Bildstrategien der AfD zu untersuchen, werden im dritten Kapitel die Grundmuster der kognitiven Eigen- und ausgrenzenden Fremdstereotype aus der Stereotypenforschung und den Theorien der sozialen Diskriminierung zusammengefasst (Kap. 3.1-3.2) und das Konzept der visuellen Stereotype erörtert (Kap. 3.3), denn die Charakterisierung der Bildstrategien der AfD führt auf die Annahme zurück, dass die AfD die Eigen- und die ausgrenzenden Fremdstereotype bzw. die kognitiven rechtspopulistischen Stereotype in der Bildkommunikation konstruiert. In diesem Kapitel werden Bildtypen aus der visuellen Kommunikationsforschung erläutert, die die in den Abschnitten 3.1 und 3.2 zusammengefassten Grundmuster der oppositionellen kognitiven Stereotypen oppositioneller Menschengruppen visuell repräsentieren, weil solche Bildtypen in der Bildkommunikation der AfD Verwendung finden könnten.

In den folgenden drei Abschnitten werden die Bildtypen vorgestellt, die sich jeweils auf das nationale Volk, die Eliten und Fremde beziehen – ausgehend von der Erkenntnis, dass die rechtspopulistische Ideologie im Kern die doppelte Entgegensetzung von Volk einerseits und die Eliten sowie Fremde andererseits betont. Bei der Vorstellung der Bildtypen werden Studien aufgegriffen, die der Definition des „Bildtyps“ entsprechen. Wie bereits in Abschnitt 3.3 dargelegt, verstehen sich Bildtypen nach Panofsky als gesellschaftlich konventionalisierte Darstellungsformen, die mit bestimmten Aussagen verbunden sind. Darüber hinaus werden im Sinne dieser Definition visuelle Elemente aus verschiedenen Forschungsansätzen in Bildtypen zusammengefasst oder als Bildtypen im entsprechenden Kontext definiert. Bei der Vorstellung jedes Bildtyps gehe ich vor allem auf die Fragen ein, welche Bildmotive sich zum jeweiligen Bildtyp zuordnen lassen und vor welchem thematischen Kontext der Bildtyp zu verstehen ist. Dieser kategorialen Verortung vor zeit- und themengeschichtlichem Hintergrund folgen Beispiele des Bildtyps, indem auf der Basis der vor-ikonografischen Beschreibung seine jeweilige konventionelle Bedeutung erklärt wird. Schließlich wird der Frage nachgegangen, zu welchen AfD-Wahlkampfthemen sich der jeweilige Bildtyp wiederfinden lassen könnte. Im Sinne Panofskys lässt sich das Bildmotiv streng genommen nicht im thematischen Zusammenhang, sondern nur auf der vor-ikonografischen Ebene beschreiben. Beispielsweise

ist das Bildmotiv bei der Abbildung des Reichstagsgebäudes nur als ein Gebäude zu identifizieren. Erst im thematischen Kontext wird diese Abbildung als das berühmte Reichstagsgebäude erkannt. In dieser Arbeit lässt sich die Anwendung des Begriffs Bildmotiv zum Teil direkt im thematischen Zusammenhang betreiben. Bei der Vorstellung des Bildtyps der „Denkmäler der ewigen Nation“ wird beispielsweise die Abbildung des Reichstagsgebäudes direkt als dazugehörendes Bildmotiv definiert.

4.1 Bildtypen des Volkes

Der vorliegende Abschnitt stellt einen Überblick über die Bildtypen dar, die die im Abschnitt 3.2 zusammengefassten Grundmuster des Stereotyps der Wir-Gruppe visuell repräsentieren. Dabei geht es konkret um die Fragen, mit welchen Bildtypen die Aufwertung der Wir-Gruppe auf der Bildebene erfolgt, inwieweit die Wir-Gruppe als Bedürftige bzw. Benachteiligte veranschaulicht wird und inwiefern sie als Opfer physischer Bedrohung durch die Fremdgruppen inszeniert wird. Insgesamt lassen sich entsprechend die folgenden fünf Bildtypen erläutern.

1) Der Bildtyp der „Flagge des nationalen Kollektivs“¹⁰ zeigt sich in den Bildmotiven der deutschen Fahne und der dazu gehörenden Farben. Uwe Fleckner zufolge gilt die nationale Flagge als ein Symbol für die nationale Zugehörigkeit, die insbesondere in Zeiten von Niederlage, Krise und Triumph in der patriotischen Inszenierung zum Einsatz kommt (vgl. Fleckner, 2011, S. 324, 330). Zur Konstruktion nationaler Zugehörigkeit verweist Sabina Riedel auf die konkreten inhaltlichen Faktoren wie Sprache, Religion, Abstammung und Geschichte. Sie sind nicht nur gegebene Unterschiede der nationalen Gruppen, sondern wurden in der menschlichen Geschichte als Identitätsmerkmale nationaler Differenz verwendet (vgl. Riedel, 2005, S. 240-248). Und Waldemar Lilli stellt in Anlehnung an die Theorie der sozialen Identität von Henri Tajfel fest, dass dem Versuch einer nationalen Identifikation, also das Gefühl der Verbundenheit auf nationaler Wertebasis zu schüren, die Tendenz der Selbstaufwertung und der Abwertung der Anderen eingeschrieben ist (vgl. Lilli, 1994, S. 8). Die nationale Zugehörigkeit lässt sich nämlich mit positiven Vorstellungen und patriotischem Gefühl assoziieren. In diesem Sinne dient der Bildtyp der „Flagge des nationalen Kollektivs“ zur Visualisierung des nationalen Volkes als überlegenes Kollektiv, was das erste Kriterium „Selbsterhöhung“ der in Abschnitt 3.2 entwickelten Modelle für die Konstruktion der Eigen- und ausgrenzenden Fremdstereotype betrifft.

¹⁰ Ich habe die in diesem Kapitel vorgestellten Bildtypen nach ihren jeweiligen Bedeutungen selbst benannt, es handelt sich also nicht um aus der Forschung entwickelte Bezeichnungen.



Abbildung 3: Abstimmungsplakat der SVP: *Freipass für alle? Nein* (08. Feb. 2009). In: Scarvaglieri, 2018, S. 332

Die rechtspopulistischen Parteien bedienen sich nicht selten der nationalen Fahne für ihren Propagandazweck. Sabine Lehner und Ruth Wodak weisen anhand ihrer persönlichen Beobachtung darauf hin, dass die Nationalflagge fester Bestandteil der Werbematerialien und der Bühnenbilder der rechtspopulistischen Partei Freiheitliche Partei Österreichs (FPÖ) im Wahlkampf 2015 war. Insbesondere wird die nationale Fahne mit dem „Heimat“-Begriff kombiniert. Der sogenannte „Schutz der Heimat“ soll dabei in den Vordergrund gerückt werden (vgl. Lehner & Wodak, 2020, S. 183f., 202). Und Claudio Scarvaglieri analysiert z. B. ein Plakat der Schweizerischen Volkspartei (SVP) im Rahmen ihrer Initiative zur Abstimmung über die Personenfreizügigkeit zwischen der Schweiz und der EU am 8. Februar 2009. Das Plakat zeigt einen roten Landesumriss mit einem weißen Kreuz. Daneben werden drei große schwarze Raben abgebildet, die das Land mit ihrem Schnabel attackieren und einhacken (s. Abb. 3). Das weiße christliche Kreuz auf dem roten Grund, der die Landesumrisse wiedergibt, lässt sich als die Schweizerfahne identifizieren. Die Raben stehen symbolisch für die Fremden, die durch die Politik der Personenfreizügigkeit kommen können. Die räumlich klein abgebildete Schweiz erscheint als ihr Opfer. Dadurch wird die ungeheure Bedrohung der schweizerischen Bevölkerung von außen visuell repräsentiert. Es stellt sich ein Kontrast zwischen den „Eigenen“ und „Fremden“ sowie den „Guten“ und den „Bösen“ ein (vgl. Scarvaglieri, 2018, S. 331-334). Die rechtspopulistischen Parteien bedienen sich also des Bildtyps „Flagge des nationalen Kollektivs“, um das nationale Volk als kollektives Opfer zu visualisieren. Daher könnte dieser Bildtyp für die Konstruktion der Eigenstereotype als kollektiv Benachteiligte und als Gewaltopfer in den bereits erstellten Grundmustern „Relative Deprivation“ und „Physische Bedrohung“ bei allen Themen der AfD Verwendung finden (s. Tab. 3).

Bei der Analyse der nationalen Fahne ist es wichtig, darüber zu reflektieren, dass sie nicht nur von den rechtspopulistischen Parteien zur Visualisierung des nationalen Volkes als Überlegenes oder als kollektives Opfer verwendet wird, sondern sie als tragfähiges Symbol für

die Nation ein gängiges, visuelles Element in politischen Kampagnen ist. Daher können nicht alle die unter den Bildern der AfD vorkommenden nationalen Flaggen überinterpretierend als der Bildtyp der „Flagge des nationalen Kollektivs“ klassifiziert werden. Bei der Analyse der Botschaft der nationalen Fahne spielen der thematische Kontext, die Textelemente im Bild und die gesamte Konfiguration des Bildes eine entscheidende Rolle. Dies gilt natürlich nicht nur für die nationale Fahne, sondern für alle Bildmotive, die mit dem thematischen Kontext und im Zusammenwirken mit Texten sowie anderen visuellen Elementen im Bild zu erfassen sind.

2) Der Bildtyp der „Denkmäler der ewigen Nation“ zeigt sich in den Bildmotiven der Architekturen und Bildhauereien mit historischen Bezügen wie das Brandenburger Tor, das Reichstagsgebäude und die Statuen der nationaler Prominenter usw. Solche Bildmotive werden im thematischen Zusammenhang mit der Beschädigung nationaler Interessen zugunsten fremder und ausländischer Mitbürger verwendet. Dieser Begriff der nationalen Interessen wird in der politischen Kommunikation je nachdem z. B. in einer Finanzkrise oder in einem Krieg von verschiedenen Akteuren unterschiedlich definiert und damit instrumentalisiert. Die AfD bedient sich des Bildtyps der „Denkmäler der ewigen Nation“ in ihrem Spot zur Bundestagswahl 2017. Im Hintergrund dieses Spots hört man von Anfang an einen Dialog zwischen Alexander Gauland und Alice Weidel, in dem die Aufnahme der Flüchtlinge, die Präsenz der Muslime in der deutschen Gesellschaft und die Rettungsmaßnahmen für die europäische Währungsunion als Verletzung der Interessen der deutschen Bürger benannt werden¹¹. Anschließend präsentiert sich Alice Weidel auf dem Dach des Reichstagsgebäudes. Im Hintergrund man ihre Stimme: „Die Deutschen brauchen eine Partei, die endlich wieder Ihre Interessen vertritt.“ Am Ende des AfD-Spots wird noch das Brandenburger Tor eingeblendet, während Gauland mit O-Ton den Zuhörer aufruft, am 24. September 2017 die AfD zu wählen. In Verbindung mit den Partei- und Wahlkampfprogrammen der AfD steht der Begriff der nationalen Interessen in diesem Spot für den Wohlstand der einheimischen Bevölkerung, die innere Sicherheit der Gesellschaft, die Existenz der deutschen Nation und die Wahrung der nationalen Kultur.

Lilja-Ruben Vowe und Gerhard Vowe verweisen darauf, dass in diesem Clip sowohl das Brandenburger Tor als auch das Reichstagsgebäude mit dem Verlauf der jüngeren Geschichte Deutschlands assoziiert werden, von Königtum und Kaiserreich über Republik und Diktatur bis zur Demokratie. Die AfD verwendet die Bilder aus dem kollektiven Gedächtnis, um eine Linie zu ziehen, angefangen mit dem Zeitalter der preußischen Könige und endend mit den heutigen

¹¹ Siehe das Video „Wahlwerbespot der AfD zur Bundestagswahl 2017“ in YouTube. Quelle: <https://www.youtube.com/watch?v=RRoHZ-QKwhk> Zugriff: 04. 03. 2021

patriotischen Wählern und Mitgliedern der AfD (vgl. Vowe & Vowe, 2019, S. 256). Diese historische Linie nährt die Idee bzw. Vorstellung, dass die Nation über allem steht. Obwohl die Epochen wechseln, überdauert die Nation. Angesichts der Flüchtlings- und Finanzkrise sind daher die nationalen Interessen mit dem Motto „Deutschland zuerst!“ abzusichern. Insofern impliziert der Bildtyp „Denkmäler der ewigen Nation“ den höchsten Wert der nationalen Interessen, die um jeden Preis bewahrt werden sollen, wodurch eine Überlegenheit der Deutschen gegenüber anderen Ländern bzw. Völkern zum Ausdruck gebracht wird, was wiederum der visuellen Repräsentation des in Abschnitt 3.2 angefertigten Musters der „Selbstentwertung“ der Wir-Gruppe entspricht. Und dieser Bildtyp könnte unter den Bildbeispielen zu den Themen im Rahmen der rechtspopulistischen Narrationen, dass die Eliten das Geld von den deutschen Steuerzahlern nehmen, sowie zu jenen Themen Verwendung finden, in denen die Konfrontation zwischen dem nationalen Volk und den Fremden stark gemacht wird (vgl. Tab. 3). In der vorliegenden empirischen Bildanalyse ist nach diesem Bildtyp zu suchen. Es erfordert Antworten auf die Frage, ob und inwieweit die rechtspopulistische Weltanschauung der AfD durch den Bildtyp visuell repräsentiert wird.

3) Der Bildtyp der „souveränen Volksmenge“ besteht darin, dass der Mensch als Teil einer Masse dargestellt wird. Dieser Bildtyp kommt im Zusammenhang mit der Stimmabgabe oder der Kundgebung zum Einsatz. Die dargestellten Personen lassen sich als Publikum bei einem Redeauftritt, als Teilnehmer einer Demonstration usw. identifizieren. Laut Wolfgang Kemp führt die Visualisierung der Volksmengen auf das Gemälde *Schwur im Ballhaus* im Jahr 1792 von Jacques-Louis David zurück (s. Abb. 4). Zum ersten Mal in der Geschichte ist ein monumentales Gemälde einer Volksmenge gewidmet, das eine akklamierende Menge von Menschen in einer großen Halle zeigt. Beim Hintergrund dieses Bildes handelt es sich um die bürgerliche Bewegung in Frankreich im Sommer 1789, in der der sogenannte Dritte Stand gegen das traditionelle Modell der Ständeversammlung protestierte. Nach diesem alten Modell sollte nach Stand abgestimmt werden, der die Mehrheit des ersten Stands des Klerus mit dem zweiten Stand des Adels sichert. Aber der Dritte Stand wollte nach Köpfen bzw. nach der quantitativen Regel abstimmen, denn der Dritte Stand machte 95 Prozent der gesamten Bevölkerung der Nation aus. Der Protest des Dritten Standes führte schnell zur Ablösung des traditionellen Modells (vgl. Kemp, 2011, S. 521-523). Das Bild macht das Volk als Kollektiv im praktischen Handeln anschaulich. Paule Diehl weist in Anlehnung an Pierre Rosanvallon darauf hin, dass das Volk durch die Menschenmenge als eine Ansammlung, die durch einen politischen Willen geeint ist, visuell dargestellt wird (vgl. Diehl, 2018, S. 35f.). In diesem Sinne impliziert der Bildtyp Menschen mit dem gleichen politischen Willen, die,

zusammengeschlossen, nach dem demokratischen Mehrheitsprinzip über die höchste Macht bei politischen Entscheidungen verfügt.

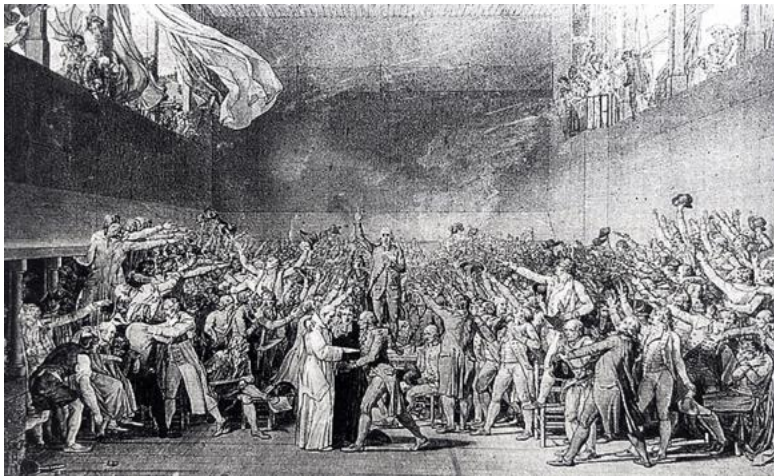


Abbildung 4: Jacques-Louis David: *Schwur im Ballhaus*, unvollendet (1792). In: Kemp, 2011, S. 521

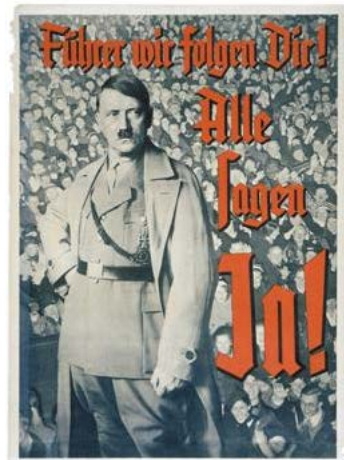


Abbildung 5: Plakat der NSDAP: *Führer wir folgen Dir!* (19. Aug. 1934). In: Witamwas, 2016, S. 233

Der Bildtyp der „souveränen Volksmenge“ findet sich nicht nur in der liberal-bürgerlichen, sondern auch in jener Bildsprache, die sich im Rahmen der Propaganda von Diktaturen nachweisen lässt. Birgit Witamwas untersuchte beispielsweise ein am 19. August 1934 publiziertes Plakat der NSDAP zu einer plebiszitären Abstimmung. Auf dem Plakat wird eine in Aufsicht aufgenommene Menschenmenge hinter Hitler dargestellt (s. Abb. 5). Das Bildmotiv wird mit dem Titel „Führer wir folgen Dir! Alle sagen Ja!“ versehen. Mit dieser Parole wurde vom Volk erwartet, Hitler als Führer nach dem Tod Hindenburgs am 2. August 1934 im Plebiszit zu legitimieren (vgl. Witamwas, 2016, S. 124f.). Laut Susanne von Falkenhausen impliziert das Plakat die Autorität der völkischen Gemeinschaft im NS-Staat, die die Staatsmacht und den Führer legitimiert (vgl. Falkenhausen, 2000, S. 138, 147). Die NSDAP bedient sich dieses Bildtyps der „souveränen Volksmenge“ zur Inszenierung ihrer Unterstützer und Anhänger als kollektive Gemeinschaft mit einheitlichem Willen, der die kommende plebiszitäre Abstimmung entscheidet. Der Bildtyp „souveräne Volksmenge“ drückt also im Wesentlichen den gehobenen Status des nationalen Volkes als Kollektiv aus, was sich in das zuvor erarbeitete Rezepturmodell für die Konstruktion des Eigenstereotyps als überlegenes Kollektiv einfügt. Er könnte zu allen Themen der AfD verwendet werden (s. Tab. 3). Es ist in der vorliegenden Untersuchung zu erläutern, ob die AfD diesen Bildtyp für die visuell artikuliert behauptung nutzt, dass das nationale Volk als eine Einheit auf der Seite der AfD steht, um seinen Willen durchzusetzen.

4) Der Bildtyp der „Armut“ zeigt sich in den Bildmotiven (a) der Alten, (b) einer bestimmten Gestik, (c) der Sprachbilder sowie (d) der alltäglichen Mangellagen von Bedürftigen. Vor allem wird der Begriff Armut durch Bilder der einsamen Alten visuell

repräsentiert. Laut Meike Haunschild symbolisiert das Altwerden den Verlust der Jugend und Kraft sowie den Verfall, obwohl das Alter auch positiv für die Zeit der Reife, der Weisheit und des Respektes stehen kann. Insbesondere ist die Darstellung einer einsamen, alten Frau ikonografisches Schema für Armut. Beispielsweise greift die *Bild-Zeitung* in Bezug auf das Thema Armut auf eine Form der Illustration zurück, die eine alte, vereinsamte Frau mit Kopftuch dargestellt (s. Abb. 6). Die Falten ziehen sich durch ihr Gesicht durch, die ein Zeichen für ein arbeitsreiches und sorgenvolles Leben sind. Und das Alleinleben bzw. die Einsamkeit ist neben der materiellen Not eine Chiffre der immateriellen Bedürftigkeit (vgl. Haunschild, 2017, S. 414-417).



Abbildung 6: Fotografie aus der *Bild-Zeitung*: o.T. (20. Jan. 1955). In: Haunschild, 2017, S. 415.



Abbildung 7: Fotografie *Frankfurter Allgemeine Zeitung*: o.T. 25. 59. (1973). In: Haunschild, 2017, S. 425

Zweitens hängt die ikonografische Armutsdarstellung mit der Gestik der im Bild dargestellten Personen zusammen. Gottfried Korff bezeichnet das Kauern und das Hocken als Erniedrigungsgestik. Und auch die Körperhaltungen des gekrümmten Rückens sowie des nach vorne gebeugten oder in die Schultern eingezogenen Kopfs lassen sich mit der Bettlerdarstellung koppeln und evozieren den Eindruck der Bedürftigkeit, der Demut und der sozialen Schwäche (vgl. Korff, 1997, S. 287). Außerdem gehört laut Haunschild die leicht zur Seite gedrehte Kopfhaltung zur Armutsdarstellung. Anders als in einer offenen Stellung des Körpers zur Kamera einen hohen Grad an Offensivität und Selbstbewusstsein zu demonstrieren, scheint die abgebildete Person die Kamera nicht zu bemerken oder nicht bemerken zu wollen. Eine Fotografie aus der *Frankfurter Allgemeinen Zeitung* zeigt beispielsweise eine ältere Frau in einer Obdachlosenunterkunft (s. Abb. 7). Sie nimmt einen Löffel Essen von dem Teller und dreht ihren Kopf zur Seite. Es erscheint, dass sie die Kamera meidet. Eine solche Körperhaltung deutet die Scham der oder des Abgebildeten über den eigenen Zustand sowie ihre oder seine Angst vor sozialer Ausgrenzung und Abwertung an (vgl. Haunschild, 2017, S. 425).

Drittens zählt die Visualisierung von Sprachmetaphern zur Ikonografie der Armut. Vor allem steht die sprachliche Metapher „im Schatten“ für die Lebensnot der Menschen. Die visuelle Umsetzung dieser Metapher ist Haunschild zufolge ebenfalls ein gängiger Ausdruck für Armut. Beispielsweise zeigt ein Fernsehbericht zu einer Obdachlosenunterkunft im Jahr 1966 die Metapher von Licht und Schatten auf der Bildebene, indem die Bilder von einem überfüllten und dunklen Inneren der Unterkunft in einem ehemaligen Bunker mit den Bildern von Kindern in einer Neubausiedlung, die in der Sonne spielen, wechselweise zusammengeschnitten werden. Im Übergang besteht eine mehrere Sekunden lange schwarze Blende mit dem Geschrei und dem Lärm aus dem inneren Raum des Bunkers. Die düstere Atmosphäre des Bunkers impliziert die Trostlosigkeit der Lebenssituation und die soziale Ausgrenzung der Obdachlosen (vgl. Haunschild, 2017, S. 430). Andere Beispiele für medial erfolgte Visualisierungen der Armut betreffen die sprachlichen Metaphern „auf die Straße geworfen werden“ (Korff, 1997, S. 298) und „keine schwere Tasche haben“ (vgl. Röhrlich, 2003, 1601).

Viertens gehören Gottfried Korff zufolge die Szenarien der Lebensrealität der Bedürftigen zur ikonografischen Darstellung der Armut. Dabei wird ihre Mangellage visuell repräsentiert: das Suchen nach Nützlichem in dem Abfalleimer, Unterkunftsorte von Obdachlosen usw. (vgl. Korff, 1997, S. 285-287). Und häufig werden Bildmotive mit Kindern für Elendsdarstellungen verwendet. Dabei werden Kinder beispielsweise – Lena Mann und Jana Tosch zufolge – mit altmodischer Kleidung und hoffnungslosem Gesichtsausdruck dargestellt (vgl. Mann & Tosch, 2005, S. 164). Denn Kinderarmut gilt als eine unverschuldete Armut, die durch die Familienverhältnisse des Kindes hervorgerufen wird, nicht durch Fehler in der Lebensführung der Betroffenen selbst. Und diese Art der Darstellung weckt bei den Rezipienten einen Beschützerinstinkt (vgl. Braun, 2018, S. 34; Lingelbach, 2007, S. 260). Insgesamt gesehen stellt der Bildtyp „Armut“ den Mangel und die Entbehrung zur Schau, was auf die Visualisierung des bereits zuvor erstellten Musters „Relative Deprivation“ für die Konstruktion des Eigenstereotyps zutrifft. Wie den Partei- und Wahlprogrammen der AfD deutlich zu entnehmen ist, sieht sie das Volk als wirtschaftliches Opfer an, das aufgrund der von den Eliten bewusst herbeigeführten finanziellen Belastungen der Allgemeinheit für das Wohl der Geflüchteten insofern unnötig leiden muss, als dass sich dadurch sein selbst erwirtschafteter Wohlstand verringert. Daher könnte der Bildtyp der „Armut“ im thematischen Zusammenhang mit den Narrationen, dass die Eliten und die Fremden das nationale Volk belasten, zum Einsatz kommen (s. Tab. 3). Es ist in der vorliegenden Bildanalyse zu untersuchen, ob und inwieweit die

Visualisierung des nationalen Volks als Gruppe sozial Benachteiligter durch diesen Bildtyp ein Beleg(-bild) für die rechtspopulistische Ideologie der AfD ist.

5) Zum Bildtyp des „Gewaltopfers“ gehören vor allem Bildmotive von weinenden oder verletzten Frauen oder Kindern. In den ikonografischen Analysen rassistischer Bildkommunikation finden häufig visuelle Repräsentationen der einheimischen Frauen als Opfer von sexueller Gewalt durch fremde bzw. ausländische Männer. Beispielsweise analysiert Iris Wigger eine Karikatur aus der politisch-satirischen Zeitschrift *Kladderadatsch* am 30. Mai 1920 (s. Abb. 8). Im Vordergrund steht ein schwarzer Gorilla, der eine weiße Frau schnappt. Der Gorilla mit einer französischen Militärkappe stellt einen visuellen Bezug zum französischen Kolonialsoldaten her. Der Fluss im Hintergrund repräsentiert das Rheinland. Es handelt sich um das Thema der Vergewaltigung der weißen deutschen Frau durch farbige Kolonialsoldaten aus Afrika. Die Karikatur entstand aus einer rassistischen Protestkampagne gegen die Verwendung der Kolonialtruppen während der alliierten Besetzung im Rheinland von 1919 bis 1930. Diese Kampagne wurde von vielen Medien, Organisationen und Individuen in Deutschland unterstützt. Dabei werden Afrikaner als Abkömmlinge einer primitiven Rasse stilisiert, der die unkontrollierte sexuelle Gier zu Eigen sei. Der Frauenkörper steht für den Körper der weißen „Rasse“, in sich bereits eine Metapher, der von den Fremden bedroht wird (vgl. Wigger, 2009, S. 268-271). In der rassistischen Ideologie wird den Frauen die biologische Funktion zugeschrieben, die Existenz der völkischen Nation zu gewährleisten. Und die Reinheit deutschen Blutes ist als nationale Ehre anzusehen. Insofern symbolisiert der Angriff auf den Frauenkörper die Bedrohung der weißen Rasse und die Schändung deutscher Ehre. In der rassistischen Kampagne gegen die französische Besetzung entstanden zahlreiche nämliche Karikatur und Plakate, in denen weiße Frauen als Opfer afrikanischer Soldaten inszeniert wurden. Ziel ist es, die Empörung landesweit zu schüren und alle Bürgerinnen und Bürger, die das „nationale Volk“ repräsentieren, aufzufordern, gegen die Bedrohung und Demütigung zu kämpfen (vgl. Wigger, 2007, S. 117, 180f.).



Abbildung 8: Karikatur aus dem Kladderadatsch: *Die Schwarze Schmach* (30. Mai 1920). In: Wigger, 2009, S. 269

Abbildung 9: Titelseite des Focus: *Frauen klagen an* (09. Jan. 2016). In: Bröttcher, 2019, S. 275

Laut Alexander Böttcher gab es die Vorstellung und die visuelle Repräsentation deutscher Frauen als Opfer sexualisierter Gewalt von „fremden Männern“ nicht nur kurz nach dem Ersten Weltkrieg, sondern auch in Zeiten des Faschismus, im Zuge der Gastarbeitermigration der 1950er bis 1970er Jahre und in jüngster Zeit angesichts der Flüchtlingskrise seit 2015. Das Nachrichtsmagazin *Focus* berichtete am 9. Jan. 2016 über die sexuellen Übergriffe auf Frauen durch Gruppen nordafrikanischer und arabischer Männer in der Silvesternacht am Kölner Hauptbahnhof. Die Titelseite zeigt eine in aufrechter Körperhaltung stehende weiße Frau, die ihre Brüste und ihren Genitalbereich mit dem Arm und der Hand verdeckt (s. Abb. 9). Der Augenbereich der Frau ragt über den Bildrand hinaus. Auf ihrem Körper bestehen viele Handabdrücke in schwarz. Auf dem roten Balken stehen die Headline und die Subheadline geschrieben: „Frauen klagen an. Nach den Sex-Attacken von Migranten: Sind wir noch tolerant oder schon blind?“ Diese Frage suggeriert, dass das Kollektiv „Wir“ wegen zu viel Toleranz blind ist und selbst vor der Bedrohung durch sexualisierte Gewalt, ausgehend von den Migranten, steht. Die Frau als schutzloses Wesen verkörpert das ganze Volk, das zum Opfer der Flüchtlingspolitik geworden ist. Die Eliten, die Entscheidungsträger der Grenzöffnung, werden der Vergewaltigung beschuldigt (vgl. Bröttcher, 2019, S. 270-277).

Der Bildtyp des „Gewaltopfers“ kommt nicht nur im Zusammenhang mit dem Thema sexualisierter Gewalt, sondern auch im Zuge der Berichterstattung über alltägliche kriminelle Gewalt und Terrorismus vor. Frauen und Kinder verkörpern laut Anja Zimmermann das Volk bzw. die schützenswerte kleinste Zelle des Staates. Die Verwendung der visuellen Symbole weinender oder verletzter Kinder und Frauen unterstreichen Hilflosigkeit, Verzweiflung, Trauma und Verwundbarkeit der Menschen sowie das Leid durch Gewalt (vgl. Zimmermann, 2011, S. 369). Solche Bilder rufen bei den Betrachtern das Mitleid gegenüber der Bevölkerung hervor (vgl. Linder, 2011, S. 295). Zu den Alternativen bei der Auswahl der Bildmotive zählen noch der Tatort mit Blutspuren (vgl. ebd. S. 254), der herumliegende Schuh der Opfer und die Ambulanz (vgl. ebd. S. 203). Der Bildtyp des „Gewaltopfers“ bedient sich also der Visualisierung des Eigenstereotyps im erarbeiteten Modell „Physische Bedrohung“, wobei das nationale Volk als eingeschüchtert durch körperliche Übergriffe der Fremden charakterisiert wird. Weil Immigranten, Asylsuchende und Muslime in den AfD-Partei-Wahlprogrammen als Kriminelle und Terroristen stigmatisiert werden, könnte dieser Bildtyp unter den Bildbeispielen der AfD im Zusammenhang mit den Themen „Asyl_Ausländerkriminalität“ und „Asyl_Islamischer Terrorismus“ verwendet werden (vgl. Tab. 3). Es ist in der empirischen

Untersuchung offenzulegen, ob und inwiefern die AfD diesen Bildtyp verwendet, um einmal mehr ihre rechtspopulistische Ideologie zu verbreiten, diesmal als Visualisierung des angeblichen Leidensdrucks, dem das nationale Volk gegenüber der physischen Bedrohung durch Fremdgruppen ausgesetzt sei.

Resümierend lässt sich feststellen, dass vor allem die Bildtypen „Flagge des nationalen Kollektivs“, „souveräne Volksmenge“ sowie „Denkmäler der ewigen Nation“ von der AfD für die visuelle Repräsentation der Aufwertung des nationalen Volkes in ihren Bilddokumenten verwendet werden könnten. Zudem könnte die AfD sich den Bildtyp „Flagge des nationalen Kollektivs“ und den Bildtyp der „Armut“ zur Inszenierung des nationalen Volkes als Bedürftige bedienen. Außerdem könnten der Bildtyp „Flagge des nationalen Kollektivs“ und der Bildtyp der „Gewaltopfer“ bei der Visualisierung der Volksgemeinschaft als Opfer der physischen Bedrohung von ausländischen Gewalttätern eine Rolle spielen.

4.2 Bildtypen der Eliten

Im vorliegenden Abschnitt werden Bildtypen erläutert, die die in Abschnitt 3.2 zusammengefassten Kriterien für die Konstruktion des Fremdstereotyps der Eliten visuell repräsentieren. Dabei wird auf folgende Fragen eingegangen: Mit welchen Bildtypen werden die Eliten als Übertreter sozialer Normen visualisiert? Und inwiefern werden die Eliten als Sündenböcke für soziale Probleme inszeniert? Insgesamt stellen sich folglich vier Bildtypen dar, die in der späteren empirischen Analyse zu beachten sind.

1) Der Bildtyp der „negativen Personendarstellung“ zeigt sich in der nonverbalen Körpersprache oder den anderen formalen und technischen Darstellungsaspekten. Im Folgenden werden einzelne visuelle Merkmale erläutert, die bei der Darstellung der Personen einen negativen Eindruck beim Betrachter zu hinterlassen vermögen.

Die wichtigsten Elemente der Körpersprache werden laut Marcus Maurer unter Gestik, Blickverhalten und Mimik zusammengefasst. Vor allem versteht man unter Gestik die Bewegungen von Kopf, Armen, Händen und Beinen (vgl. Maurer, 2016, S. 8). Zu der negativen Gestik gehört, dass a) die Arme gefaltet gehalten werden (vgl. Coleman & Banning, 2006, S. 318), b) der Kopf sich nach rechts beugt (vgl. Rückle, 1991, S. 39), c) der Kopf sich leicht nach hinten beugt (vgl. Frey, 2000, 141), d) der Kopf sich senkt und e) das Gesicht durch die eigene Hand bedeckt wird (vgl. T. Petersen, 2001, S. 167f.; T. Petersen & Jandura, 2004, S. 154). Laut Thomas Petersen ist beispielsweise die Verdeckung des Gesichtes ein universal gültiges Kommunikationssignal, das auftritt, wenn man sich unterlegen, verlegen und unsicher fühlt. Diese Gestik lässt sich bei Naturvölkern bzw. bei einer jungen Frau aus einem Stamm auf den

Philippinen beobachten, wenn sie in Verlegenheit gerät. Gleichzeitig ist diese Geste auch in der gegenwärtigen Berichterstattung zu sehen. Die Tageszeitung *Die Welt* zeigt am 27. Okt. 2000 nämlich ein Foto des Fußballtrainers Christoph Daum, der gerade aufgrund des Verdachts des Kokainkonsums auf seine Karriere als Fußball-Bundestrainer verzichten musste (s. Abb. 10). Im Pressefoto verdeckt Daum die untere Hälfte seines Gesichtes durch seine Hand (vgl. T. Petersen, 2001, S. 166-168).



Abbildung 10: Pressefoto in der Welt: Christoph Daum (27. Okt. 2000). In: Petersen, 2001, S. 167

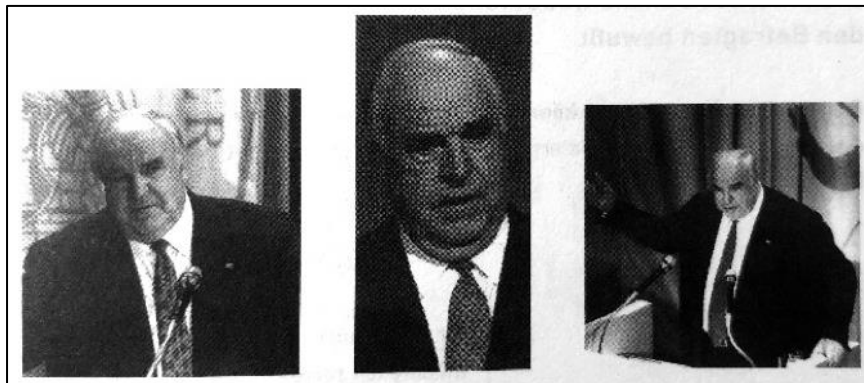


Abbildung 11: Pressefotos aus dem Spiegel: Helmut Kohl (Nr. 5, 31. Jan. 2000. Links und rechts; Nr. 7, 14. Feb. 2000. Mitte). In: Petersen, 2001, S. 169

Zweitens stellen die Augenregion und die Blickrichtungen wichtige nonverbale Informationsquellen dar (vgl. Sülflow, 2020, S. 52f.). Zu dem negativen Blickverhalten zählt, dass a) die Augen der abgebildeten Person geschlossen sind (vgl. Coleman & Banning, 2006, S. 318), b) der Akteur starr blickt (vgl. Barrett & Barrington, 2005, S. 102), c) der Akteur zum Gesprächspartner blickt (vgl. Nagel; Maurer & Reinemann, 2015, S. 842), d) der Akteur nach oben blickt (vgl. Molcho, 1983, S. 126), e) der Akteur seinen Blick senkt und f) der Akteur sich von der Kamera abwendet (vgl. Harper, 1985, S. 38; T. Petersen, 2001, S. 168f.). Thomas Petersen weist beispielsweise in Anlehnung an den Verhaltensforscher Irenäus Eibl-Eibesfeld darauf hin, dass bei den streitenden Vorschulkindern sich der Sieger mit Sicherheit voraussagen lässt. Sieht einer den Gegner direkt an, hebt er das Kinn und die Brauen in der Mitte an, dann ist er wahrscheinlich der Sieger. Im Gegensatz dazu offenbart sich das Gesicht des Verlierers durch den abgewendeten oder gesenkten Blick der Augen. Die Pressefotos aus dem Magazin *Der Spiegel* am 31. Jan. und 14. Feb. 2001 zeigen beispielsweise Helmut Kohl mit einem Blick seitlich zur Kamera (links). Und das Bild in der Mitte zeigt Kohl mit dem gesenkten Blick nach unten (s. Abb. 11). Diese beiden Portraits ähneln dem Gesicht des Verlierers. Bei der Analyse des dritten Bildes knüpft Petersen an das Forschungsergebnis von Hans Mathias Kepplinger über die Kameraperspektive aus den 1970er Jahren an. Die Draufsicht, die die Schwäche der

abgebildeten Person suggeriert, zählt auch zur Variante des Verlierergesichtes (vgl. T. Petersen, 2001, S. 168f.).

Die Mimik schließlich – drittens – bezeichnet verschiedene Ausdrucksformen des Gesichtes (vgl. Maurer, 2016, S. 8). Werner Herkner zufolge sind der Ausdruck von Emotionen durch Gesichtsausdruck sowie das Ablesen von Mimik angeborene Fähigkeiten des Menschen (vgl. Herkner, 2004, S. 279). Zu jenen Gesichtsausdrücken, die die negativen Emotionen ausdrücken und daher negativ vom Betrachter empfunden werden, gehören, a) kaum Mimik (vgl. Dumitrescu; Gidengil & Stolle, 2015, S. 47), b) nach unten gezogene Mundwinkel (vgl. Lobinger & Brantner, 2015, S. 80; Reinemann & Maurer, 2007, S. 80), c) aufeinandergepresste Lippen ohne bewegte Mundwinkel, d) gesenkte oder zusammengezogene Augenbrauen (vgl. Ekman & Friesen, 2003, S. 83). Der Analyse des Ausdrucks der Emotion durch Mimik führt ursprünglich auf Charles Darwin im 19. Jahrhundert zurück, der den Ursprung der Emotionen und ihre Ausdrucksweise bei Menschen und Tieren untersuchte. Darwin wies darauf hin, dass eine gewisse Mimik bei den Urmenschen zu bestimmten Zwecken oder infolge einer Gewohnheit bewusst ausgeführt wurde. In der biologischen Evolution wurde die Assoziation zwischen der Muskelbewegung des Gesichtes unter einem bestimmten Seelenzustand zur Reflexhandlung umgewandelt. Die Mimik wird daher als Ausdruck der Emotion vererbt (vgl. Darwin, 2015, S. 35, 37). Nach rund 100 Jahren untersucht der amerikanische Psychologe Paul Ekman auf der Basis der Überlegungen von Darwin die genauen Bewegungen der Gesichtsmuskeln bei Emotionen. Beispielsweise wird der heruntergezogene Mundwinkel als Signal für Trauer, Verneinung oder Ungläubigkeit aufgesetzt (vgl. Ekman, 2014, S. 146f.). Und diese Mimik kann gerade im Fall der visuellen Repräsentation von Politikern als zweifelnd im Sinne von unsicher und unzufrieden interpretiert werden, und daher einen negativen Eindruck unter den Rezipienten hinterlassen (vgl. Lobinger & Brantner, 2015, S. 24).

Viertens gehört zum Bildtyp der „negativen Personendarstellung“ noch die positive Körpersprache mit negativen Wörtern im Kontext. Dabei passt der nonverbale mit dem verbalen Inhalt nicht zusammen. Friederike Nagel zufolge wird eine solche Kommunikation als inkonsistent bezeichnet. Die inkonsistente Kommunikation führt zur Irritation der Rezipienten und sorgt für ein negatives Urteil. Beispielsweise fand eine empirische Studie heraus, dass die Verwendung einer offenen Geste¹² von Angela Merkel im TV-Duell 2005 im unmittelbaren Zusammenhang mit einer Äußerung von ihr über negative Konsequenzen eines

¹² Samy Molcho zufolge unterscheidet man zwischen offenen und geschlossenen Gesten. Die offene Geste kennzeichnet sich dadurch, dass der Akteur dem Kommunikationspartner die Handfläche präsentiert. Im Gegensatz dazu handelt es sich um eine geschlossene Geste, wenn die Handfläche der abgebildeten Person verborgen wird (vgl. Molcho, 1983, S. 149f.).

Sachverhaltes für die Wähler beim Zuschauer Ablehnung auslöste (vgl. Nagel, 2012, S. 224). Ein anderes Beispiel, allgemeiner gefasst: Das Lächeln gilt beispielsweise als kulturunabhängiger Gesichtsausdruck mit positiven Emotionen in der sozialen Interaktionen (vgl. Ekman & Friesen, 2003, S. 83). Jedoch wird ein lächelnder Politiker bei der Ankündigung der Steuererhöhungen negativ beurteilt. Diese Mimik von Freundlichkeit suggeriert die Arroganz der Politik gegenüber den Bürgern bzw. den Steuerzahlern (vgl. Maurer, 2010, S. 66).

Ein weiteres Erkennungsmerkmal des Bildtyps „negative Personendarstellung“ betrifft die räumliche Relation der Bildmotive in einer Bildmontage zueinander und die Schärfe des Bildmotives. Karin Fleissner untersucht beispielsweise die Berichterstattung über die Kanzlerkandidaten in der Union, Edmund Stoiber und Angela Merkel vor der Bundestagswahl 2002 mit der konkreten Frage, ob einer der Kandidaten günstiger dargestellt wird. Dazu werden die Merkmale zur negativen Darstellung zuerst theoretisch zusammengefasst und dann inhaltsanalytisch codiert. Die Abbildung einer Person hinter der anderen indiziert ihre geringere Bedeutung gegenüber der anderen Person im Bild. Eine Person erscheint außerdem unwichtig, wenn sie an den Rand des Bildes gedrängt wird. Das gleiche gilt, wenn sie von anderen Objekten im Bild verdeckt, oder unscharf abgebildet wird. Insgesamt werden 301 Pressfotos aus den Nachrichtenmagazinen *Spiegel* und *Focus*, sowie aus der *Süddeutschen Zeitung (SZ)* und der *Frankfurter Allgemeinen Zeitung (FAZ)* in der fünfmonatigen Zeit vom 1. Oktober 2001 bis zum 28. Februar 2002 analysiert. Dabei gingen keine Fotomontagen in die Untersuchung ein. Aus der empirischen Untersuchung ergibt sich, dass im genannten Zeitraum Edmund Stoiber insgesamt positiver als Angel Merkel visuell repräsentiert wird (vgl. Fleissner, 2004). Auf der Basis der Analyse von Fleissner lässt sich die Regel auf die Bildmotive in einer Montage zusammenfassend übertragen: a) Wenn die abgebildete Person von anderen Bild- oder Textmotiven abgedeckt ist, wirkt sie negativ; b) Wenn der Protagonist im Vergleich mit anderen Personen kleiner abgebildet wird, entsteht dadurch ein Nachteil im Sinne eines suggerierten Bedeutungsverlustes; c) Die abgebildete Person, die am Rand, bzw. weniger als ein Drittel vom seitlichen Bildteil platziert wird, wirkt negativ; d) Wenn die Person unscharf abgebildet wird, erscheint diese Darstellung ungünstig.

Generell kommt in dem Bildtyp der „negativen Personendarstellung“ eine abwertende Charakterisierung zum Ausdruck. Die forschungsleitende Annahme lautet an dieser Stelle nun, dass dieser Bildtyp von der AfD zur Veranschaulichung der Fremdstereotype in den bereits erarbeiteten Grundmustern „Stigmatisierung“ und „Sündenbock“ benutzt werden. Dadurch würden die Eliten als Normbrecher stigmatisiert und als Sündenböcke dargestellt. Insofern wird in der vorliegenden empirischen Untersuchung der Bildtyp der „negativen

Personendarstellung“ in zwei Subgruppen geteilt: (1) „Stigma-Träger“ und (2) „Sündeböcke“. Die Subgruppe „Stigma-Träger“ könnte für die visuelle Repräsentation der Eliten als Volksverräter und als Gesetzesbrecher mit dem thematischen Grundbezug zur Konfrontation zwischen dem nationalen Volk und den Eliten zum Einsatz kommen. Die Subgruppe „Sündebock“ könnte zum Instrument der Visualisierung der Eliten als Sündenbock in den Bilddokumenten der AfD im thematischen Zusammenhang mit der Frontstellung zwischen dem nationalen Volk und den Fremden gemacht werden (vgl. Tab. 2). In der empirischen Bildanalyse wird überprüft, ob sie die beiden Subgruppen im jeweiligen thematischen Kontext verwendet hat. Und es ist zu erörtern, ob und inwieweit ihre rechtspopulistische Weltanschauung dadurch vermittelt wird.

2) Zum Bildtyp „Geldverschwendung“ gehören Bildmotive wie Münzen, Geldbeutel, Goldstücke usw. Die Anwendung dieses Bildtyps findet sich im thematischen Kontext der Verschwendung von Steuergeldern. Sascha Demarmels analysiert beispielsweise ein Schweizer Abstimmungsplakat im Kontext der Steuerverschwendung. Dieses Plakat zeigt ein Skelett, das die goldenen Münzen aus dem Fenster eines Gebäudes wirft (s. Abb. 12). Auf der Fassade dieses Gebäudes ist die Aufschrift „Staatwirtschaft“ zu lesen. Darunter hängt eine Flagge mit Hammer und Sichel. Das Bild wird noch mit dem Untertitel „Vermögensabgabe“ versehen. Das Plakat wurde im Rahmen einer Initiative gegen die Forderung der politischen Linken nach einer Vermögensabgabe eingesetzt. Das Skelett verkörpert die linken Politiker, die das Geld verschwenderisch ausgeben, und zwar wortwörtlich „zum Fenster hinausschmeißen“. Das Geld ist generell ein Symbol für Schatz. Das Bildmotiv des Abstimmungsplakates weist überdies einen Sack und Goldmünzen aus, womit eine Analogie zum Schatz hergestellt wird, genauer gesagt des Staatsschatzes bzw. des Staatsvermögens, gebildet aus den staatlichen (Steuer-)Einnahmen, die ihrerseits von dem fleißigen Volk geleistet wurden und werden. Dieses hart erarbeitete Gemeingut, so die Suggestion, wird von den Politikern verschwendet (vgl. Demarmels, 2009b, S. 105f., 175, 214). In diesem Sinne vermittelt der Bildtyp „Geldverschwendung“ ein Vorstellungsbild von den Eliten als Volksverrättern. Dieser Bildtyp erfüllt die Verbildlichung des in Abschnitt 3.2 erarbeiteten Modells „Stigmatisierung“ für die Konstruktion des Fremdstereotyps. In den rechtspopulistischen Narrationen der AfD werden die politischen Eliten insbesondere auf der Grundlage einer als zu hoch empfundenen Parteienfinanzierung und der Steuerverschwendung kritisiert. Darüber hinaus werden zahlreiche politische Entscheidungen der Eliten als Belastung für die deutschen Steuerzahler angesehen. Deswegen könnte der Bildtyp „Geldverschwendung“ im Zusammenhang mit den Themen „Demokratie_Partiefinanzierung“, „Demokratie_Steuerverschwendung“ und anderen

Themen im Zusammenhang mit der Narrationen, dass die politischen Eliten oder die Fremden das nationale Volk belasten, zum Einsatz kommen (s. Tab. 3). Es ist in der vorliegenden Bildanalyse zu überprüfen, ob das genannte Bildmotiv im Zuge dieser Themen Verwendung findet. Und es erfordert Antworten auf die Frage, ob und inwieweit die rechtspopulistische Ideologie sich durch diesen Bildtyp, mit dem die Eliten als Stigmaträger bzw. als Volksverräter visualisiert werden, artikulieren lässt.



Abbildung 12: Schweizer Abstimmungsplakat: *Vermögensabgabe* (Dez. 1922). In: Demarmels, 2009d. S. 19.

4) Der Bildtyp des „Totschweigens“ zeigt sich im Bildmotiv des zugehaltenen Mundes. Dieser Bildtyp ist nicht selten in Verbindung mit öffentlich artikuliertem Protest gegen die Autoritäten wie Volksvertreter und staatliche Institutionen bzw. gegen die Kontrolle der Rede-, Presse- oder Meinungsfreiheit zu sehen. Frédéric Bußmann analysiert beispielsweise ein Plakat aus der französischen Studentenbewegung der späten 1960er Jahre. Im Vordergrund dieses Bildes wird ein junger Mann dargestellt, dessen Mund von einer als dunkler Schatten dargestellten Figur von hinten mit der Hand zugehalten wird (s. Abb. 13). Das Bildmotiv wird mit der Aussage versehen: „Sois Jeune Et Tais Toi“ (Junge, halt die Klappe). Der Schattenriss mit einer Soldatenschirmmütze lässt sich als General de Gaulle, dem Hauptgegner der Pariser Revolten, identifizieren. Und da das Käppi de Gaulles damals auch von den französischen Polizisten getragen wurde, liegt die Analogie zur Polizei nicht weit. Sie handelt im Auftrag der Staatsmacht, sodass der übergroße Schatten ebenfalls die autoritären französischen Regierenden verkörpert. Das Bildmotiv des zugehaltenen Mundes impliziert die Unterdrückung und die Einengung der Meinungsfreiheit durch den als paternalistisch und autoritär empfundenen Staat. Dabei wird die politische Kritik überhöht und plakativ mit dem Ziel dargestellt, unter den Rezipienten Aufbegehren zu provozieren (vgl. Bußmann, 2011, S. 43f.)



Abbildung 13: Plakat aus der 68-Bewegung: *Sois Jeune Et Tais Toi* (1968). In: Bußmann, 2011, S. 43f.



Abbildung 14: Protest-Selfies: *#FREEAJSTAFF* (2014). In: Grohmann, Abdulsalam & Wyss, 2015, S. 34

Der Bildtyp des „Totschweigens“ wird auch in der gegenwärtigen Protestbewegung für die Meinungs- und Pressefreiheit eingesetzt. Miriam Grohmann, Layla Abdulsalam und Eva Wyss analysieren beispielsweise ein Protest-Selfie der Aktion „#freeajstaff: Journalism is not a crime“, die im Februar 2014 in Ägypten ins Leben gerufen wurde. Die Internetnutzer forderten in Bildbeiträgen auf Facebook mit diesem Hashtag die Freilassung der inhaftierten Journalisten des arabischen Nachrichtensenders *AlJazeera*. In den Protest-Selfies stellten sich die Aktivist:innen wiederholt mit dem zugeklebten Mund und einem Schild vor der Brust in einem schwarz-weißen Porträt aus einer Nah-Kameraeinstellung zur Schau (s. Abb. 15). Auf dem Schild steht das Wort „#freeajstaff“. Der zugeklebte Mund ist ein ikonischer Hinweis auf die Verletzung und die Unterdrückung der Rede- und Pressefreiheit (vgl. Grohmann; Abdulsalam & Wyss, 2015, S. 34f.). Der Bildtyp des „Totschweigens“ zeichnet also ein Charakterbild der Eliten als Stigma-Träger bzw. als Meinungsdiktatoren. Dies deckt sich mit dem in Abschnitt 3.2 entworfenen Konzept „Stigmatisierung“ für den Aufbau des Fremdstereotyps. Da im Sinne der rechtspopulistischen Ideologie der AfD die Eliten als Meinungsdiktatoren betrachtet werden, könnte der Bildtyp des „Totschweigens“ unter den Bildern der AfD zum Thema „Demokratie_Meinungsmonopol“ (vgl. Tab. 2) verwendet werden. In der empirischen Bildanalyse werden ihre Bilddokumente auf den Bildtyp durchgesehen. Es erfordert Antworten auf die Frage, ob und inwiefern die AfD sich des Bildtyps zur Visualisierung des Rechtspopulismus bedient.

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass vor allem die Bildtypen der „negativen Personendarstellung“, der „Geldverschwendung“ und des „Totschweigens“ unter den Bildern der AfD dazu dienen könnten, die Eliten als Übertreter sozialer Normen zu charakterisieren. Außerdem könnte der Bildtyp der „negativen Personendarstellung“ zum Instrument der Visualisierung der Eliten als Sündenböcke für die

Probleme im thematischen Zusammenhang mit der Konfrontation des nationalen Volkes gegen die Fremden gemacht werden.

4.3 Bildtypen der Fremden

Bereits in Abschnitt 3.2 wurden allgemeine Kennzeichen solcher Bildtypen herausgearbeitet, die die Stereotype jener Fremdgruppe von Geflüchteten, Asylbewerbern, Muslimen und Ausländern konstruieren. Im Folgenden geht es um die Fragen, mit welchen Bildtypen diese Fremdgruppen als potenzielle Wettbewerber um die Ressourcen des nationalen Wohlfahrtsystems gegenüber der Wir-Gruppe visuell repräsentiert werden. Mit welchen Bildtypen werden die Fremden als Stigmaträger bzw. als Gesetzesbrecher charakterisiert? Inwiefern werden die Fremdgruppen als Gefahr für das physische Wohlbefinden der Wir-Gruppe inszeniert? Und inwieweit werden die Fremdgruppen als rückständig bzw. als Bedrohung für die kollektive Identität und den Wert der Wir-Gruppe auf der Bildebene charakterisiert? Insgesamt lassen sich vier Bildtypen im Folgenden erläutern.

1) Zum Bildtyp „Der Zustrom von Geflüchteten“ gehen die Bildmotive der „Massenbilder“ und des „Flüchtlingsschiffs“. Dieser Bildtyp lässt sich in zwei thematischen Kontexten, nämlich der Armutswanderung und der illegalen Einwanderung nachweisen. Das Bildmotiv der „Massenbilder“ beinhaltet im Kern, dass dicht gedrängte Personen als Teil einer homogenen Menschenmenge abgebildet sind. Im thematischen Zusammenhang der Armutswanderung nach Europa werden die Geflüchteten nämlich durch die Darstellung mit diesem Bildmotiv nicht als Individuum, sondern als eine anonyme Masse veranschaulicht. Cord Pagenstecher analysiert beispielsweise ein Titelbild aus dem *Spiegel* am 26. Juni 2006. Dieses Bild zeigt eine Gruppe von meist dunkelhäutigen Menschen an der Küste (s. Abb. 15). Mit der Überschrift „Ansturm der Armen. Die neue Völkerwanderung“ sind diese abgebildeten Menschen als arme Einwanderer in das deutsche Sozialsystem zu erfassen. Die massenhaft dargestellten Einwanderer sind nicht individuell identifizierbar (vgl. Pagenstecher, 2008, S. 613). In diesem Sinne erscheint der unkontrollierbare und unerwünschte Ansturm von Menschen bedrohlich für die inneren geordneten Verhältnisse im Land. Und diese schiere Masse von Armen wird nicht als wirtschaftliche oder kulturelle Bereicherung der Gesellschaft, sondern als besorgniserregend wahrgenommen. Verkürzt gesagt, nimmt sie nämlich das weg, was nach den Gesetzen des Staates den einheimischen Bedürftigen zusteht. Dazu verweist Matthias Thiele darauf, die visuelle Darstellung der unidentifizierbaren und massenhaft Geflüchteten in der Asyldebatte stehe in Verbindung mit der Frage nach den Kosten für ihre Aufnahme bzw. mit Überlegungen zu der sozialen Belastungsgrenze der deutschen

Steuerzahler. Denn anders als die Gastarbeiter in den 1970er Jahren in der Bundesrepublik, die als nützlich und im Rahmen ihres Beitrags zur Wohlstandssteigerung auch als graduell integrierbar bezeichnet wurden, ist die Masse der anonymen Geflüchteten als etwas sich Aufdrängendes bzw. als Zustrom in das Sozialsystem Deutschlands wahrzunehmen. Die visuelle Repräsentation der Masse von Geflüchteten lässt sich also assoziativ mit dem Negativsymbol des Schmarotzers engführen (vgl. Matthias Thiele, 2005, S. 34-37).



Abbildung 15: Titelseite des Spiegels: *Ansturm der Armen* (H. 26, 26. Jun. 2006). In: Pagenstecher, 2008, S. 612



Abbildung 16: Luca Turi: *Das überfüllte albanische Flüchtlings Schiff „Vlora“ vor der italienischen Küste* (1991). In: Herbert, 2011, S. 321

Als eine Variante des Bildmotivs der „Massenbilder“ zeigt sich das Bildmotiv verschiedener Arten von Schiffen voller Menschen. Unter dem Thema der Armutswanderung gilt dieses Bildmotiv als Sinnbild für die wirtschaftliche Belastung der nationalen Sozialsysteme qua Massenzuwanderung. Mit Blick in die Geschichte waren beispielsweise laut Ulrich Herbert die west- und südeuropäischen Länder insbesondere nach dem Zerfall der Sowjetunion von einer Masseneinwanderung aus Osteuropa bedroht. Ein Pressefoto aus der *Zeit* am 16. August 1991 dokumentiert die Situation auf dem völlig überfüllten Flüchtlings Schiff *Vlora* mit mehr als 11.000 Menschen im Hafen von Bari, Italien. Dieses Bild führte damals zur Zuspitzung der Stimmung in Deutschland (s. Abb. 16). Das ursprüngliche Mitgefühl der Deutschen wandelte sich zu Verunsicherung und Sorge. Ihnen stellte sich die Frage, ob „unser“ Wohlstand gefährdet sei, wenn sich diese Szene im Pressefoto morgen auch in Deutschland faktisch abspielte. (vgl. Herbert, 2011, S. 319-321). Das Bildmotiv des überfüllten Flüchtlings Schiffes visualisiert ebenso die Parole „Das Boot ist voll“, wobei das Boot mit dem Staat bzw. dem Land metaphorisch gleichgesetzt wird. Cord Pagenstecher zufolge hat die rechtsextreme Partei der Republikaner diese Parole vor der Bürgerschaftswahl in Hamburg im Juni 1991 eingesetzt, um jenes Gefühl zum Ausdruck zu bringen, dass zu viele Fremde ins eigene Land kommen. Dieses Gefühl, getragen von Xenophobie, mischte sich mit der Angst vieler eher sozialschwacher Einheimischer vor dem Verlust von staatlichen Zuwendungen. Dabei entsteht ein gefühlter Wettbewerb, dass die finanzielle Unterstützung für

die Neuankömmlinge zum Interessenverlust der Einheimischen führt. Die sozial Schwachen bildeten durchaus eine wichtige Zielgruppe der Partei „Die Republikaner“ (vgl. Pagenstecher, 2008, S. 606-609). Der Bildtyp „Der Zustrom von Geflüchteten“ vermittelt im thematischen Zusammenhang mit der Armutswanderung insgesamt ein Rollenbild von den Fremden als Konkurrenten des nationalen Volkes um Ressourcen aus dem Wohlfahrtssystem. Dies kommt dem schon vorher ausgearbeiteten Modell „Ressourcenkonflikt zwischen der Wir-Gruppe und den Fremdgruppen“ für die Herstellung des Fremdstereotyps entgegen. In den Partei- und Wahlprogrammen der AfD werden die Asylbewerber und Immigranten pauschal als Bedrohung des Wohlstandes der Deutschen gekennzeichnet, und so könnte der Bildtyp „Der Zustrom von Geflüchteten“ in ihren Bilddokumenten zum Thema „Asyl_Wohlfahrtssystem“ Verwendung finden (vgl. Tab. 2). Es soll in der empirischen Bildanalyse erläutert werden, ob und inwieweit dieser Bildertyp zur Visualisierung der Fremden als Konkurrenten des nationalen Volkes im Ressourcenkonflikt eingesetzt wird.

Außerdem kommt der Bildtyp „Der Zustrom von Geflüchteten“ im thematischen Kontext der illegalen Einwanderung zum Einsatz. Unter diesem Thema stellt sich mit diesem Bildmotiv der „Massenbilder“ ein alarmierendes Drohbild der massenhaften Wanderungsbewegung dar. Laura Vorberg untersuchte beispielsweise den 90-sekündigen Spot der AfD zur Bundestagswahl 2017. In einer zentralen Sequenz dieses Werbefilms wird die illegale Einwanderung thematisiert, wobei ein Bild in schwarz-weiß eingeblendet wird, das eine anonymisierte und verschwommene Menschenmasse vor einem Lattenzaun zeigt (s. Abb. 17)¹³. Dieses Bild veranschaulicht die Bedrohlichkeit der illegalen Einwanderer. Der Zaun steht nämlich nicht nur für die geografische Grenze, sondern auch für eine Schutzlinie zwischen den Staatsbürgern und den illegalen Zuwanderern sowie zwischen den Freunden und Feinden. Auf der Innerseite der Grenze ist nämlich alles gut und bewahrenswert. Im Kontrast dazu erscheinen die auf der Außenseite der Grenze stehenden Unbekannten bedrohlich; sie müssen daher bekämpft werden. Außerdem wird die Bedrohung der illegalen Einwanderer durch ihre Formation als Masse, also durch ihr massenhaftes, geballtes Auftreten betont. Die Abbildung der Flüchtlingsmasse ist metaphorisch als Naturgewalt bzw. eine Wassermasse wahrzunehmen, die die Landschaften verwüstet und großen Schaden hinterlässt. Durch diese Sinnzuschreibung empfindet man Empathie mit dem Volk bzw. den (möglichen) Opfern einer Naturkatastrophe sowie auf der anderen Seite Feindseligkeit gegenüber den illegalen Einwanderern (vgl. Vorberg, 2019, S. 478-481).

¹³ Das Bild wird nicht in der Studie von Laura Vorberg gezeigt, sondern von mir recherchiert.

Außerdem zeigt sich das Bildmotiv des „Flüchtlingsschiffs“ im thematischen Kontext der illegalen Asylzuwanderung. Dabei lässt sich dieses Bildmotiv als Abbildung eines Transportmittels nach Europa für zahllose illegale Einreisende identifizieren. Roland Bleiker, David Campbell, Emma Hutchison und Xzarina Nicholson analysieren ein Titelbild aus der Zeitung *The Australian* als repräsentatives Beispiel für das Portrait der Flüchtlinge in den australischen Zeitungen in zwei ausgewählten Zeiträumen, nämlich August bis Dezember 2001 und Oktober 2009 bis September 2011, in denen die Asyldebatten intensiv geführt wurden. Das Bild in der Mitte der Titelseite dieser Zeitung zeigt ein mittelgroßes Boot (s. Abb. 18). Die Asylsuchenden, die sich durchaus unter unhaltbaren Zuständen auf dem Schiff befänden, werden nicht als schutzbedürftig und möglicherweise sogar sympathisch dargestellt, sondern im Kontext des Zeitungsartikels als illegal eingereiste Einwanderer angesehen (vgl. Bleiker; Campbell; Hutchison & Hicholson, 2013, S. 398-400). Die visuelle Darstellung des Flüchtlingschiffs in den Medien steht Matthias Thiele zufolge im Zusammenhang mit der Vorstellung von Schlepper- und Schleuserbanden, die illegale Asylzuwanderung fördern, und damit direkt im Zusammenhang mit der Frage nach der Legalität der Einreise und der Dunkelziffer der in Deutschland lebenden illegalen Einwanderer (vgl. Matthias Thiele, 2005, S. 52, 61, 88). In diesem Zusammenhang dient der Bildtyp „Der Zustrom von Geflüchteten“ der Anschauung des Fremdstereotyps im zuvor herausgearbeiteten Muster „Stigmatisierung“, wobei die Asylbewerber als Gesetzesbrecher bzw. als illegal Einreisende charakterisiert werden. Deswegen könnte dieser Bildtyp dabei helfen, die Bilddokumente der AfD im Zuge des Themas „Asyl_Illegale Einreise und Betrug“ zu analysieren (vgl. Tab. 2). Es ist in der vorliegenden empirischen Untersuchung zu untersuchen, ob und inwieweit dieser Bildtyp zur Visualisierung der Fremden als Gesetzesbrecher dient, und inwiefern die rechtspopulistische Weltanschauung dadurch zum Ausdruck gebracht wird.

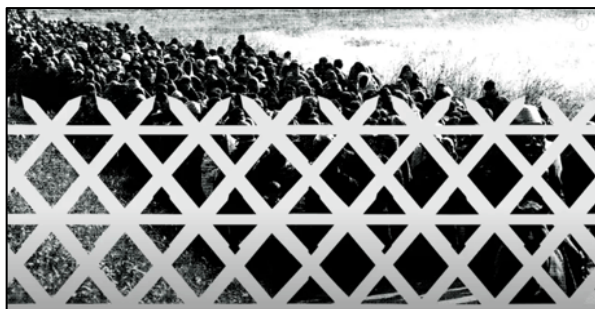


Abbildung 17: Ausschnitt aus dem Spot der AfD zur Bundestagswahl 2017 (01. Sep. 2017). Quelle: <https://www.youtube.com/watch?v=RRoHZ-QKwhk> Zugriff: 12. 01. 2021



Abbildung 18: Titelseite der Zeitung *The Australian*: *No vacancy for boatpeople* (14. Okt.

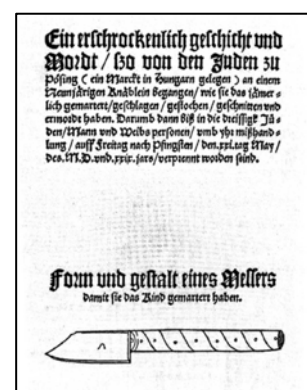


Abbildung 19: Holzschnitt zu der Flugschrift: *Ein erschrockenlich Geschicht und Mordt/szo*

2009). In: Bleiker et al,
2013, S. 409

*von den Juden zu Pösing
(ein Marckt in Hungarn
gelegen) an einem
Neunjährigen Knäblein
begangen (1529). In:
Krass, 2011, S. 28*

2) Den Bildtyp „Der gewalttätige Fremde“ kennzeichnet das Bildmotiv der Waffe. Es handelt sich um Feindbilder aus dem kulturellen Gedächtnis. Laut Elke Anna Werner sind typische Feindbilder, Drohbilder, indem die Fremden in Konfliktsituationen die Wir-Gruppe bedrohen. Furcht und Abscheu gehören zu den Affekten, die das Drohbild auslöst. Durch die gefühlte Bedrohung lassen sich die von diesen Bildern angesprochenen Rezipienten als eine Gemeinschaft solidarisieren und gegen die Fremden abgrenzen. Zu den ältesten Feindbildern im christlich-europäischen kulturellen Gedächtnis gehören die Juden (vgl. E. Werner, 2011, S. 302-305). Urte Krass zufolge wurde seit dem späten Mittelalter das Bedrohungsgefühl gegenüber Juden durch Schriften bewusst geschürt. Sowohl auf textlicher als auch auf bildlicher Ebene wurden die Verbrechen der Juden wiederholt dargestellt. In einer Flugschrift aus dem Jahr 1529 wurde beispielsweise ein brutaler Mord von Juden an einem kleinen Christenkind geschildert. Die Juden haben mit Folterwerkzeugen seinen Körper eingestochen, um das Blut herauszuholen. Auf dem Flugblatt wird ein Messer abgebildet (s. Abb. 19). Das Verbrechen der Juden und ihr Bedrohungspotenzial im Alltag werden im Bildmotiv Messer verdichtet (vgl. Krass, 2011, S. 28).

Der Bildtyp „Der gewalttätige Fremde“ zeigt sich auch im Kontext der Türkenfeindlichkeit. Winfried Schulze wies darauf hin, dass die Obrigkeit im 16. Jahrhundert die mangelnde Identifikation der Bevölkerung mit der Sozialordnung des Reiches als eine Bedrohung sah. Um die Bevölkerung um sich zu scharen, versuchte sie in öffentliche Diskussionen einzugreifen, indem sie durch Verlautbarungen und Predigten das Bild der Muslime als Gefahr für die Christen konstruierten (vgl. Schulze, 1978, S. 364). Daher werden laut Elke Werner die Muslime und Türken bis ins 19. Jahrhundert in den Flugblättern als grausame und fanatische säbelschwingende Angreifer dargestellt (vgl. E. Werner, 2011, S. 304). Der Bildtyp „Der gewalttätige Fremde“ veranschaulicht das Fremdstereotyp im bereits aufgestellten Muster „Physische Bedrohung“, wobei ein Drohbild von den Fremden für die Einheimischen erzeugt wird. Daher könnte dieser Bildtyp in Bildbeispielen der AfD im thematischen Zusammenhang mit der „Asyl_Ausländerkriminalität“ und des „Asyl_Islamischen Terrorismus“ verwendet werden. Es wird in der empirischen Bildanalyse überprüft, ob der Bildtyp in der Bildkommunikation der AfD Verwendung findet. Und es erfordert Antworten auf die Frage, ob und inwieweit ihre rechtspopulistische Weltanschauung durch den Bildtyp visualisiert.

3) Zum Bildtyp „Kriminelle“ gehören die drei Gruppen von Bildmotiven „Schattenmann“, „Kapuzenmann“ und „Schutzmann gegen Gefährdete“. Dieser Bildtyp kommt im thematischen Kontext der Kriminalität und des Terrorismus zum Einsatz. Vor allem zeigt sich das Bildmotiv „Schattenmann“ in einer dunklen Silhouette. Dieses Bildmotiv wird beispielsweise im Plakat zum Film „Der dritte Mann“ (1949, Regie: Carol Reed) verwendet. Das Plakat zeigt eine große schattenhafte Gestalt auf einer Fassade eines Gebäudes. Die orange Farbe der Straßenlampe und des Himmels hebt insbesondere den Kontrast zwischen dem Schatten und dem Licht hervor (s. Abb. 20). Das Drehbuch des Films beruht auf einem Roman von Graham Greene. Der Held ist ein unbekannter Schriftsteller Holly Martins in der unmittelbaren Nachkriegszeit, der für ein Arbeitsangebot nach Wien reist und zufällig Mord, Betrug und Korruption begegnet. Andreas Fleischer zufolge gehört das Bildmotiv „Schattenmann“ im Plakat zur stereotypen Darstellung von Kriminellen (vgl. Fleischer, 2009, S. 647). Das Schattenmann-Symbol führt laut Fleischer ursprünglich auf ein Propagandabild des NS-Regimes während des Zweiten Weltkriegs zurück. Aber er wurde damals nicht im Kontext von Kriminalität, sondern in der Propagandakampagne „Feind hört mit“ in Bezug auf militärische Spionage verbreitet. Durch das Schattenmann-Symbol wurde ein undefinierbarer Feind konstruiert. Der Feind ist nämlich nicht an oder hinter der Front, sondern mittendrin in der Volksgemeinschaft. Seine Anonymität drückt sich im Schatten aus, als Surrogat für eine beliebig einsetzbare Person – jeder kann ein potenzieller Feind sein. Das Ziel ist, Misstrauen im Volk zu verbreiten. Die visuelle Repräsentation des Schattenmanns verleitet dazu, Emotionen bei den Betrachtern zu wecken wie Bedrohungsfantasie und die eigene Angst (vgl. Fleischer, 2009, S. 640, 642, 646f.).

Zweitens besteht das Bildmotiv „Kapuzenmann“ in der Abbildung einer Person, deren Gesicht wegen der Bedeckung nicht zu erkennen ist. Als Beispiel dient eine Fotografie vom AP-Fotograf (Associated Press) Kurt Strumpf. Klaus Forster und Thomas Knieper analysieren dieses Foto und bezeichnen es als historische Aufnahme für die politische Ikonografie des Terrorismus. Das Magazin *Die Zeit* hat das Bild in einem Bericht über den terroristischen Anschlag der palästinensischen terroristischen Vereinigung *Schwarzer September* auf die Olympischen Sommerspiele 1972 in München am 8. September 1972 veröffentlicht (s. Abb. 21). Im Zentrum des Fotos steht ein Mann mit einer Maske im trüben Licht. Die Terroristen hatten vor der Fotoaufnahme zwei Sportler der israelischen Delegation erschossen und darunter weitere Mitglieder als Geiseln genommen. Während der Geiselnahme kam der maskierte Mann auf einen Balkon ans Geländer und schaute nach unten. Diese Szene wurde von Kurt Strumpf aufgenommen. Nach dem gescheiterten Gespräch mit der deutschen Polizei wurden am Ende alle Geiseln brutal ermordet (vgl. Forster & Knieper, 2008, S. 434-439). Zur Variante des

Bildmotivs „Kapuzenmann“ gehörten noch die Abbildung eines Gesichtes im Dunkel, eines unscharfen Gesichtes und eines Gesichtes, das in einer Bildmontage teilweise verdeckt wird. Oder es wird nur eine charakteristische Körperhaltung gezeigt, ohne das Gesicht zu offenbaren. Nach Sacha Demarmels wird durch die Nicht-Abbildung des Gesichtes angedeutet, dass die Bedrohung gesichtslos, anonym und allgegenwärtig ist und deswegen auch nicht dauerhaft beseitigt werden kann (vgl. Demarmels, 2009a, S. 36).



Abbildung 20: Filmplakat: *Der Dritte Mann* (1949). Quelle: <https://der-film-noir.de/v1/node/60> Zugriff: 24. 09. 2020



Abbildung 21: Kurt Strumpf: *Olympisches Dorf*; Fotografie; (05. Sep. 1972). In: Forster & Knieper, 2008, S. 435



Abbildung 22: Wahlplakat der CDU: *Den Bürger schützen - Den inneren Frieden erhalten* (1986-1987). In: Jäger, 2005, S. 253

Drittens fallen unter der Gruppe „Schutzmann gegen Gefährdete“ Bildmotive mit Bezug zur Polizei wie Polizeiuniform, Streifenwagen, Polizeilichter, Polizeisiegel usw. Jens Jäger zufolge erfährt die Bedeutung des Begriffs der „Polizei“ im 19. Jahrhundert eine Verschiebung. Vormals bezieht sich der Begriff auf sämtliche Verwaltungseinrichtungen eines Staates, danach beschränkt er sich auf die Institutionen, die für gesellschaftliche Sicherheit und Ordnung zuständig sind. Ein Markstein in der Entwicklungsgeschichte der Organisationen der modernen Polizei ist die Einrichtung der „metropolitan Police“ in London durch den damaligen Premierminister Robert Peel. Die englischen Polizisten erhielten neue Uniform mit einem charakteristischen Helm. Die Darstellung der Polizisten in Uniform mit aufrechter Körperhaltung war damals in Grafiken und populären Bildmedien sehr gängig. Sie symbolisiert eine friedliche parlamentarisch kontrollierte Staatsmacht in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts (vgl. Jäger, 2011, S. 250f.). In der Weimarer Republik wurde der Polizist in Uniform laut Christoph Spieker als Helfer, Freund und vertrauensvoller Schützer der öffentlichen Ordnung für die Bevölkerung dargestellt. In der NS-Diktatur wurde nahtlos an das Propagandabild der uniformierten Polizei in der Weimarer Zeit angeschlossen, in dem die Polizei ebenso als Freund und Helfer der Volksgemeinschaft inszeniert wurde (vgl. Spieker, 2005, S. 83-85). Jäger zufolge stellt sich die Polizei als Beschützer des Volkes gegen Kriminelle in der Bundesrepublik Deutschland in Bezug auf das Thema der Kriminalitätsbekämpfung dar.

Beispielsweise zeigt das Plakat der Partei CDU im Jahr 1986 einen Polizisten in Uniform bei einem freundlichen Umgang mit einem Kind auf der Straße (s. Abb. 22). Mit der im Vordergrund stehenden Parole „Den Bürger schützen – Den inneren Frieden erhalten“ wird der Polizist als Schutzmann vor den Kriminellen im Rahmen der inneren Sicherheit präsentiert (vgl. Jäger, 2011, S. 250).

Der Bildtyp „Kriminelle“ wird also für die Darstellung derjenigen Personen verwendet, die gegen die Gesetze verstoßen und das physische Wohlbefinden anderer gefährden. Auch hier erweisen sich die Fremdstereotypenmuster „Physische Bedrohung“ und „Stigmatisierung“ (siehe Abschnitt 3.2) als einschlägig im Sinne der Verbildlichung. Daher ist die Heranziehung dieses Bildtyps zielführend für die empirische Analyse der Bildbeispiele der AfD zu den Themen „Asyl_Illegale Einreise und Betrug“, „Asyl_Ausländerkriminalität“ und „Asyl_Islamistischer Terrorismus“ (vgl. Tab. 2). Es soll insbesondere erörtert werden, ob und inwieweit sie aus diesem Bildtyp ein Instrument ihrer rechtspopulistischen Narrationen macht.

4) Zum Bildtyp des „Islams als kulturell Andersartige und politisch Radikale“ gehören Bildmotive der Kleidungsstücke wie Kopftuch, Nikab, Burka, Turban und der islamischen Gebäude wie Moscheen und Minarette, die im thematischen Kontext der Islamfeindlichkeit oder des islamischen Terrorismus verwendet werden. Ansgar Koch analysiert ein Pressefoto aus der *Welt* vom vierten Mai 2004 als Beispiel für das negative Stereotyp der Migranten als Bedrohung für die westliche Kultur. Das Bild verweist auf den Kontext von Integrationspolitik und ihren unterschiedlichen Herausforderungen und Problemen, insbesondere angesichts einer steigenden Zahl von Einwanderern aus der muslimischen Kultur (s. Abb. 24). Das Bild zeigt zwei Frauen in schwarzen Ganzkörperschleiern im Vordergrund. Sie bilden einen Kontrast zu den in bunt und sommerlich gekleideten Einheimischen auf dem Bürgersteig. Das Bildmotiv der Vollverschleierung dient als eine entindividualisierende Darstellungsform des Körpers, die viele Betrachter mit der Unfreiheit bzw. der Unterdrückung von Frauen assoziieren. Dabei werden die Migranten aus der islamischen Kultur als Gefahr für die Mehrheitsgesellschaft wahrgenommen (vgl. Koch, 2009, S. 71f.). Analog dazu betrachtet Ulrike Irrgang die Verschleierung als ein Symbol für kulturelle Fremdheit und als Sinnbild der integrationsunfähigen- und unwilligen Muslime (vgl. Irrgang, 2011, S. 17f.).



Abbildung 23: Die Welt: *Das Spiel ist aus* (04. Mai. 2004). In: Koch, 2009, S. 71



Abbildung 24: Plakat der Schweizerischen Volkspartei: *Stopp. Ja zum Minarettverbot* (2009). In: Liebhart, 2015, S. 91

Der Bildtyp des „Islam als kulturell andersartig und politisch radikal“ implizieren nicht nur die kulturelle Fremdheit, sondern auch die Gefahr des islamischen Terrorismus. Karin Liebhart analysiert beispielsweise ein Plakat der nationalkonservativen Schweizerischen Volkspartei (SVP) in ihrer Initiative für ein Referendum im Jahr 2009 zur Verhinderung der Errichtung neuer Minarette in der Schweiz. Das Plakat zeigt einen Oberkörper einer schwarz verschleierten Frau vor dem Hintergrund der schweizer Nationalflagge (s. Abb. 25). Auf dieser Flagge ragen zahlreiche raketenähnliche schwarze Minarette. Die Darstellung der Verschleierung weckt nicht nur die Assoziation mit dem frauenfeindlichen Islam, sondern auch mit einer Selbstmordattentäterin, was das Gefühl einer potentiellen Gefahr heraufbeschwört (vgl. Liebhart, 2015, S. 92). Das Kopftuch gilt in diesem Sinne als ein Zeichen für den politischen Islam, der ohne ein Bemühen um Differenzierung mit seiner radikalen Variante des Islamismus gleichgesetzt wird, mithin also als gewaltverherrlichende Religion generell gebrandmarkt wird (vgl. Brown, 2009, S. 451; Sahin, 2014, S. 59). Die raketenähnlichen Minarette symbolisieren die „Waffen einer feindlichen Macht“ (vgl. Scavaglieri, 2018, S. 337) und verweisen damit auf die Aggressivität des Islams bzw. der islamistischen terroristischen Anschläge. Gleichzeitig sie bringen auch phallische Symbole mit sich, die zugleich die Unterdrückung der Frauen nahelegen (vgl. Liebhart, 2015, S. 91).

Neben der Vollverschleierung steht auch das Bildmotiv Turban für Muslime als rückständige und radikale Gruppe. Laut Deni Elliott gilt die visuelle Darstellung des Turbans insbesondere nach den Terroranschlägen am 11. September 2001 als Sinnbild für Gewalt und Gefahr des islamistischen Terrorismus. Denn Osama bin Laden, der Anführer der Dschihad-Basis, der diesen Terroranschlag maßgeblich geplant hat und damit zum Inbegriff des Bösen in der westlichen Welt stilisiert wird, tritt in Videoaufnahmen stets mit seinem Turban auf und wird damit identifiziert. Menschen ohne nähere Kenntnisse der islamischen Tradition nehmen

möglicherweise den Turban als von den Terroristen selbst gewähltes Symbol ihrer Gesinnung und ihrer gefährlichen Verbindungen und Machenschaften stellvertretend für den gesamten Islam wahr (vgl. Elliott, 2003, S. 52f.).



Abbildung 25: Bild aus der Weltwoche: Die schleichende Islamisierung Europas (Nr. 43, 2009, S. 26). In: Zeid, 2016, S. 164

Außerdem gilt das Bildmotiv Moschee oder Minarette im islamfeindlichen Kontext als Symbol für die kulturelle Veränderung Europas und für den kulturellen Imperialismus der islamischen Staaten (vgl. Schmitt, 2013, S. 158-160). Amr Zeid analysiert beispielsweise eine Abbildung aus der Weltwoche im Jahr 2009 in Bezug auf das Thema der Islamisierung in Europa (43: 26). Das Bild zeigt eine Landkarte Europas in rötlicher Farbe. Im Osten Frankreichs steht die rötliche Sonne, die einen Kontrast zum Schatten einer Moschee mit Minaretten darunter bildet (s. Abb. 26) – ein Verweis auf die Gefahr aus dem Südosten. Die Bildmotive sind mit der Aufschrift „Die schleichende Islamisierung Europas“ versehen. Wie die Kirchen sich zum Christentum verhalten, repräsentieren die Moscheen und Minarette den Islam. Die Moscheen und Minarette in schwarz ist ein Sinnbild für die Islamisierung Europas, die nicht willkommen und mehrheitlich ungewollt ist (vgl. Zeid, 2016, S. 149, 164-167). Die Vielzahl der dargestellten Moscheen und Minaretten bzw. das Symbol des Islams vor dem grafischen Hintergrund der untergehenden Sonne, also des Abendlandes, wird nämlich zur Metapher der kulturellen Enteignung, einer Art des kulturellen und religiösen Imperialismus der islamischen Staaten. Und der Schatten der Moschee sowie die schwarzen Wolken, die die Sonne verdecken, entwirft ein bedrohliches Szenario. Dieser Prozess der kulturellen Selbstaufgabe verliefte schleichend und stillschweigend, analog zu der kulturellen Invasion aus den islamischen Staaten, die geheim beschlossen und durchgeführt würde.

Alles in allem dient der Bildtyp „Islam als kulturell andersartig und politisch radikal“ der Verfestigung der Fremdstereotype im Rahmen der bezugnehmenden Grundmuster „Physische Bedrohung“ und „Kulturelle Ausgrenzung“. Auf dieser Weise werden die islamischen Gläubigen als Bedrohung für die physische Sicherheit der Einheimischen und für die Unterwanderung der deutschen Kultur porträtiert. Deswegen könnte dieser Bildtyp ein geeignetes Instrument sein, die Bilddokumente der AfD zu den Themen „Asyl_Islamischer Terrorismus“, „Asyl_Muslimische Parallelgesellschaft“ und „Kultur_Kulturkrieg der

Türkei“ zu analysieren. Es erfordert Antworten auf die Frage, ob und inwiefern die Asylbewerber, Immigranten und Muslime durch den Bildtyp als Gefahr für das physische Wohlbefinden und für die Wahrung des kulturellen Erbes des nationalen Volkes visualisiert werden.

Resümierend lässt sich festhalten, dass vor allem die AfD den Bildtyp „Der Zustrom von Geflüchteten“ in der Bildkommunikation verwenden könnte, um die Geflüchteten als Konkurrenten des nationalen Volkes um die Ressourcen aus dem Wohlfahrtsystem Deutschland und als Gesetzesbrecher zu charakterisieren. Und die Bildtypen „Der gewalttätige Fremde“, „Kriminelle“ und „Islam als kulturell andersartig und politisch radikal“ könnten dazu dienen, die Geflüchteten, Einwanderer und Muslime als Gefahr für die innere Sicherheit zu kennzeichnen. Außerdem könnte der Bildtyp „Islam als kulturell andersartig und politisch radikal“ die Muslime als Bedrohung für die Unterwanderung der nationalen Kultur veranschaulichen. Tabelle 4 stellt die in diesem Kapitel definierten Bildtypen und ihre Bedeutungen dar. Diese Bedeutungen stimmen mit den Kriterien der in Abschnitt 3.2 geschaffenen Grundmuster für den Aufbau der antagonistischen Stereotype überein (s. Tab. 4). Und Tabelle 5 zeigt einen Überblick über die in diesem Teil erläuterten Bildtypen und ihre vermutlich dazugehörigen thematischen Kontexte aus den Partei- und Wahlprogrammen der AfD (s. Tab. 5).

Insofern werde ich in der vorliegenden empirischen Untersuchung die visuelle Kommunikation auf die Bildtypen durchsehen. Es geht um Antworten auf die Fragen, ob solche Bildtypen von der AfD verwendet werden, und inwieweit die rechtspopulistische Ideologie durch diese Bildtypen zum Ausdruck gebracht wird. Wie adaptiert bzw. verändert die AfD solche Bildtypen, um sie im Sinne der rechtspopulistischen Ideologie eindeutig zu verorten und zu stilisieren? Und welche neuen Bildtypen sorgen dafür, dass die visuelle Repräsentation der in Abschnitt 3.2 zusammengefassten Grundmuster der kognitiven Eigen- und ausgrenzenden Fremdstereotype zum Zeugnis der rechtspopulistischen Weltanschauung wird?

Grundmuster für die Konstruktion der Eigen- und ausgrenzenden Fremdstereotype	Bildtypen													
	Volk					Eliten				Fremde				
	Fla gge	Den km.	Men ge	Arm ut	Ge wa.	Neg.-Pers.		Geldv ersch.	Schw eigen	Zustrom		Gew altt.	Kri min.	Isla m
					Stig.	Sünd.				Arm.	Ille.			
Das nationale Volk als überlegen	x	x	x											
Das nationale Volk als bedürftig	x			x										
Das nationale Volk als Opfer der physischen Bedrohung von ausländischen Gewalttätern	x				x									
Die Eliten als Übertreter sozialer Normen						x		x	x					
Die Eliten als Sündenbock für soziale Probleme							x							
Fremde als Konkurrenten des nationalen Volkes im Ressourcenkonflikt										x				
Fremde als Gesetzesbrecher											x		x	
Fremde als physische Bedrohung für das nationale Volk												x	x	x
Fremde als Gefahr für die Unterwanderung der nationalen Kultur														x

(X: zutreffend)

Tabelle 4: Bildtypen und ihre entsprechenden Bedeutungen Quelle: Eigene Zusammenfassung

Rechtsp.	Topoi	Themen	Bildtypen												
			Volk					Eliten				Fremde			
			Fla gge	Den km.	Me nge	Ar m.	Ge wa.	Neg.-Pers.		Geldver schw.	Schw eigen	Zustrom		Gew altt.	Kri min.
					Stig.	Sünd.				Arm.	Ille.				
Volk vs. Eliten	Verrat	Parteifinanzier.	x		x			x		x					
		Lobbyismus	x		x			x							
		Steuerverschw.	x		x			x		x					
		Meinungsmono.	x		x			x			x				
	Belast.	Rettungspolitik	x	x	x	x		x		x					
		Währungsreguli.	x	x	x	x		x		x					
		Kosten Energie.	x	x	x	x		x		x					
		Soziale Notlage	x	x	x	x		x		x					
	Missb.	Zwang Energie.	x		x			x							
Handelsabkom.		x		x			x								
Asylmissbrauch		x		x			x								
Volk vs. Fremde	Sicher.	Ausländerkrimi.	x	x	x		x		x				x	x	
		Islami. Terroris.	x	x	x		x		x				x	x	x
	Bedro.	Infektionskrankh.	x	x	x				x						
		Demogr. Selbstz.	x	x	x				x						
	Belast.	Wohlfahrtssyst.	x	x	x	x			x	x		x			
	Missb.	Illeg. Einreise	x	x	x				x				x	x	
	Schutz Kultur	Parallelgesell.	x	x	x				x						x
		Kulturkri.Türkei	x	x	x				x						x

(X: zutreffend)

Tabelle 5: Bildtypen und ihre entsprechenden Themen. Quelle: Eigene Zusammenfassung

5. Methode

Das folgende Kapitel widmet sich der methodischen Auseinandersetzung für die angelegte empirische Untersuchung. Zu Beginn werden das Ziel und die Problemstellung aufgezeigt (Kap. 5.1). Anschließend werden die Methoden der quantitativen Bildtypenanalyse (Kap. 5.2) und der politischen Ikonografie und Ikonologie (Kap. 5.3) vorgestellt. Dazu wird die Auswahl dieser beiden Methoden für die intendierte Bildanalyse begründet. In Abschnitt 5.4 wird es darum gehen, das Untersuchungsdesign zu präsentieren und zu erläutern, bevor abschließend auf die Reliabilität und die Validität der Codierung eingegangen wird (Kap. 5.5).

5.1 Ziel und Forschungsfragen

Die Untersuchung zielt darauf, die Bildstrategien der rechtspopulistischen Partei AfD freizulegen. Dafür werden im zweiten Kapitel vor allem die ideologischen Merkmale des Rechtspopulismus festgestellt, die sich als die Konfrontation zwischen dem nationalen Volk auf der einen und den Eliten sowie den Fremden auf der anderen Seite verstehen lassen (vgl. Kap. 2.1-2.3). Auf dieser Basis lässt sich der Rechtspopulismus der AfD dadurch belegen, dass die sozialen Streitfragen mit solchen Narrationen ausgedeutet werden, die die in Opposition gebrachten Gruppen, also das nationale Volk einerseits und die Eliten sowie Ausländer andererseits, mit bestimmten Eigenschaften wie. z. B. Volksverrätern, Asylbetrügnern und Terroristen versehen (vgl. Kap. 2.4). Danach werden im dritten theoretischen Teil (Kap. 3.1) die Konzepte der kognitiven Stereotype vorgestellt. Kognitive Stereotype sind kollektiv geteiltes Wissen über verallgemeinerte Merkmale über Menschengruppen. Wendet man dieses Konzept auf die rechtspopulistischen Narrationen der AfD an, leitet sich die Annahme ab, dass die Bildstrategien der AfD aus der Visualisierung der rechtspopulistischen Ideologie bzw. der rechtspopulistischen kognitiven Stereotype bestehen.

Davon ausgehend werden in der vorliegenden Forschungsarbeit Modelle der kognitiven Eigen- und ausgrenzenden Fremdstereotype entwickelt, die sowohl aus der Stereotypenforschung als auch den Theorien der sozialen Diskriminierung entliehen sind (vgl. Kap. 3.2). Um diese Stereotype in Bildern zu analysieren bzw. an ihnen zu belegen, werden Konzepte der visuellen Stereotype erörtert, die als Bildtypen aus der politischen Ikonografie über verallgemeinerte Eigenschaften von Menschengruppen zu verstehen sind (vgl. Kap. 3.3). Schließlich werden Bildtypen vorgestellt, die die in Kapitel 3.2 zusammengefassten Kriterien der oppositionellen kognitiven Stereotype visualisieren (vgl. Kap. 4.1-4.3). Ziel ist es, mit Hilfe

dieser Bildtypen die Bildstrategien der AfD freizulegen. Insofern ist die folgende Frage forschungsleitend:

Mit welchen Bildtypen werden die rechtspopulistischen Stereotype visuell repräsentiert?

Zur Beantwortung dieser Frage wird die Methode der quantitativen Bildtypenanalyse, die die quantitative Inhaltsanalyse mit der ikonologischen Interpretation verbindet, in der vorliegenden empirischen Untersuchung eingesetzt. Mit der quantitativen Inhaltsanalyse ist vor allem zu prüfen, ob und wie oft die in Kapitel 4 herausgearbeiteten einschlägigen Bildtypen von der AfD im jeweiligen Themenfeld eingesetzt werden. Die Bildtypen-Kategorien werden durch eine Nachcodierung induktiv erweitert, um festzustellen, welche neuen Bildtypen, die die Stereotype der Wir-Gruppe und der Fremdgruppen veranschaulichen (vgl. Kap. 3.2), für die Visualisierung der rechtspopulistischen Ideologie der AfD im jeweiligen thematischen Zusammenhang Verwendung finden. Nach der Codierung werden die vordefinierten und die nachcodierten Bildtypen ausgewertet. Im Kern geht es um die Frage, inwiefern die rechtspopulistischen Narrationen durch diese Bildtypen im jeweiligen thematischen Zusammengang visualisiert werden. Die Methode der Bildtypenanalyse dient also der Freilegung der inhaltlichen Struktur des Gesamtkorpus bzw. dem Nachweis der über viele Bilder transportierten rechtspopulistischen Ideologie.

Danach lassen sich die Bildstrategien der AfD ikonologisch interpretieren. Diese ikonologische Interpretation wird auf zwei Ebenen durchgeführt. Einerseits wird die Visualisierung der rechtspopulistischen Stereotype anhand idealtypischer Bildbeispiele der wiederkehrenden Bildtypen im Rahmen der quantitativen Bildtypenanalyse geklärt. Andererseits werden jene Bilder aus dem gruppierten Gesamtkorpus ausgewählt, die aus vordefinierten Bildtypen mit anderen, neuen Bildtypen zusammengesetzt werden. Denn die Bedeutung solcher Bilder, die zumeist ohnehin auf der Grundlage von Bildmontagen entstanden sein dürfen, kann nicht durch die Codierung des einzelnen Bildtyps erfasst werden. Daher lässt sie sich nur mit der Methode der politischen Ikonografie und Ikonologie einzeln holistisch analysieren. In den folgenden Abschnitten (Kap. 5.2-5.3) werden die beiden Methoden vorgestellt und die Auswahl dieser Methoden begründet.

5.2 Die quantitative Bildtypenanalyse

Der Verlauf der quantitativen Bildtypenanalyse, entwickelt von Elke Grittmann und Ilona Ammann (2009, 2018), basiert auf der quantitativen Inhaltsanalyse. Die Methode der quantitativen Inhaltsanalyse ist ein Verfahren zur „systematischen, intersubjektiv

nachvollziehbaren Beschreibung inhaltlicher und formaler Merkmale von Mitteilungen“ (Früh, 2017, S. 29). Dabei handelt es sich um eine Reduktion der Komplexität der Medieninhalte auf diese interessierenden Merkmale (vgl. Rössler, 2005, S. 16f.). Während die Anwendung der quantitativen Inhaltsanalyse auf unbewegte visuelle Medieninhalte bis in die 1980er-Jahre noch selten war, hat diese Forschungspraxis in den letzten 30 Jahren einen Aufschwung genommen (vgl. Grittmann & Lobinger, 2018, S. 146). Inzwischen gilt die quantitative Inhaltsanalyse als die häufigste verwendete Methode in der visuellen Inhaltsforschung (vgl. Lobinger, 2012, S. 225), und dient der Analyse der Bildstrategien im Zuge der Inszenierung von politischen Akteuren, indem Merkmale der Bildinhalte verdichtet und ausgewertet werden (vgl. z. B. Holtz-Bacha & Wiorkowski, 2005; Lederer, 2007, 2010; Marquart, 2013). Jedoch stößt die quantitative Inhaltsanalyse bei der Erfassung der latenten Bedeutung des Bildes auf Schwierigkeiten. Laut Stephanie Geise und Patrick Rössler beschränkt sich die standardisierte visuelle Inhaltsanalyse auf die Codierung der formalen Elemente wie abgebildeter Personen, Objekte und der textlich angesprochenen Themen des Bildes, während die tiefe Bedeutung des Bildes unberücksichtigt bleibt (vgl. Geise & Rössler, 2012, S. 341-347). Zu diesem Problem hat Grittmann bereits 2001 den Gedanken in einem Beitrag formuliert, die Ikonografie in die quantitative Inhaltsanalyse zu integrieren.

„Die Ikonographie kann durch die systematische Erfassung von Bildtypen, also verbreiteten einzelnen Bildmotiven, und der Untersuchung des Zusammenhangs mit den Themen, Bildelementen als auch formalen Kriterien und Darstellungsweisen eine Lücke in der Bildinhaltsanalyse schließen“ (Grittmann, 2001, S. 277).

Bei der quantitativen Bildtypenanalyse steht also im Kern, Bildtypen durch die quantitative Inhaltsanalyse zu bestimmen. Im Sinne von Erwin Panofsky versteht sich das Bild als das kulturelle Symptom eines Zeitalters. Die Grundeinstellungen einer Nation oder philosophischen Überzeugung werden in wiederkehrenden Bildtypen verdichtet (vgl. Grittmann & Ammann, 2009, S. 144f.). Auch bei den redaktionellen Auswahlentscheidungen der visuellen Berichterstattung kommen bestimmte Selektionskriterien aus dem soziokulturellen Deutungsrahmen zum Tragen. Dieser Deutungsrahmen versteht sich als kulturspezifische Ideen und Weltanschauungen, die sich gleichfalls in den wiederkehrenden Bildtypen manifestieren (vgl. Grittmann & Ammann, 2018, S. 163-170). Nach der inhaltsanalytischen Codierung der Bildtypen stehen am Ende die Darstellung der Ergebnisse und die ikonologische Interpretation. Dazu ist es notwendig, Quellen bzw. Literatur aus verschiedenen Disziplinen hinzuzuziehen. Ziel der quantitativen Bildtypenanalyse ist nicht der Versuch einer Analyse eines einzelnen Bildes, sondern übergeordnete Strukturen der Medieninhalte freizulegen, genauer gesagt, die über viele Bilder ein und desselben Bildtyps

transportierte dominante Idee zu erkennen und zu erläutern. Dabei sind folgende Fragen zu beantworten: Welche Bildtypen sind einschlägig und welche soziokulturellen Vorstellungen und Weltanschauungen sind den Bildern inhärent? Die Befunde der quantitativen Auswertung ermöglichen beispielsweise Aussagen über Produktions- und Selektionsmuster des Fotojournalismus (vgl. Grittmann & Ammann, 2009, S. 153f.; Grittmann & Ammann, 2018, S. 176f.). Genauso gut bietet sich aber auch eine Applikation auf intentionale Selektionskriterien von politischen Parteien im Rahmen ihrer visuellen Kommunikationsstrategien an.

Die quantitative Bildtypenanalyse erweist sich also als ein taugliches Instrument, die visuellen Bildstrategien der politischen Kommunikation zu analysieren (vgl. z. B. Ammann & Grittmann, 2013; Ammann; Krämer & Engesser, 2010; Bernhardt & Liebhart, 2017; Liebhart & Bernhardt, 2017). Petra Bernhardt und Karin Liebhart untersuchten beispielsweise die Bildstrategien bzw. die strategischen Selbstpräsentation von Norbert Hofer und von Alexander Van der Bellen auf ihrem jeweiligen Instagram-Account im österreichischen Bundespräsidentenwahlkampf 2016 mit dieser Methode. Insgesamt bestand der Untersuchungskorpus aus 1057 Bildern (553 von Norbert Hofer und 504 von Alexander Van der Bellen). Die zu codierenden Bildtypen werden sowohl deduktiv als auch induktiv gebildet. Nach der inhaltsanalytischen Codierung der Bildtypen werden auf der Basis der Bedeutung dieser Bildtypen die Strategien der beiden Politiker miteinander vergleichend interpretiert. Als Ergebnis zeigt sich unter anderem, dass Norbert Hofer sich durch die Fotoaufnahme mit seinen Anhängern als Kandidat des Volkes präsentiert. Alexander Van der Bellen inszenierte sich als legitimer Amtsinhaber, indem er u. a. ein Fußballspiel des Nationalteams besuchte (vgl. Bernhardt & Liebhart, 2017). Die quantitative Bildtypenanalyse eröffnet also einen Weg, durch die Messung und die ikonologische Interpretation der Bildtypen die inhaltliche Struktur und die latente Bedeutung einer großen Menge von Bildern freizulegen. Außerdem erlaubt diese Methode Rückschlüsse auf die Selektions- und Produktionsmuster. Grittmann zufolge ist die ikonologische Interpretation ein Mittel, Ideen und Intentionen der Bildproduzenten zu charakterisieren:

„In der Forschung politischer visueller Kommunikation moderner westlicher Demokratien wurde die Ikonografie dort gewinnbringend eingebracht, wo sich visuelle ‚Bildstrategien‘ [...] auf eindeutige Auftraggeber zurückführen lassen wie Parteien oder Politiker und ihre Berater(-teams) in der Wahlkampfkommunikation.“ (Grittmann, 2007, S. 152)

Insofern ist die quantitative Bildtypenanalyse, die das ikonografisch-ikonologische Konzept mit der quantitative Inhaltsanalyse verbindet, für das geschilderte Vorhaben der Dissertation geeignet. Die Bildtypen sind nämlich ein Schlüssel für das Verständnis der Bildstrategien der AfD. Die quantitative Inhaltsanalyse stellt eine geeignete Methode dar, das

Untersuchungsmaterial in Form von auf Facebook gestellten Bildern nach den in Kapitel 4 vorgestellten Bildtypen und nach den in Abschnitt 2.4 zusammengefassten Themen aus den Parteien- und Wahlkampfprogrammen der AfD zu sortieren. Schließlich eröffnet das ikonografisch-ikonologische Konzept einen Weg, die dominanten Ideen vieler Bilder desselben Bildtyps zu analysieren, bzw. die über die wiederkehrenden Bildtypen transportierte rechtspopulistische Weltanschauung freizulegen.

Die Methode der quantitativen Bildtypenanalyse dient dazu, das Bild ganzheitlich als ein Muster bzw. eine Vergegenständlichung einer Weltanschauung, eines „Denkbildes“ zu klassifizieren und interpretieren (Müller & Geise, 2015, S. 36). Jedoch könnte es Bildmontagen unter dem Untersuchungsmaterial geben, die nicht aus einem einzigen Muster, sondern aus mehreren Mustern bzw. Bildtypen durch Programme wie Adobe Photoshop zusammengesetzt sind. Deswegen sind bei der empirischen Codierung null bis mehrere Bildtypen zu codieren, je nachdem wie viele Bildtypen Verwendung finden. Und es wäre unter dem codierten Bildmaterial denkbar, dass in einem einzelnen Bild die vordefinierten Bildtypen sich mit neuen Bildtypen verbinden. Bei der Analyse solcher Bilder müssen die Besonderheiten der visuellen Kommunikation beachtet werden. Laut Stephanie Geise und Patrick Rössler sind Bilder im Wahrnehmungsprozess holistisch und fast automatisch zu rezipieren (vgl. Geise & Rössler, 2012, S. 357). Ergänzend dazu verweist Marion Müller darauf, dass die Erfassung der tatsächlichen Bedeutungsinhalte gerade dadurch erschwert wird, dass die komplexen Bildkompositionen in codierbare kleine und isolierte Teile segmentiert werden und dadurch der konnotative Gesamtzusammenhang der Teile aus dem Blickfeld gerät. Und es ist nachgewiesenermaßen so, dass die emotionale Aufnahme und Bewertung eines Bildes durch den Rezipienten nicht auf ein einzelnes Detail zurückzuführen ist, sondern auf die Gesamtkomposition (vgl. Müller, 2018, S. 41). Denn anders als bei Texten folgt die mentale Verarbeitung von Bildern einer räumlichen Logik. D.h. Bilder vermitteln Bedeutungen nicht nur über einzelne Bildmotive, sondern auch über ihre räumliche Darstellung zueinander. Das ganze Bild wird nicht in kleinen Teilen, sondern holistisch rezipiert (vgl. Geise & Rössler, 2012, S. 341-347). Insofern werden unter den codierten bzw. gruppierten Bildern jene Bilder ausgewählt, die aus den vordefinierten Bildtypen und anderen, neuen Bildtypen zusammengesetzt sind. Die Bedeutung solcher Bildkompositionen ist anhand der Methode der politischen Ikonografie und Ikonologie qualitativ zu klären, die im folgenden Abschnitt vorgestellt wird.

5.3 Politische Ikonografie und Ikonologie

Die Methode der politischen Ikonografie und Ikonologie führt zurück auf die Kulturtradition künstlerischen Schaffens seit Beginn der Hochkulturen. Von der Renaissance bis ins 19. Jahrhundert diente die Ikonografie als ein Hilfsmittel für die Kunstsammler und die Archivaren, Kunstwerke zu kategorisieren (vgl. Warnke, 1980, S. 55). Adam Panofsky (1991a, 1991b) hat die Methode der Ikonografie und Ikonologie von dem Grundgedanken des Hamburger Kulturwissenschaftlers und Kunsthistorikers Aby Warburgs abgeleitet und systematisch entwickelt. Angelehnt an Warburg (2010) wird die Darstellungskonvention der Bildgestaltung in der Kunstgeschichte erforscht. Zur Erweiterung auf nicht-künstlerische Bilder etablierte Martin Warnke (1992; 1993a, 1994) die politische Ikonografie als Forschungsrichtung in Bezug auf die zunehmende sozialwissenschaftliche Ausrichtung in der Kunstgeschichte. Der von ihm aufgebaute „Bildindex zur Politischen Ikonographie“ umfasst etwa 200.000 Bildkarten¹⁴ und bietet in dieser reichen Fülle eine solide Materialbasis für die Untersuchung der politischen Bilder. Marion Müller hat das Konzept der politischen Ikonografie und Ikonologie auf die Kommunikationswissenschaft übertragen, wobei das methodische Verfahren dem dreistufigen Analyseschema von Adam Panofsky folgt, also vor-ikonografische Beschreibung, ikonografische Analyse und ikonologische Interpretation folgt. Jedoch wird bei der ikonologischen Interpretation zwischen Produktionsanalyse, Produktanalyse und Wirkungsanalyse unterschieden. Im Folgenden wird die Methode der politischen Ikonografie und Ikonologie konkret vorgestellt.

In der vor-ikonografischen Beschreibung werden, wie bereits im Abschnitt 3.3 erklärt, die tatsächliche Bedeutung bzw. die Identifizierung der Bildmotive und die ausdrucksstarke Bedeutung bzw. die emotionale Assoziation und Reaktionen auf solche Bildmotive für Dritte nachvollziehbar beschrieben (vgl. Müller, 2003, S. 33f.; 2018, S. 34; Müller & Geise, 2015, S. 54-58, 186f.). Stephanie Geise und Patrick Rössler fassen die manifesten Kriterien bei der Identifizierung der Bildmotive zusammen, die aus formalen Merkmalen der Gestaltung, beispielsweise Kameraperspektive, Kontrast, Farbe, aus Abbildungsobjekten wie Personen, Gegenständen und Situationen (Ort, Zeit) sowie aus objektiver Relation bzw. räumlicher Konstellation der Objekte zueinander bestehen (vgl. Geise & Rössler, 2012, S. 351). Außerdem werden auch die Formen der textuellen Elemente im Bild, beispielsweise die Stärke, Laufweite und Lage der Schriftzeichen berücksichtigt und beschrieben (vgl. Müller, 2003, S. 38). Besonders zu beachten ist, dass nur das Gesehene beschrieben wird. Bildmotive werden

¹⁴ Siehe die Vorstellung der Forschungsstelle der politischen Ikonographie im Warburg Haus. Quelle: <http://www.warburg-haus.de/forschungsprojekte/forschungsstelle-politische-ikonographie/> Zugriff: 08. 06. 2021

nämlich nicht im Kontext des Bildes identifiziert. Beispielsweise können bei einer dargestellten Person ihr Geschlecht und ungefähres Alter bestimmt werden. Aber Name und Ämter dieser Person bleiben auf der Ebene der vor-ikonografischen Beschreibung unberücksichtigt (vgl. Müller, 2003, S. 39; 2018, S. 34; Müller & Geise, 2015, S. 187).

Bei der ikonografischen Analyse gelten Bildmotive im bestimmten thematischen Kontext als Träger konventioneller Bedeutung. Im Kern steht die Zuordnung solcher Bildmotive zu bestimmten Bildtypen und den mit ihnen verbundenen Produktions- und Rezeptionskontexten. Für die Untersuchung ist die Fachliteratur zur politischen Ikonografie hinzuzuziehen, mit der die Recherche nach der Bildtypengeschichte am eindeutigsten gelingt (vgl. Müller, 2003, S. 42f.; 2018, S. 35; Müller & Geise, 2015, S. 58f., 187). Um die Bildmotive nachzuvollziehen, sind textuelle Elemente im Bild und der textliche Kontext des Bildes in Betracht zu ziehen. Denn visuelle Inhalte allein sind mehrdeutig und kontextabhängig. Die Bedeutung der Bildinhalte werden erst durch die Interaktion von Bildelementen und Texten vermittelt und darüber der Analyse zugänglich gemacht (vgl. Lobinger, 2012, S. 74f.; Müller & Geise, 2015, S. 42, 109f.). Dabei verstehen sich Bild und Text als „wechselseitig ergänzende, häufig symbiotische Kommunikationsformen“ (Müller & Geise, 2015, S. 109).

Die ikonologische Interpretation zielt auf die Entschlüsselung der eigentlichen Bedeutung der Bildinhalte, indem die Indizien für diese Bedeutung bei der vor-ikonografischen Beschreibung und der ikonografischen Analyse zu einer sinnvollen und möglichst intersubjektiv nachvollziehbaren Erklärung zusammengefügt werden. Bei den computergenerierten Bildern kann die originale Bedeutung des Bildtyps durch Reproduktion bzw. durch eine Verbindung mit anderen Text- und Bildelementen oder durch eine Veränderung der Bildelemente modifiziert oder verändert werden. Zum Verständnis der Veränderung und Übereinstimmung der originalen Bedeutung des Bildtyps bei solcher Reproduktion bedarf es des Wissens um den sozial-politischen Entstehungskontext und die Wirkung des ursprünglichen Bildtyps sowie möglichst vieler Varianten anderer Reproduktionen. Mit solchen Kenntnissen lassen sich nicht nur die eigentliche Bedeutung der Bildinhalte (Produktanalyse), sondern auch die Intention und Motivation ihrer Produzenten (Produktionsanalyse) sowie die Rezeption und Wahrnehmung von Bildern (Wirkungsanalyse) interpretativ erklären. Im Unterschied zu standardisierten Verfahren wie insbesondere der quantitativen Bildinhaltsanalyse sind bei der ikonologischen Interpretation die Verlässlichkeit (Reliabilität) und die Gültigkeit (Validität) nicht zu erheben (vgl. Müller, 2018, S. 36f; Müller & Geise, 2015, 49f., 60-74, 183-187).

Die Methode der politischen Ikonografie und Ikonologie hat sich als Instrument für die Analyse der Bildstrategien in der politischen Kommunikation erwiesen (vgl. z. B. Dillenburger; Holtz-Bacha & Lessinger, 2005; Holtz-Bacha & Lessinger, 2006; Lessinger & Holtz-Bacha, 2010; Liebhart, 2015; Müller, 1997). Christina Holtz-Bacha und Eva-Maria Lessinger analysierten beispielsweise die Bildstrategien der Bundestagsparteien im Wahlkampf 2005 mit dieser Methode. Ein Ergebnis der Analyse war in Bezug auf die Bildstrategien der Volkspartei CDU, dass die warme Karminfarbe ihrer Plakate emotionalisierend wirken könnte. Außerdem versuchten die Parteien CDU, CSU und SPD strategisch Authentizität durch ihre Wahlkampfkampagne zu vermitteln, indem ihre Kandidaten nicht in einem standardisierten Portrait im Passbildformat, sondern eher locker, z. B. mit einem Mikrophon oder vor dem Hintergrund einer verschwommenen Straßenszene, dargestellt wurden (vgl. Holtz-Bacha & Lessinger, 2006, S. 91, 123). Im Vergleich mit der Methode der quantitativen Bildtypenanalyse ist die Methode der politischen Ikonografie und Ikonologie auf das Einzelbild ausgerichtet und ist damit in der Lage, das Bild in seiner Komplexität qualitativ zu erfassen.

Wie in Abschnitt 5.2 bereits erläutert, werden viele Bilder desselben Bildtyps nach der inhaltsanalytischen Codierung durch typische Bildbeispiele ikonologisch interpretiert. Darüber hinaus sollen Bildmontagen, die aus vordefinierten Bildtypen mit neuen Bildtypen zusammengesetzt sind, gemäß der Funktionsweise der visuellen Kommunikation nicht durch kleine codierbare Teile, sondern einzeln holistisch erfasst werden. Daher ist eine solche Bildtypkomposition in der vorliegenden empirischen Arbeit immer als Einzelfall nach dem dreistufigen Schema der Methode der politischen Ikonografie und Ikonologie zu analysieren. Vor allem werden auf der Ebene der vor-ikonografischen Beschreibung die vorliegende Komposition und ihre emotionale Assoziation nach der alltäglichen Erfahrung möglichst neutral beschrieben. Zudem lässt sich auf der Ebene der ikonografischen Analyse die konventionelle Bedeutung des neuen Bildtyps oder der neuen Bildtypen anhand von Fachliteratur erörtern. Anschließend ist im jeweiligen thematischen Kontext des Bildbeitrags der AfD zu klären, welche Eigenschaften des nationalen Volkes, der Eliten und der Fremden visualisiert werden. Schließlich sind auf der Ebene der ikonologischen Interpretation die Produktionsmuster der AfD bzw. die rechtspopulistischen Stereotype freizulegen. Dabei handelt es sich um die Frage, inwieweit die Komposition von Bildtypen die in Kapitel 3.2 erarbeiteten Modelle der kognitiven Eigen- und ausgrenzenden Fremdstereotype visuell repräsentiert.

5.4 Untersuchungsdesign

Das Untersuchungsdesign dieser Arbeit verbindet die Methode der Bildtypenanalyse und die Methode der politischen Ikonografie und wird in der Abbildung zusammengefasst vorgestellt (s. Abb. 26). Grundsätzlich orientiert sich die Planung von dem Vorgehen bei meiner empirischen Untersuchung an dem Ablaufschema der quantitativen Bildanalyse.

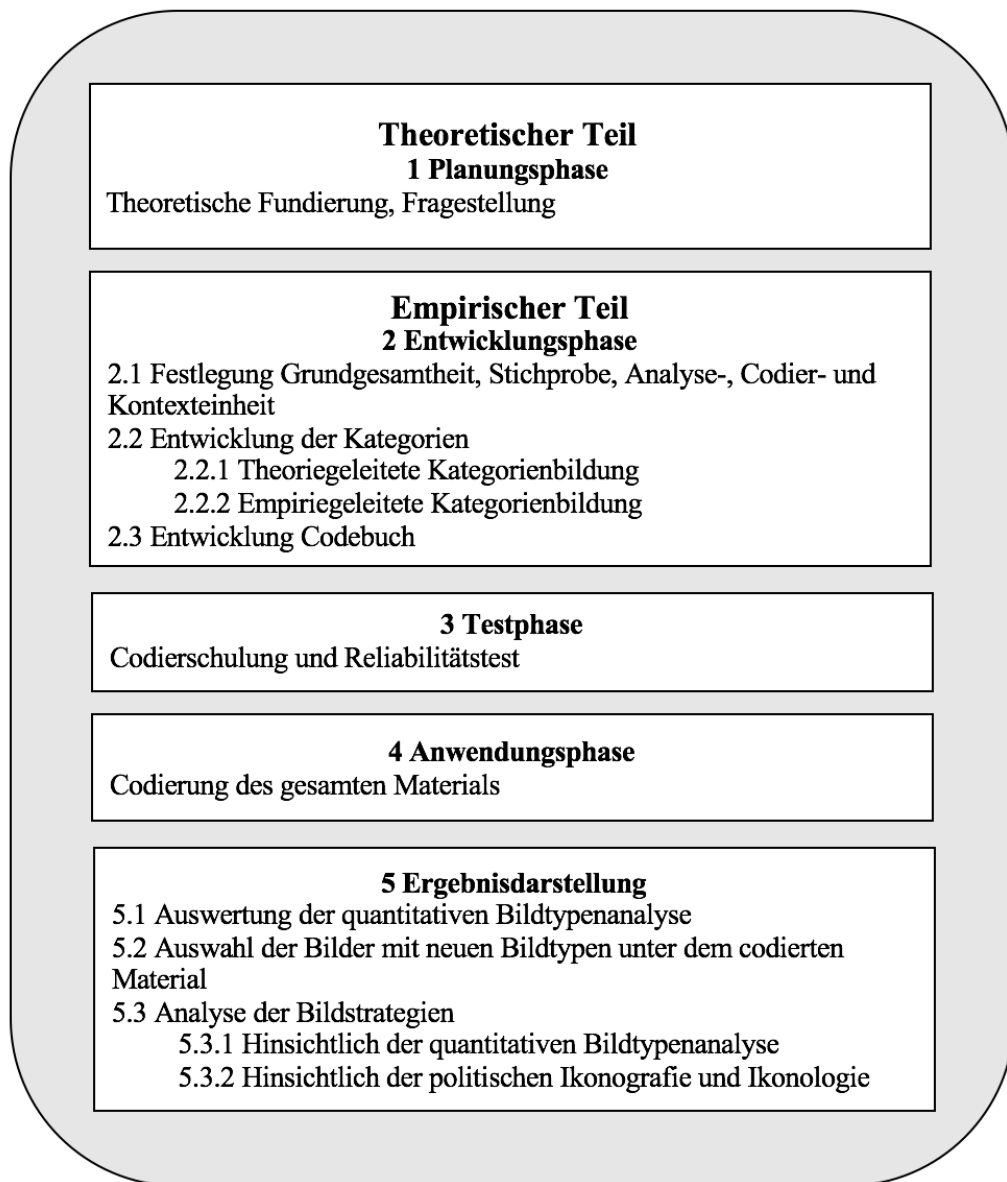


Abbildung 26: Untersuchungsdesign (Forschungsablauf quantitative Bildtypenanalyse in Anlehnung an Grittmann & Lobinger, 2018, S. 171; Untersuchungsphase nach Früh, 2017, 96). Quelle: Eigene Darstellung

Vor allem soll laut Grittmann und Ammann in der Planungsphase die theoretische Basis präsentiert und die Forschungsfrage gestellt werden (vgl. Grittmann & Ammann, 2018, S. 169). Dementsprechend wurden bereits in den Kapiteln zwei und drei der Begriff des Rechtspopulismus, die Kriterien für die Konstruktion antagonistischer Menschengruppen und

das Konzept der visuellen Stereotypen erörtert. Anschließend wurde in Kapitel 4 ein Überblick über jene Bildtypen gegeben, die diese Kriterien visuell repräsentieren, bevor in Kapitel 5 die forschungsleitenden Fragen formuliert wurden.

Zweitens sollen in der Entwicklungsphase die Grundgesamtheit und Stichprobe festgelegt, sowie die Analyse-, Codier- und Kontexteinheit definiert werden (vgl. ebd.). Die Forschungsfrage bezieht sich auf alle von der AfD zu Propagandazwecken veröffentlichten Bilder (Grundgesamtheit). Patrick Rössler und Stephanie Geise haben die sogenannten Aufgreifkriterien, nämlich den Zeitraum, den räumlichen Geltungsbereich, die Mediengattungen, die Ressorts/Formate und weitere Faktoren in Bezug auf das Forschungsinteresse für die Auswahl des Untersuchungsmaterials zusammengefasst (vgl. Rössler & Geise, 2013, S. 274-276). Demgemäß werden folgende Aufgreifkriterien definiert, um die Auswahl der Untersuchungsgegenstände bzw. der Stichprobe in dieser Arbeit zu verdeutlichen.

- (1) Beiträge mit unbewegten Bildern auf dem Account „@alternativefuerde“ der AfD (auf Bundesebene) im Ressort „Beiträge“ auf der Facebook-Seite werden als Untersuchungsmaterial angesehen. Der Bildbeitrag zeigt sich im Format eines Bildes mit Begleittext.
- (2) Das Untersuchungsmaterial betrifft nur den Zeitraum vom 01. Mai 2016 bis zum 21. Juli 2019.
- (3) Wenn ein Bildbeitrag sowohl die in Kapitel 4 herausgearbeiteten Bildtypen enthält als auch sinngemäß die rechtspopulistischen Narrationen zu den jeweiligen Themen aus den Partei- und Wahlkampfprogrammen der AfD trägt (vgl. Kap. 2.4), hat er einen Bezug zur Visualisierung der rechtspopulistischen Ideologie.

Die Auswahl des Facebook-Kanals gründet sich auf der empirischen Beobachtung, dass Facebook ein vollständiges Spektrum über die Bildbeiträge der AfD anbietet. Die AfD hat nämlich zumeist die Medieninhalte doppelt in den verschiedenen Kanälen gepostet. Auf Twitter beschränkt sich die Zeichenzahl der Textnachrichten auf max. 280. Wegen dieser Kommunikationsvorgaben wird mancher Facebook-Beitrag gekürzt und auf Twitter verbreitet. Und alle auf der Instagram-Seite der AfD geposteten Bilder findet man doppelt auf ihrer Facebook-Seite. Jedoch wurden oft auf der Facebook-Seite der AfD Beiträge aus anderen Accounts, beispielsweise von ihren Spitzenpolitikern, weitergeleitet, die es auf der Instagram-Seite der AfD nicht gibt. Die Auswahl dieses Zeitpunktes begründet sich damit, dass am 1. Mai 2016 auf dem Bundesparteitag der AfD in Stuttgart ein umfassendes Grundsatzprogramm beschlossen wurde; seitdem stufen die politischen Beobachter die AfD mehrheitlich als eine

rechtspopulistische Partei ein (vgl. Rosenfelder, 2017, S. 140). Und seit diesem Bundesparteitag lassen sich die Bildbeiträge der AfD auf die Agenden in ihren Partei- und Wahlprogrammen zurückführen und daher evidenzbasiert mit der rechtspopulistischen Ideologie ausdeuten. Alle Bildbeiträge, die seit genau dem Zeitpunkt erschienen sind, wurden für ihre weitere Auswertung lokal in der Datenbank gespeichert. Denn anders als in den klassischen Massenmedien (Tageszeitung etc.) werden die Online-Inhalte und -Strukturen kontinuierlich von den Kommunikatoren und den Web-Diensteanbietern verändert, aktualisiert und gelöscht (vgl. Welker & Wunsch, 2010, S. 497). So wird sichergestellt, dass im Verlauf der Untersuchungsphase nicht Bilder „verschwinden“. Die Datenbank reicht hinsichtlich ihrer Einträge bis zum 21. Juli 2019, dem eigenen internen „Redaktionsschluss“, also dem Beginn der wissenschaftlichen Sichtung des Untersuchungsmaterials. Alle Beiträge der AfD haben eine eigene Nummer von Facebook zugewiesen bekommen. Diese nummerierten Beiträge werden mitsamt ihren Veröffentlichungsdaten in einer Datenbank über das Programm FileMaker (Pro 18 Advanced) gesammelt, um sie einer empirischen Analyse retrospektiv zugänglich zu machen. Insgesamt umfasst der zugängliche und gesicherte Datenpool 1682 Bildbeiträge.

Um die Bildbeiträge mit Bezug zur Visualisierung der rechtspopulistischen Ideologie auszuwählen, wird die empirische Codierung auf zwei Ebenen vorgenommen. Zuerst wird das gesamte Untersuchungsmaterial anhand von Bildtypen-Kategorien verschlüsselt. Anschließend findet die Codierung auf der Themenebene statt. Nur wenn Bilder bei der Codierung der Bildtypen den Kategorien zugeordnet werden konnten, werden sie anhand der Themenliste weiter klassifiziert. Im ganzen Ablauf wird das einzelne Bild als Analyseeinheit betrachtet. Die Bildbedeutung ist für die Codierung der Bildtypen als Codiereinheit zu definieren. Bei der Klassifikation der Bildthemen ist die Codiereinheit das Thema. Und jeder Bildbeitrag im Format (ein Bild mit Begleittext) wird als Kontexteinheit angesehen.

Nach der Empfehlung des Forschungsablaufs von Grittmann und Amman (2018) sollen anschließend in der sog. „Entwicklungsphase“ Kategorien aufgebaut werden. In diesem Stadium legen Grittmann und Amman großen Wert auf die Eigenschaften des Untersuchungsmaterials, indem die Bildtypen-Kategorien in einem groben theoretischen Rahmen auf der Basis einer Stichprobe induktiv ermittelt und definiert werden. Diese induktive Bildung der Bildtypen vollzieht sich konkret in zwei Schritten: Erstens soll das Bildmotiv nicht vor-ikonografisch beschrieben, sondern im thematischen Kontext erfasst werden. Zweitens sollen die erfassten Bildmotive in Bildtypen klassifiziert werden, indem die Typengeschichte als Korrektiv dafür dient, das Bildmotiv zu einem Bildtyp zusammenzufassen. Dabei verstehen sich Bildtypen nicht nur als eine Leitkategorie, die die homogenen Bildmotive mit gleicher

inhaltlicher Aussage umfasst, sondern auch als größere Bildmotivgruppen, die aus mehreren Leitkategorien bestehen. Beispielsweise können Bildmotive der Truppenschau, der offiziellen Gedenkakte, der Verleihung von Preisen zusammen als Bildtyp „symbolischer Politik“ klassifiziert werden (vgl. Grittmann & Ammann, 2018, S. 170-173).

In dieser Arbeit sind die Bildtypen-Kategorien und die Themenkategorien zu entwickeln. Die Bildtypen-Kategorien werden nicht exakt nach dem Konzept von Grittmann und Amman bzw. nicht grundlegend induktiv aus dem Untersuchungsmaterial entwickelt. Sondern sie leiten sich aus den in Kapitel 4 definierten Bildtypen ab (s. Tab. 5). Gleichzeitig wird die Bedeutung des Untersuchungsmaterials beim Aufbau der Bildtypen-Kategorien nicht vernachlässigt. Um die Gültigkeit (Validität) der Bildanalyse zu gewährleisten, werden nämlich einerseits die Bildtypen-Kategorien durch eine offene Codierung ergänzt und andererseits die Bildmotivgruppen dieser Bildtypen durch eine empiriegeleitete Kategorienbildung vervollständigt. Es handelt sich darum, neue Bildmotivgruppen unter dem jeweiligen Bildtyp zu bilden und neue Bildmotive in den Bildmotivgruppen zu ergänzen. In der angelegten empirischen Arbeit werden 30 Prozent des gesamten Materials durch eine einfache Zufallsauswahl nach dem Lotterierprinzip aus der Stichprobe für diese Bildtypenbildung ausgewählt, denn die Zufallsstichprobe ist für die Untersuchungsgegenstände repräsentativ. Und sie beträgt insgesamt 505 Bilder¹⁵. Solche Bilder werden im thematischen Kontext erfasst, bevor es zu überprüfen ist, ob ihre Bildmotive dem jeweiligen in Kapitel 4 vorgestellten Bildtyp zugeordnet werden können. Die Bildung der Themenkategorien abgeleitet aus den Theorien. Diese Kategorien werden anhand der in Kapitel 2.4 bereits erörterten Wahlkampfthemen aus den Partei- und Wahlkampfprogrammen der AfD definiert (s. Tab. 2). Nach der Bildung der Bildtypen- und Themenkategorien werden das Codebuch und der Codebogen vorläufig festgestellt.

Drittens soll Grittmann und Ammann zufolge in der Testphase die Reliabilität durch eine Probecodierung bestimmt werden (vgl. Grittmann & Ammann, 2009, S. 171). In dieser Phase werden nämlich Codierer geschult, indem der Forscher mit den Codierern zusammen die Daten codieren und die Begründung jeder Codierentscheidung besprechen. Dadurch sollen die Codierer mit den im Codebuch formulierten Codierregeln vertraut gemacht werden, damit ihre Codierungen den Intentionen des Forschers entsprechen. Die Codierschulung endet mit einer Reliabilitätsprüfung, in der die intersubjektive Überprüfbarkeit der gefundenen Ergebnisse kontrolliert wird. In der ganzen Testphase soll das Codebuch geprüft und eventuell modifiziert werden, damit das Kategoriensystem vollständig und überschneidungsfrei ist (vgl. Rössler,

15 Die Zahl ergibt sich aus: $n = 1682 \times 30\% \approx 505$ Bilder

2005, S. 166; Früh, 2017, S. 176). In dieser Arbeit werden die aktuellen Bildbeiträge auf dem Account „@alternativfuerde“ der AfD (auf Bundesebene) auf der Facebook-Seite, bzw. Bilder außerhalb des Untersuchungszeitraums auf dem gleichen Social Media-Portal wie das Untersuchungsmaterial, als Übungsmaterial für die Schulung¹⁶ eines Codierers benutzt. Im Verlauf dieser Schulung werden einerseits die Bildmotivgruppen eines Bildtyps geprüft, gegebenenfalls modifiziert und/oder neu entworfen. Andererseits ist es festzustellen, ob die Definitionen und die Indikatoren der Themenkategorien überscheidungsfrei sind. Die Schulung schließt damit, wenn eine übereinstimmende Codierung zwischen der Forscherin und der Hilfskraft festgestellt wird, indem die Intercode-Reliabilität durch eine Probecodierung bestimmt wird.

Danach soll in der Anwendungsphase das ganze Untersuchungsmaterial verschlüsselt werden (vgl. Grittmann & Ammann, 2009, S. 151; Grittmann & Ammann, 2018, S. 171). In der angelegten empirischen Arbeit werden etwa zwei Drittel des ganzen Bildmaterials (1121 Bilder) durch die Forscherin und etwa ein Drittel (561 Bilder) durch einen Codierer als Hilfskraft codiert. Dabei werden die Daten im Programm FileMaker durch das Zufallsprinzip unter den beiden aufgeteilt. Bei der Codierung der Bildtypen kann jedes Bild mehreren Bildtypen-Kategorien zugeordnet werden, je nachdem welche und wie viele Bildtypen auftreten. Anders als bei der Bestimmung der Bildtypen-Kategorie gilt im Rahmen der Identifizierung des Themas, dass nur das Hauptthema zu codieren ist. Während der Codierung können die Forscherin und der Codierer Bildbeiträge außerhalb der codierten Bilder notieren, die neue Bildtypen enthalten, die die Eigenschaften der Wir-Gruppe und der Fremdgruppen im Rahmen der in Abschnitt 3.2 entwickelten Grundmuster visuell repräsentieren. Das Ziel ist es, die vordefinierte Bildtypen-Kategorie zu vervollständigen. Auf der Basis der Notizen werden neue Kategorien erstellt. Anschließend werden die aussortierten Bilder, bzw. die den vordefinierten Bildtypen-Kategorien nicht zugeordneten Bilder anhand dieser neuen Liste verschlüsselt. Darunter sind Bilder, die den neuen Bildtypen-Kategorien als zugehörig codiert werden, in die vordefinierten Themenkategorien einzuordnen.

Schließlich erfolgen in der letzten Phase der Ergebnisdarstellung die Auswertung der Codierung und die ikonologische Interpretation. Bei der Auswertung der quantitativen Bildtypenanalyse soll die Häufigkeit, mit der alle Bildtypen-Kategorien im Untersuchungsmaterial vorkommen, ausgezählt werden. Danach sollen die Bildtypen analysiert

¹⁶ Der Ablauf der Codierschulung: 1. Erklärung des Codebuchs; Beantwortung der Rückfragen. 2. Gemeinsames Codieren und Besprechung der Codierentscheidungen. 3. Probecodierung, Besprechung der Codierentscheidungen und Berechnen der Reliabilitätsquotienten. Der Schritt 2 und 3 wiederholen sich, wenn das Testergebnis nicht zufriedenstellend ist (vgl. Rössler, 2005, S. 170; Früh, 2017, S. 156, 176-180).

werden, indem die über die Bilder transportierten Ideen, soziokulturelle Vorstellung und Weltanschauung sowie die Selektionsmuster der Produzenten, die die Bildselektion prägen, freigelegt werden (vgl. Grittmann & Ammann, 2009, S. 153f.; Grittmann & Ammann, 2018, S. 175-177). In der intendierten empirischen Untersuchung wird also die Codierung der quantitativen Bildtypenanalyse ausgewertet: Wie häufig taucht der jeweilige Bildtyp auf? Wie oft finden Kombinationen von Bildtypen Verwendung? Zu welchen Wahlkampfthemen der AfD finden der einzelne Bildtyp und die Zusammensetzung von Bildtypen Verwendung? Und inwieweit werden die rechtspopulistischen Narrationen durch die Bildtypen im jeweiligen thematischen Kontext visualisiert? In einem davon getrennten Arbeitsschritt erfolgt die ikonologische Interpretation der Bildstrategien der AfD, indem einerseits die Visualisierung der rechtspopulistischen Stereotype durch typische Bildbeispiele für den wiederkehrenden Bildtyp im jeweiligen thematischen Zusammenhang erläutert wird. Andererseits werden innerhalb des codierten bzw. gruppierten Untersuchungsmaterials Bilder ausgewählt, in denen der vordefinierte Bildtyp sich mit neuen Bildtypen verbindet. Solche Bilder sind mit der Methode der politischen Ikonografie und Ikonologie einzeln zu analysieren. Es ist zu klären, inwieweit die Komposition von Bildtypen die rechtspopulistische Ideologie der AfD visualisiert. Und wie bereits in Abschnitt 5.3 erklärt, besteht diese Methode aus drei Schritten: Die vor-ikonografische Beschreibung, die ikonografische Analyse und die ikonologische Interpretation.

Das folgende Bild der AfD, veröffentlicht am 13. Juli 2018 auf Facebook, dient als Beispiel für die Codierung, das eine Zusammensetzung aus zwei Bildteilen zeigt (s. Abb. 27). Oben rechts ist ein überfülltes Boot zu sehen. Und auf der linken Seite des Bildes wird eine Person mit einem Messer abgebildet, deren Gesicht und Körper von der anderen Hälfte der Montage abgedeckt werden. Dieses Bildmotiv wird mit dem Titel „Wer schützt UNS eigentlich vor den ‚Schutzsuchenden‘? Mittelmeer-Migranten bedrohen Retter mit dem Tod!“ versehen.



Abbildung 27: Facebook-Bild von der AfD: Mittelmeer-Migranten bedrohen Retter mit dem Tod! (13. 07. 2018)
 Quelle: https://www.facebook.com/540404695989874/posts/1958647107498952/?substory_index=0 (Zugriff: 21.07.2019)

Im Begleittext des Bildbeispiels wird eine Geschichte erzählt: Nachdem das italienische Versorgungsschiff „Vos Thalassa“ Migranten im Mittelmeer in Seenot entdeckt hatte, wollte der Kapitän sie nach Libyen zurückbringen. Aber diese Migranten bedrohten den Kapitän und zwangen ihn, sie nach Italien zu bringen. Der größte Teil von ihnen stammte aus Pakistan, Sudan und Libyen. In diesem thematischen Zusammenhang ist das Bild vor allem der Kategorie „Der gewalttätige Fremde“ zuzuordnen. Denn das abgebildete Messer in Bezug auf das Verbrechen bzw. auf die Drohungen gegen den Kapitän gehört zu der Bildmotivgruppe eben dieses Bildtyps. Darüber hinaus lässt sich das Bild in die Bildtyp-Kategorie „Die Masse von Geflüchteten_Illegale Einwanderung“ einordnen, weil die dargestellten Menschen im überfüllten Boot als illegale Einwanderer zu erfassen sind, die zu den Bildmotivgruppen des Bildtyps zählen. Im Kern der Codierentscheidung der Bildtypen-Kategorien liegt also das Verstehen von Bildmotiven im Kontext. Nach dem geplanten Codierablaufs ist das Bild des Weiteren auf der Themenebene zu klassifizieren. Im Begleittext wird das Ankommen der Migranten thematisiert, die eigentlich zurück nach Libyen geschickt werden sollen, was der Indikator „Illegale Immigranten“ des Themenfeldes „Illegale Einreise und Betrug“ allgemein zu erfassen sucht. Daher soll und muss das Bild in diese Themenkategorie klassifiziert werden. Für die Codierung der Themen ist es also wichtig, den Text im Bild und den Begleittext nach dem Sprachverständnis zu prüfen, ob die Bedeutung der Indikatoren zum jeweiligen Thema passt (zu Indikatoren der Themenfelder siehe das Codebuch).

5.5 Reliabilität und Validität

Im Folgenden wird auf die Qualitätsfrage der inhaltsanalytischen Codierung dieser Arbeit eingegangen. Im Kern wird die Zuverlässigkeit dieser Messung anhand der Überprüfung der Reliabilität und der Validität diskutiert. Patrick Rössler zufolge gilt die Reliabilität als Standardprozedur der quantitativen Inhaltsanalyse, wobei die Zuverlässigkeit der Ergebnisse durch Messwiederholung getestet wird (vgl. Rössler, 2017, S. 207). In dieser Arbeit wird die „Forscher-Codierer-Reliabilität“ für jede Kategorie im Pretest ausgewertet (ebd.). In Anlehnung an Patrick Rössler (vgl. ebd. S. 212) und Werner Früh (vgl. 2017, S. 181) wird dieser Wert mit der Formel $C_R = \frac{2\ddot{U}}{C_1 + C_2}$ berechnet. C_R steht für den Reliabilitätskoeffizient der Codierung, C_1 für die Anzahl der Codierungen von der Forscherin, C_2 für die Anzahl der Codierung von der Hilfskraft, und \ddot{U} für die Anzahl an übereinstimmenden Codierungen.

Um eine sichere statistische Vergleichsbasis für den Reliabilitätstest zu gewährleisten, sind laut Früh für jede Kategorie mindestens 30 bis 50 Codierungen notwendig (vgl. ebd. S. 180). In dieser Arbeit wird die Codierung auf zwei Ebenen durchgeführt. Die Bilder werden nämlich

zuerst anhand der Bildtypen-Kategorien verschlüsselt. Nur wenn dabei ein Bildtyp ausgewählt wird, ist das Bild den Themenfeldern zuzuordnen. Aus den Beobachtungen im Rahmen der Codierschulung wurde ungefähr jedes zweite Bild in eine Bildtypen-Kategorie eingeordnet bzw. auf der zweiten Ebene anhand der Themenliste klassifiziert. Insofern wurden 80 Bilder der AfD von der Forscherin und der Hilfskraft unabhängig in der Probecodierung jeweils verschlüsselt, sodass sich auf der zweiten Codierungsebene schätzungsweise mehr als 30 Nennungen für die vordefinierte Themenkategorie ergeben würden. Während der Codierschulung wurden am Ende jeder Probecodierung die Ausprägungen einiger Bildtypen-Kategorien ergänzt und expliziert, damit mehr Bildmotive als Beispiele genannt werden konnten und die Zugehörigkeit der Bildmotive sich klar voneinander unterschieden.

Für die Messung der Reliabilität wurden in der FileMaker-Datenbank, wo das Untersuchungsmaterial gespeichert wird, Programme für jede Kategorie, nämlich für die 13 Bildtypen-Kategorien und die einzige Themenkategorie geschrieben, damit die übereinstimmende Zuordnung jeder Kategorie zwischen den beiden Codierern paarweise automatisch geprüft und ihr Reliabilitätskoeffizient nach der vorgestellten Formel errechnet wird. Bei der Codierung der jeweiligen Bildtypen-Kategorie handelt es sich um eine Ja/Nein-Entscheidung der Forscherin und des Codierers darüber, ob das Bild der Bildtypen-Kategorie zugehörig ist. Nur wenn die beiden gleichzeitig ein Ja- oder ein Nein- Urteil fällen, sind ihre Codierungen bei dieser Bildtypen-Kategorie als übereinstimmend zu bewerten. Bei den Bildern mit der Zweierkombination von Bildtypen wird die Zuordnung als übereinstimmend angesehen, wenn diese beiden Bildtypen gleichzeitig von den beiden Codierern ausgewählt wurden. Auf der Themenebene wird die einzige Themenkategorie anhand einer Liste der Themengebiete codiert, in der das jeweilige Thema mit einem angegebenen Code versehen wird. Die Codierungen dieser Themenkategorie zwischen der Forscherin und dem Codierer werden als übereinstimmend behandelt, wenn die beiden den gleichen Code in die Kategorie eintragen.

Die Tabelle 6 zeigt die Zahlen der übereinstimmenden Codierungen der jeweiligen Bildtypen-Kategorie und ihre Reliabilitätskoeffizienten. Der Durchschnitt der Reliabilitätskoeffizienten aller Bildtypen-Kategorien war 0,98. Und bei der Beurteilung der Reliabilität der Themenkategorie werden Bildbeiträge ausgewählt, die von den beiden Codierern in die gleichen Bildtypen-Kategorien eingeordnet wurden. Nach diesem Kriterium wurden unter 42 Bildern die Fälle von übereinstimmender Codierung mit der Themenkategorie geprüft und dann der Reliabilitätskoeffizient berechnet. Der Reliabilitätswert der Verschlüsselung der Themenkategorie liegt bei 0,93¹⁷.

¹⁷ Der Wert ergibt sich aus: $\frac{2 \times 39}{42 + 42} \approx 0,93$

Bezeichnung des Bildtyps	Übereinstimmende Codierungen	Reliabilitätskoeffizient
1. Flagge des völkischen Kollektivs	77	0,9625
2. Denkmäler der ewigen Nation	78	0,975
3. Souveräne Volksmenge	76	0,95
4. Armut	79	0,9875
5. Gewaltopfer	80	1
6. Negative Personendarstellung	80	1
7. Geldverschwendung	78	0,975
8. Totschweigen	80	1
9. Der Zustrom von Geflüchteten-Armutswanderung	79	0,9875
10. Der Zustrom von Geflüchteten-Illegale Einwanderer	80	1
11. Der gewalttätige Fremde	79	0,9875
12. Kriminelle	77	0,9625
13. Islam als kulturell andersartig und politisch radikal	78	0,975
Der Durchschnitt der Reliabilitätskoeffizienten		0,98¹⁸

Tabelle 6: Die Reliabilitätskoeffizienten aller Bildtypen-Kategorien. Quelle: Eigene Zusammenfassung

Die geringe Fehlerquote lässt sich damit begründen, dass in der Codierschulung möglichst viele Bildmotive, die zu einem Bildtyp gehören, dem Codierer konkret gezeigt und erklärt wurden. Dadurch verkleinert sich der Spielraum bei der Identifizierung der Bildtypen. Denn der Codierer kann vor allem auf der vor-ikonografischen bzw. der formalen Ebene ein vorläufiges Urteil fällen, ob das dargestellte Bildmotiv zum Bildtyp gehört. Und nach der Beobachtung ist die Anzahl der eingesetzten Bildmotive in der Propaganda der AfD begrenzt, die zu einem Bildtyp gehören. Außerdem wird der Codierer durch die Schulung insbesondere mit der Verbindung zwischen dem Bildtyp und seinen entsprechenden thematischen Kontexten in der Darstellungskonvention einerseits und zwischen dem Bildtyp und den Themen der AfD, unter denen er vorkommen kann, andererseits vertraut gemacht. Dies dürfte ebenfalls die hohen Werte der Reliabilitätskoeffizienten der Bildtypen-Kategorien und der Themenkategorie positiv beeinflusst haben.

Bei der Validität handelt es sich Rössler (vgl. ebd. S. 217) zufolge um die sachlogische Gültigkeit des ganzen Forschungsprozesses. Die Validitätsprüfungen lassen sich häufig auf vier Ebenen diskutieren.

¹⁸ Der Wert wird auf erste Kommastelle gerundet.

Erstens ist die *Analysevalidität* durch die Forscher-Codierer-Reliabilität zu messen. Dies zeigt, ob die inhaltsanalytische Codierung die Auffassung des Forschers trifft (vgl. ebd. S. 217). In dieser Arbeit wird die Forscher-Codierer-Reliabilität in der Probecodierung ausgewertet, deren hoher Wert die Analysevalidität gewährleistet.

Zudem wird bei der *Inhaltsvalidität* die Vollständigkeit des Messinstrumentes hinterfragt, ob alle relevanten Aspekte im Rahmen der Abbildung der Kategorien und im Zusammenhang mit der Definition ihrer Ausprägungen berücksichtigt werden (vgl. ebd. S. 218). In dieser Untersuchung ließen sich die Bildtypen-Kategorien durch eine Nachcodierung vervollständigen; und die Bildmotivgruppen der Bildtypen-Kategorien wurden durch die empiriegeleitete Kategorienbildung ergänzt. Darüber hinaus wurde das Untersuchungsmaterial bei der Codierung der Themenfelder selten unter der Kategorie „Nicht zuzuordnen“ verschlüsselt. Aus den beiden Perspektiven wird die Inhaltsvalidität als sichergestellt angesehen.

Drittens werden zur Prüfung der Validität externe Quellen mit vergleichbaren Erhebungen entnommen. Die *Kriteriumvalidität* einer Inhaltsanalyse gilt als hoch, wenn sich ihre Ergebnisse durch andere Studien mit vergleichbaren Fragestellungen und nämlicher Vorgehensweise stützen lassen. Die unterschiedlichen Forschungsarbeiten sind als verschiedene Ausschnitte der Wirklichkeit zu verstehen (vgl. ebd. S. 218f.). Da die Visualisierung der rechtspopulistischen Ideologie der AfD zum ersten Mal als Gegenstand in einer Forschungsarbeit hier untersucht wird, ist der Vergleich mit externen Quellen schwer anzustellen. Jedoch stehen die in dieser Arbeit untersuchten Bildtypen „Souveräne Volksmenge“ und „Islam als kulturell andersartig und politisch radikal“, die den Rechtspopulismus der AfD visualisieren, im Einklang mit den Befunden der Studien zur visuellen Kommunikation der rechtspopulistischen Parteien in Europa, die bei der Darstellung der Ergebnisse der Bildtypenanalyse im nächsten Abschnitt geklärt werden.

Viertens benutzt die *Inferenzvalidität* externe Quellen, um die Plausibilität der auf Basis der inhaltsanalytischen Codierung beabsichtigten Interpretationen einzuschätzen. Als hohe Inferenzvalidität wird bezeichnet, wenn andere Studien mit unterschiedlichen Methoden die resultierenden Referenzschlüsse belegen können (vgl. Rössler, 2017, S. 219). Im Fall der vorliegenden Arbeit wurden die Rückschlüsse auf die Intentionen der Bildproduzenten bzw. auf die Bildstrategien der AfD anhand der ikonologischen Interpretation durchgeführt. Die Plausibilität dieser Ergebnisse lässt sich im Nachhinein einschätzen.

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass die Einsetzung der in Kapitel 4 definierten Bildtypen zum jeweiligen von der AfD aufgegriffenen Thema durch die inhaltsanalytische

Codierung bestätigt wird. Darüber hinaus werden fünf neue Bildtypen, die die in Abschnitt 3.2 zusammengefassten Grundmuster der kognitiven Eigen- und ausgrenzenden Fremdstereotype visuell repräsentieren, durch die Nachcodierung identifiziert. Die Messungen der Bildtypen und der Themen zeigen hohe Zuverlässigkeit und Gültigkeit. Im nächsten Kapitel wird anhand der ikonografischen Analyse und der ikonologischen Interpretation geklärt, inwieweit die rechtspopulistischen Narrationen durch die vordefinierten Bildtypen visuell repräsentiert werden, und wie die AfD die nachcodierten Bildtypen strategisch anwendet, um die kognitiven Eigen- und ausgrenzenden Fremdstereotype zu visualisieren.

6. Ergebnisse und Diskussion

Nachfolgend werden die Codierungen der Bildtypen und der Themenkategorie ausgewertet (Kap. 6.1). In Abschnitt 6.2 werden die Ergebnisse der Nachcodierung vorgestellt.

6.1 Bildtypen als Vehikel der rechtspopulistischen Narrationen

Die forschungsleitende Annahme der Arbeit besagt, dass die AfD die rechtspopulistische Ideologie strategisch visualisiert. Um die Visualisierung des Rechtspopulismus freizulegen, werden vor allem die Theorien zum Rechtspopulismus mit der Stereotypenforschung zusammengeführt, sodass die Bestandteile der rechtspopulistischen Ideologie der AfD als kognitive Eigenstereotype des nationalen Volkes und die ideologischen Zuschreibungen von Eigenarten der Eliten sowie der Fremden als kognitive Fremdstereotype zu verstehen sind (vgl. Kap. 2). Anschließend werden in Kapitel 3.2 Grundmuster der kognitiven Stereotype der in Opposition gebrachten Menschengruppen aus der Stereotypenforschung und den Theorien der sozialen Diskriminierung entwickelt. Um die Darstellungsformen der kognitiven Stereotype auf der Bildebene zu untersuchen, werden visuelle Stereotype in Verbindung mit der Theorieentwicklung der politischen Ikonografie als Bildtypen definiert, die die Vorstellung über verallgemeinerte Eigenschaften der Menschengruppen repräsentieren (vgl. Kap. 3.3). Im Anschluss lassen sich in den Kapiteln 4.1 bis 4.3 Bildtypen vorstellen, die die Eigenschaften der Wir-Gruppe und der Fremdgruppen in den entwickelten Grundmustern der entgegengesetzten Stereotype visualisieren. Diese Bildtypen können dabei helfen, die Visualisierung des Rechtspopulismus der AfD offenzulegen. Insofern ist die leitende Frage für die empirische Untersuchung, mit welchen Bildtypen die rechtspopulistischen Stereotype visuell repräsentiert werden.

Wie bereits in Kapitel 5 erläutert, dient vor allem die Methode der Bildtypenanalyse zur Beantwortung dieser Frage. Mithilfe dieser Methode ließ sich das gesamte Untersuchungsmaterial, also die 1682 Bildbeiträge der AfD, vor allem anhand der Kategorien der in Kapitel 4 definierten Bildtypen klassifizieren. Dabei konnte jeder Bildbeitrag in mehreren Bildtypen-Kategorien eingeordnet werden, je nachdem welche und wie viele Bildtypen auftauchen. In einer weiteren Stufe fand die Codierung auf der Themenebene statt. Voraussetzung für diesen zweiten Schritt ist das Auftreten zumindest eines Bildtyps im Bild. Im Folgenden werden die inhaltsanalytischen Codierungen der Bildtypen und der Themenkategorie ausgewertet. Im Kern geht es um die Fragen, ob und wie oft die in Kapitel 4 herausgearbeiteten einschlägigen Bildtypen von der AfD eingesetzt werden, zu jeweils

welchem in Kapitel 2.4 zusammengefassten Thema diese Bildtypen Verwendung finden und inwieweit die rechtspopulistischen Narrationen durch diese Bildtypen in Bezug auf das jeweils artikulierte Thema visualisiert werden.

Tabelle 6 zeigt die Ergebnisse der inhaltsanalytischen Codierung der vordefinierten Bildtypen. Insgesamt wurden die Bildtypen-Kategorien 816-mal ausgewählt (s. Tab. 7). Darunter gibt es 41 Bilder, die in zwei Bildtypen-Kategorien eingeordnet wurden. Und kein Bild enthält mehr als zwei Bildtypen. Insofern wurden 775¹⁹ von 1682 Bildbeiträgen codiert, was einem Prozentsatz von 46,1 des gesamten Untersuchungsmaterials entspricht. Die anderen 907²⁰ Bildbeiträge, die den in Abschnitt 5.4 definierten Aufgreifkriterien nicht entsprechen, nämlich die keinen der vordefinierten Bildtypen enthalten, lassen sich aussortieren, denn sie haben keinen Bezug zur Visualisierung der rechtspopulistischen Ideologie. Nach der Beobachtung bestehen sie zum großen Teil aus Personenplakaten (Porträt, Slogan und Texte) und Textplakaten (Slogan und Texte). Die 816-mal identifizierten Bildtypen-Kategorien werden als das ganze Korpus der Auswertung angesehen.

Laut der Codierungsstatistik werden insbesondere der Bildtyp „Flagge des völkischen Kollektivs“ und „Negative Personendarstellung“ jeweils mit anderen Bildtypen zusammengesetzt. Aber insgesamt ist der Anteil der Zweierkombination von Bildtypen gering, bzw. unter einem Prozent. Während der Codierung haben die Forscherin und der Codierer Bildbeiträge außerhalb der ausgewählten Bilder notiert, die neue Bildtypen enthalten, die die Stereotype der Wir-Gruppe und der Fremdgruppen in den entwickelten Grundmustern visuell repräsentieren (vgl. Abschnitt 3.2). Auf der Grundlage der Notizen wurden neue Kategorien erstellt. Dann wurden die vorher aussortierten Bilder nach diesen zusätzlich entwickelten Kategorien nochmal verschlüsselt. Die Ergebnisse der Nachcodierung werden im nächsten Abschnitt vorgestellt.

Die Auswertung zeigt, unter den Bildtypen in Bezug auf das nationale Volk bildet die Kategorie „Flagge des völkischen Kollektivs“ mit 134 die größte Gruppe (s. Tab. 7). Danach folgen die Bildtypen „Gewaltopfer“ (70) und „Armut“ (45). Daraus ergibt sich, dass das Volk in der Propaganda der AfD in erster Linie als nationales Kollektiv dargestellt wird, dessen Identität bzw. Eigenschaften, denen die Tendenz der Selbstaufwertung eingeschrieben ist, sich aber erst im jeweiligen thematischen Kontext erfassen lassen. In zweiter Linie wird das nationale Volk in der Rolle des Gewaltopfers und als wirtschaftlich benachteiligte Gruppe visuell repräsentiert. Unter den Bildtypen der Visualisierung der Eliten ist die Kategorie

¹⁹Die Zahl ergibt sich aus: $816 - 41 = 775$ Bildbeiträge

²⁰ Die Zahl ist abgeleitet aus: $1682 - 775 = 907$ Bildbeiträge

„Negative Personendarstellung“ mit der hohen Zahl 135 auffallend, was einen Anteil von 16,5 Prozent ausmacht. Daneben erscheint der Bildtyp „Geldverschwendung“ 74mal (9,1 Prozent). Das heißt, dass die Eliten fast überall und ausschließlich abwertend bzw. im Kontext des jeweiligen Themas als Volksverräter und Gesetzesbrecher visualisiert werden. Zudem werden die Eliten als Steuerhinterzieher und -verschwender inszeniert. Zwischen den Bildtypen, die die Fremden visuell repräsentieren, fällt der höchste Anteil auf die Kategorie „Kriminelle“ mit 15,7 Prozent. Hinzu kommen 60 Bilder, bei denen der Bildtyp „Islam als kulturell andersartig und politisch radikal“ identifiziert wurde. Der Bildtyp „Der gewalttätige Fremde“ betrifft 56 Fälle. Dies belegt, dass die Fremden weit überwiegend als Gesetzesbrecher bzw. illegale Einwanderer und als physische Bedrohung dargestellt werden. Insofern lässt sich die visuelle Repräsentation der kognitiven Stereotype nach den herausgearbeiteten Grundmustern (vgl. Kap. 3.2) durch die Bildtypen belegen, was die Bildstrategie der AfD als Visualisierung der rechtspopulistischen Ideologie ausweist.

Verhältnis zum Rechtspopulismus	Bezeichnung des Bildtyps	Vorkommen	
		n	% ²¹
Bildtypen bezüglich des nationalen Volkes	1. Flagge des völkischen Kollektivs	134	16,4
	2. Denkmäler der ewigen Nation	32	3,9
	3. Souveräne Volksmenge	9	1,1
	4. Armut	45	5,5
	5. Gewaltopfer	70	8,6
Bildtypen bezüglich der Eliten	6. Negative Personendarstellung	135	16,5
	7. Geldverschwendung	74	9,1
	8. Totschweigen	16	2,0
Bildtypen bezüglich der Fremden	9. Der Zustrom von Geflüchteten-Armutswanderung	19	2,3
	10. Der Zustrom von Geflüchteten-Illegale Einwanderer	38	4,7
	11. Der gewalttätige Fremde	56	6,9
	12. Kriminelle	128	15,7
	13. Islam als kulturell andersartig und politisch radikal	60	7,4
Gesamt		816	100%
Codierte Bildbeiträge		775	-
Aussortierte Bildbeiträge		907	-

Tabelle 7: Übersicht über die Verwendung der Bildtypen. Quelle: Eigene Zusammenfassung

²¹ Die Werte rundeten sich auf erste Kommastelle.

Die Tabelle 8 zeigt die Auswertung der Themenfelder der identifizierten Bildtypen. Im Folgenden werden konkret klärt, inwieweit die Narrationen dieser Themen durch die Bildtypen übersetzt werden. Dabei werden die Botschaften der visuellen Merkmale ausgedeutet. Im Sinne Panofskys entstehen die drei Analyseebenen, nämlich die „vor-ikonografische Beschreibung“, die „ikonografische Analyse“ und die „ikonologische Interpretation“ durch künstliche Trennungen. In der Praxis kann insbesondere zwischen den letzten beiden Schnitten „nicht so feinsäuberlich seziiert werden“ (Müller, 2018, S. 37). Eben dazu schrieb eben Panofsky Folgendes, nachdem er das dreistufige Modell in seinem Aufsatz *Zum Problem der Beschreibung und Inhaltsdeutung von Werken der bildenden Kunst* vorstellte.

„Und darum sei zum Schluß die Selbstverständigkeit betont, daß sich diejenigen Vorgänge, die unsere Analyse als scheinbar getrennte Bewegungen in drei getrennten Sinnschichten und gleichsam als Grenzkämpfe zwischen subjektiver Gewaltanwendung und objektiver Geschichtlichkeit darstellen musste, in praxi zu einem völlig einheitlichen und in Spannung und Lösung organisch sich entfaltenden Gesamtgeschehnis verweben, das eben nur ex post und theoretisch in Einzelemente und Sonderaktionen aufgelöst ist“ (Panofsky, 1991b, S. 203)

Insofern wird nun ein „künstlicher“ Zwischenschritt gemacht, nämlich die Bedeutung der Bildkonfiguration im thematischen Kontext zu analysieren, bevor im nächsten Kapitel das Denkbild bzw. die Eigen- und Fremdstereotype interpretiert werden. Um die Botschaften der Wahlkampf-Themen der AfD und ihre visuelle Übersetzung durch die codierten Bildtypen zu analysieren, werden diese Themen in vier Gruppen (s. Tab. 8) eingeteilt.

1) Die erste Gruppe umfasst die Themen „Parteifinanzierung“, „Lobbyismus“, „Steuerverschwendung“, „Meinungsmonopol“, „Zwang zur Energiewende“, „Freihandelsabkommen“ und „Asylmissbrauch“. Die zentralen Narrationen dieser Themengruppe bestehen darin, dass die politischen Eliten privilegierte, mächtige und selbstsüchtige Volksverräter seien, die die Interessen des Volkes nicht erkennbar verträten, und die rechtswidrige politische Entscheidungen durchführten. Um diese Botschaften unterzubringen, wird vor allem der Bildtyp der „Flagge des nationalen Kollektivs“ zu beinahe allen der genannten Themen einsetzt. Darunter sind zwei Bilder im Kontext des Themas „Parteifinanzierung“, drei zu „Lobbyismus“, eines zu „Steuerverschwendung“, sechzehn zum „Meinungsmonopol“, drei zum „Zwang zur Energiewende“ und dreizehn zum Thema „Asylmissbrauch“ (s. Tab. 8). Der Bildtyp „Flagge des nationalen Kollektivs“ umfasst die Bildmotive der deutschen Fahne und die schwarz-rot-goldenen Farben. Uwe Fleckner zufolge ist die Flagge ein Symbol nationaler Zugehörigkeit (vgl. Fleckner, 2011, S. 330). Sie wird in verschiedenen Kontexten auf Grundlage bestimmter Assoziationen aus dem kollektiven

Gedächtnis je nach Kontext mit variierten Bedeutungen versehen. Im Zusammenhang mit den codierten Themen wird der Bildtyp der „Flagge des nationalen Kollektivs“ dafür genutzt, die nationale Zugehörigkeit zu vermitteln, wobei das nationale Volk sich als Kollektiv von den Eliten abgrenzt. So erscheinen die im Kontext angeführten Beschuldigung (Veruntreuung von Geld, Versäumnisse, politische Fehlentscheidungen unterschiedlichster Art u.a.) gegenüber den Eliten als krasser Widerspruch zu dem Anspruch des nationalen Volkes auf Geltung und Respekt. Dadurch wird die Frontstellung zwischen dem nationalen Volk und den Eliten visuell aufgebaut.

Beispielsweise veröffentlichte die AfD am 31. Juli einen Bildbeitrag auf Facebook, der das Bildmotiv der deutschen Fahne im Hintergrund zeigt (s. Abb. 28). Im Vordergrund ist der Titel zu sehen: „Wider das Berufspolitikertum: Amtszeit begrenzen“. Im Begleittext spricht die AfD von der vergrößerten Kluft zwischen dem Volk und der korrupten politischen Klasse. Lobbyismus, Vetternwirtschaft und Machtmonopol seien die Folge der unbegrenzten Amtszeit (vgl. AfD, 2016i). In diesem Zusammenhang steht die dargestellte schwarz-rot-goldene Fahne für das deutsche Volk als Kollektiv, das sich von den korrupten Eliten abgrenzt und sich ihnen entgegenstellt. Am oberen Bildrand, oberhalb der deutschen Fahne, steht der Hinweis, dass die Forderung nach Amtsbegrenzung aus dem Grundsatzprogramm der AfD stammt. Die unmittelbare Kontextualisierung von deutschem Nationalsymbol (Fahne) suggeriert, die AfD sei die einzige politische Partei, die sich tatsächlich um nationale Belange kümmere und damit das nationale Kollektiv vertrete. Sie stellt sich als Sprachrohr des Volkes gegen die Berufspolitiker dar.



Abbildung 28: Facebook-Bilder der AfD: Wieder das Berufspolitikertum: Amtszeit begrenzen (31. Jul. 2016).
Quelle: https://www.facebook.com/540404695989874/posts/1193413104022360/?substory_index=0 Zugriff: 21. Jul. 2019

Zweitens findet sich der Bildtyp „Souveräne Volksmenge“ unter neun Bildern bzw. 1,1% aller Bildbeiträge der AfD (s. Tab. 7). Er taucht jeweils im thematischen Kontext „Freihandelsabkommen“ und „Asylmissbrauch“ einmal auf (s. Tab. 8). Dieser Bildtyp zeigt

sich im Abbild der Menschen als Teil einer Masse. Die Visualisierung der Volksmenge lässt sich sowohl in der liberal-bürgerlichen als auch in der Propaganda von Diktaturen nachweisen. Zu den codierten Themen der AfD wird das nationale Volk, zugleich die Wähler, Unterstützer und Sympathisanten der AfD, als Menschenmasse visuell repräsentiert. Dabei verknüpft sich dieses äußere Erscheinungsmerkmal mit einer übertragenen Bedeutung, dass das Volk sich mit einem einheitlichen Willen gegen die Internationalisierung des Handels oder die Einwanderung von Migranten vereinigt. So wird der Gegensatz zwischen der Politik der Eliten und dem Willen des Volkes zum Ausdruck gebracht.

Als Beispiel dient das von der AfD am 13. Oktober 2016 veröffentlichte Bild, das eine Menschenmenge im Hintergrund des Bildes zeigt (s. Abb. 29). In dem Begleittext behauptet die AfD, dass der ehemalige Vizekanzler Sigmar Gabriel vor dem Bundesverfassungsgericht in Karlsruhe das europäisch-kanadische Wirtschafts- und Handelsabkommen (CETA) verteidige. Dieses Gericht habe es sofort zugelassen, dass die Bundesregierung diesem Abkommen zustimmen dürfe. Es handele sich um eine in Karlsruhe intransparent gefallene Entscheidung, die daher unter Wahrung des Prinzips von Demokratie und Rechtsstaatlichkeit abzulehnen sei (vgl. AfD, 2016b). Die abgebildete Menge von Menschen ist als Volksmenge und zugleich als Unterstützung der AfD in einer Kundgebung gegen das CETA zu deuten, womit der Bildtyp „Souveräne Volksmenge“ einschlägig ist. Im Bildbeispiel werden die Unterstützer der AfD durch den Bildtyp als ein nationales Kollektiv mit dem einheitlichen Willen gegen das von den politischen Eliten initiierte Abkommen CETA inszeniert. Und der Stempel symbolisiert die Unterdrückung des Volkswillens durch die Eliten im Zuge der Bewilligung dieses Abkommens.



Abbildung 29: Facebook-Bilder der AfD: Bürgerinteressen zählen nicht. CETA kommt! (13. Okt. 2016). Quelle: https://www.facebook.com/540404695989874/posts/1257201317643538/?substory_index=0 Zugriff: 21. Juli 2019

Der Bildtyp „Souveräne Volksmenge“ findet auch in der visuellen Kommunikation der französischen Rechtspopulistischen Partei Front National (FN) Verwendung. Elsa Gimenez

und Natalie Schwarz untersuchten die Visualisierung der Begriffe „Volk“ und „Volksnähe“ in der Online-Kommunikation des Front National (FN) und der Schweizerischen Volkspartei (SVP) im Zuge der Regionalwahlen in Frankreich und der eidgenössischen Wahlen in der Schweiz 2015, indem Bildtypen induktiv aus dem Untersuchungsmaterial zusammengefasst und qualitativ analysiert wurden. Die Schlussfolgerung daraus besagt, dass der FN sich des Bildtyps einer großen Masse von Menschen bedient, um sich als Partei für das Volk zu inszenieren (vgl. Gimenez & Schwarz, 2016). Im Bildtyp „Souveräne Volksmenge“ spiegelt sich also die rechtspopulistische Weltanschauung, wobei das nationale Volk als ein einheitlicher Organismus zu betrachten sei.

Drittens kommt der Bildtyp der „negativen Personendarstellung“ bei beinahe allen Bildern in der ersten Gruppe vor. Darunter beziehen sich zwei Bilder auf das Thema „Parteifinanzierung“, eines auf „Lobbyismus“, 16 auf „Steuerverschwendung“, 17 auf „Meinungsmonopol“, eines auf „Freihandelsabkommen“ und 19 auf das Thema „Asylmissbrauch“ (s. Tab. 8). Der Bildtyp der „negativen Personendarstellung“ zeigt sich in der nonverbalen Körpersprache oder den technischen Darstellungsaspekten, die themenunabhängig der abwertenden Charakterisierung auf der Bildebene dienen. Diese nonverbale Körpersprache umfasst Gestik, Blickverhalten und Mimik derjenigen Personen die mit ihren gezeigten oder bildtechnisch manipulierten körperlichen Ausdrucksformen negativ dargestellt werden sollen. Körpersprache ist ein genetisch bedingter Ausdruck von Emotionen oder besteht aus unbewussten Reaktionen als universale Kommunikationssignale, die eine „negative“ Konnotation inkludieren können, wenn man in eine ungünstige Situation wie z. B. Unterlegenheit, Unsicherheit, Verlegenheit usw. geraten ist. In den codierten thematischen Kontexten wird eine solche Körpersprache bzw. werden die äußeren negativen Körpersprachmerkmale dazu genutzt, die innere Verwerflichkeit bzw. den Verrat und den Machtmissbrauch der politischen Eliten auf die Bildebene zu übersetzen. Darüber hinaus dienen im codierten thematischen Zusammenhang formale sowie technische Darstellungsaspekte wie z. B. die inkonsistente Kommunikation zur Visualisierung der Abwertung und Abneigung gegenüber den Eliten, indem eine positive Körpersprache mit einem negativen Kontext zusammengefügt wird. Solche gezielten widersprüchlichen Kombinationen von visuellen Elementen und schriftsprachlichen Kontextsetzungen sind im Fotojournalismus eine schon lange betriebene Praxis zur Diffamierung der gezeigten Personen. Der Trick besteht darin, ein dem Originalkontext entrissenes Personenfoto unmittelbar mit einem ganz anderen Thema unmittelbar zu verknüpfen, so dass im Augenblick der Rezeption die präsentierte Körpersprache der gezeigten Person als Reaktion auf den neuen Kontext interpretiert wird.

Diese Körpersprache transportiert Ignoranz, Hochmut, Abfälligkeit, Arroganz usw. der dargestellten Person. Insofern wird der Bildtyp der „negativen Personendarstellung“ dafür genutzt, das politische Establishment zu diffamieren.

Als Beispiel dient das von der AfD am 03. April 2018 gepostete Bild, das auf der linken Seite einen Mann mit einem lächelnden Gesicht zeigt (s. Abb. 30). Dieses Porträt wird mit einer Krone montiert, auf der das Wort „Schulden“ prangt. Rechts steht der Titel „Finanzminister ließ Hauswand vergolden: Schuldenkönig ruiniert jetzt großspurig!“ Im Begleittext führt die AfD an, wie der Finanzminister Olaf Scholz Steuergelder durch Projekte, wie die Elbphilharmonie, deren Baukosten mit 800 Mio. Euro zehnmal teurer als geplant ausgefallen waren, verschwendet habe (vgl. AfD, 2018k). In diesem Sinne ist die dargestellte Person leicht als der Finanzminister Olaf Scholz zu erkennen. Sein Lächeln, das kulturunabhängig als Ausdruck positiver Emotion gilt, impliziert im Zusammenhang mit der unterstellten Steuerverschwendung die Arroganz gegenüber den Bürgern. Ebenso setzt die montierte Krone des „Schuldners“ Olaf Scholz mit einem privilegierten König gleich, der das Geld des Volkes für rein eigennützige Zweck verwendet und damit die Interessen des Volkes verrate.



Abbildung 30: Facebook-Bild der AfD: *Schuldenkönig ruiniert jetzt großspurig!* (03. Apr. 2018). Quelle: https://www.facebook.com/540404695989874/posts/1835376893159308/?substory_index=0 Zugriff: 21. Jul. 2019

Viertens kann der Bildtyp „Geldverschwendung“ insgesamt bei 74 Bildern bzw. 9,1% aller Bildbeiträge der AfD identifiziert werden (s. Tab. 7). Darunter verbinden sich neun Bilder mit dem Thema „Parteifinanzierung“ und 15 mit dem Thema „Steuerverschwendung“ (s. Tab. 8). Der Bildtyp „Geldverschwendung“ zeigt sich in den Bildmotiven wie Münzen, Geldbeutel, Goldstücke usw. Das Geld ist Sascha Demarmels zufolge im kollektiven Gedächtnis bzw. in der Darstellungskonvention ein Symbol für einen Schatz (vgl. Demarmels, 2009b, S. 106). Er trägt leicht abgewandelte Bedeutungen in unterschiedenen Kontexten. Im Zusammenhang mit den codierten Themen steht das Geld für den Staatsschatz bzw. für die von dem fleißigen Volk geleisteten Steuereinnahmen, die von den politischen Eliten zur persönlichen Bereicherung und

aus Desinteresse an einem sparsamen Umgang mit dem anvertrauten fremden Vermögen verschwendet werden. Die Veranschaulichung des Gemeingutes des Volkes dient also als angeblicher Beweis für die volksverräterische Gesinnung der Eliten, wobei die Entgegensetzung von Volk und Eliten einmal mehr ihre visuelle Bestätigung findet.

Beispielsweise zeigt das von der AfD am 11. Mai 2019 veröffentlichte Bild das Reichstagsgebäude mit glänzenden deutschen Fahnen. Im Hintergrund sind unzählige Bündel von Geldscheinen und ein Feuerwerk zu sehen. Dieses Bildmotiv wird mit dem Titel versehen „Diäten-Wahnsinn im Bundestag: Ab 1. Juli steigen die Diäten auf über 10.000 €!“. Der Begleittext spricht von der Selbstbedienungsmentalität der Eliten, die die Bürger immer mehr ausplünderten (vgl. AfD, 2019c). In diesem Zusammenhang wird eine feierliche Stimmung durch das Feuerwerk und die glänzenden Fahnen vor dem Reichstagsgebäude inszeniert. In Kombination mit dem Bildmotiv des Geldes wird suggeriert, dass die politischen Eliten ausgiebigen Grund zum Feiern hätten, dadurch dass sie sich selbst ungeniert persönlich bereichern.



Abbildung 31: Facebook-Bild der AfD: Diäten-Wahnsinn im Bundestag: Ab 1. Juli steigen die Diäten auf über 10.000 €! (11. Mai 2019). Quelle: <https://www.facebook.com/540404695989874/posts/2406523886044603/> Zugriff: 21. Jul. 2019

Fünftens wird der Bildtyp „Totschweigen“ insgesamt bei 16 Bildern bzw. 2,0% aller Bildbeiträge der AfD ausgewählt (s. Tab. 7). Alle diese Bilder lassen sich der Themenkategorie „Meinungsmonopol“ zuordnen (s. Tab. 8). Zum Bildtyp „Totschweigen“ gehört das Bildmotiv des zugehaltenen Mundes. Diese Bildformel wird nicht nur in der französischen Studentenbewegung in den 1960er Jahren, sondern auch in der gegenwärtigen Protestbewegung gegen die Verletzung und die Einengung der Rede-, Presse- oder Meinungsfreiheit eingesetzt. Dabei wird die Geste, jemanden vom Reden abzuhalten, mit der Unterdrückung von Meinungen verglichen. Damit stellt der Bildtyp „Totschweigen“ zu dem identifizierten Thema „Meinungsmonopol“ die Unterdrückung der Meinungsfreiheit überhöht und plakativ dar, die

deutlich von den als autoritär empfundenen politischen Eliten ausgehe. Auch hier findet die immer wieder aufs Neue behauptete antagonistische Trennung zwischen dem nationalen Volk und den Eliten visuell durch entsprechende Bildarrangements ihre Bestätigung.

Die AfD veröffentlichte am 18. Dez. 2016 ein Bild, das einen Mann mit geweiteten Augen, einer gerunzelten Stirn und einem zugeklebten Mund darstellt (s. Abb. 32). Das Bildmotiv wird mit dem Titel illustriert: „Presserat rügt Medien wegen Täterbeschreibung“. Links (vom Betrachter aus) befindet sich noch ein roter Stempelschriftzug mit den Worten „Täter ohne Herkunft?“. Der Anlass des Beitrags war, dass die Wochenzeitung „Junge Freiheit“ die Nationalität eines Mehrfachstraftäters genannt habe und dabei darauf verwiesen habe, dass es sich um einen Flüchtling handle. Anschließend werfe der Deutsche Presserat ihr vor, die presseethischen Grundsätze gebrochen zu haben. Im Begleittext kritisiert die AfD nicht nur den Presserat, sondern auch das Meinungsmonopol der Eliten generell in der Pressemitteilung (vgl. AfD, 2016g). Die Unterdrückung der Presse- und Meinungsfreiheit wird durch den zugeklebten Mund auf der visuellen Ebene übersetzt. Die geweiteten Augen und die gerunzelte Stirn bringen den Ärger der Betroffenen zum Ausdruck. Die Frage „Täter ohne Herkunft?“ ist rhetorisch gemeint, indem sie Kritik an den ethischen Grundsätzen des Presserats übt, der demnach eine objektive Berichterstattung erschwere. Dazu zählt nach Auffassung der AfD auch der von einem elitären Medienkartell verfolgte Grundsatz, Bekanntmachungen im Zusammenhang mit der Ausländerkriminalität zurückzuhalten.



Abbildung 32: Facebook-Bild der AfD: *Schuldenkönig ruiniert jetzt großspurig!* (03. Apr. 2018). Quelle: https://www.facebook.com/540404695989874/posts/1262468160450187/?substory_index=0 Zugriff: 21. Jul. 2019

2) Zur zweiten Gruppe gehören die Themen „Rettungspolitik“, „Währungsregulierung der EZB“, „Kosten der Energiewende“, „Soziale Notlage“ und „Wohlfahrtssystem“. Die Narrationen dieser Themen besagen, dass die Eliten und die Fremden das nationale Volk auf verschiedenen Ebenen und Wegen belasteten. Diese Botschaften werden vor allem durch den

Bildtyp „Armut“ transportiert. Dieser Bildtyp lässt sich in insgesamt 45 Bildern nachweisen, womit er in 5,5% aller Bildbeiträge codiert wurde (s. Tab. 7). Darunter betreffen sechs Bilder das Thema „Währungsregulierung der EZB“, sieben das Thema „Kosten der Energiewende“, elf das Thema „Soziale Notlage“ und 21 Bilder das Thema „Wohlfahrtsystem“ (s. Tab. 8). Der Bildtyp „Armut“ zeigt sich in den Bildmotiven (1) der Alten, (2) einer bestimmten Gestik, (3) der Sprachbilder sowie (4) der alltäglichen Mangellagen von Bedürftigen. Die Bildmotive der ersten Gruppe stellen die Alten (gemeint sind erkennbar alte Leute bzw. Senioren) mit dem Kennzeichen der Falten durch ihre Gesichter dar. Meike Haunschild zufolge steht die visuelle Chiffre des hohen Alters in der Elendsdarstellung für den materiellen Verlust und Verfall (vgl. Haunschild, 2017, S. 416). Zu der zweiten Bildmotivgruppe gehören einerseits Erniedrigungsgestik wie das Kauern und das Hocken, andererseits Körperhaltungen wie z. B. leicht zur Seite gedrehte Kopfhaltung oder von der Kamera und damit dem Betrachter des fertigen Bildes abgewendeter Blick. Solche Körpersprache lässt in thematischem Bezug auf Armut an die Darstellung der Bettler oder der Obdachlosen erinnern. Folglich verbinden sich solche defensive Geste und Körperhaltung bei der Armutsdarstellung mit der Andeutung der Scham und der Angst der Abgebildeten vor sozialer Ausgrenzung und Abwertung (vgl. Haunschild, 2017, S. 425; Korff, 1997, S. 287). In der dritten Bildmotivgruppe werden die sprachlichen Metaphern wie „im Schatten“, „auf die Straße geworfen werden“ und „keine schwere Tasche haben“ mit konkreten Szenarien zur Schau gestellt. Die Metapher „im Schatten“, also auf der Schattenseite des Lebens stehe, wird beispielsweise durch das Abbild einer dunklen Unterkunft auf der Bildebene übersetzt. Zur vierten Bildmotivgruppe zählen scheinbar typisch realitätsnahe Szenarien von Bedürftigen, wie zum Beispiel das Suchen nach Nützlichem in dem Abfalleiner. Unter den Kontexten der codierten Themen wird der jeweilige Protagonist als Mitglied des nationalen Volkes durch den Bildtyp „Armut“ als materiell bedürftig inszeniert. Auf diese Weise wird also eine Deutung nahegelegt, dass ein erheblicher Teil von deutschen Bürgerinnen und Bürgern als Mitglieder der nationalen Volksgemeinschaft unter der wirtschaftlichen Belastung der Eliten und der Fremden litten.

Als Beispiel dient das von der AfD am 19. Juni 2018 veröffentlichte Bild, in dem eine brennende Kerze vor einem Laptop und eine kleine Tasche mit zwei Münzen zu sehen sind. Im Vordergrund befindet sich der Titel: „Strompreise dank EEG kaum noch bezahlbar: Der Letzte macht das Licht aus!“. Im Begleittext spricht die AfD von katastrophalen Folgen durch „Merksels desaströser Energiewende“, speziell dass Hartz-IV-Empfänger bald im Dunkeln sitzen müssten (AfD, 2018n). In diesem Kontext handelt es sich beim Bildmotiv um eine dunkle Unterkunft und ein leeres Portemonnaie bzw. um ein inszeniertes Bedrohungsszenario für das

von Armut betroffene Volk. Gleichzeitig ist das Bildmotiv als eine Visualisierung der sprachlichen Metaphern „im Schatten“ und „keine schwere Tasche haben“ zu erfassen. So wird eine visuelle Verdeutlichung für das von den Eliten verursachte Leid der Bevölkerung erzeugt.



Abbildung 33: Facebook-Bild der AfD: *Strompreise dank EEG kaum noch bezahlbar: Der Letzte macht das Licht aus!* (06. Mai. 2018). Quelle: https://www.facebook.com/540404695989874/posts/1919436011420062/?substory_index=0 Zugriff: 21. Jul. 2019

Zweitens können unter den Bildtyp „Flagge des völkischen Kollektivs“ zwölf Bildbeiträge eingeordnet werden, davon sechs Bilder dem Thema „Rettungspolitik“ zugeordnet werden, drei zur „Währungsregulierung des EZB“, zwei zu „Kosten der Energiewende“ und eines zu dem Thema „Soziale Notlage“ (s. Tab. 8). Wie schon einmal ausgeführt, gilt der Bildtyp „Flagge des völkischen Kollektivs“ als Sinnbild für die nationale Zugehörigkeit (vgl. Fleckner, 2011, S. 330). Dieser Verweis soll einmal mehr die Opferrolle des nationalen Volkes andeuten, indem es von den Eliten und den Fremden bedroht würde. Der Bildtyp „Flagge des völkischen Kollektivs“ wird zum Teil mit anderen visuellen Elementen montiert und dadurch zur Visualisierung dieses kollektiven Opfers herangezogen – in jedem Fall dient er dem Transport der im Rahmen des vorherrschenden gesellschaftlichen Systems unüberbrückbaren Gegensätzlichkeit zwischen dem nationalen Volk einerseits und der Eliten und den Fremden andererseits.

Drittens lässt sich der Bildtyp „Denkmäler der ewigen Nation“ bei 32 Bildern bzw. 3.9 % aller Bildbeiträge der AfD identifizieren (s. Tab. 7). Darunter beziehen sich vier Bilder auf das Thema „Rettungspolitik“ und zwei auf das Themenfeld „Wohlfahrtssystem“ (s. Tab. 8). Zu diesem Bildtyp gehören Bildmotive von historischen Gebäuden, Denkmälern und Bildhauereien wie das Brandenburger Tor und das Reichstagsgebäude. Sie sind Wahrzeichen von Deutschland, denen in verschiedenen thematischen Kontexten nicht gleiche Bedeutungen zugeschrieben werden. Die codierten Themen beziehen sich auf den Kontext der Verletzung des Wohlstandes der Einheimischen zugunsten anderer Länder in der EU, die – wie Griechenland – hohe Unterstützungshilfen erhielten und anderer Volksgruppen wie der kürzlich

hinzugekommenen Migranten. In diesem Zusammenhang rufen die Abbilder der nationalen Symbole Assoziationen mit der jüngeren Geschichte Deutschlands hervor, von Königtum und Kaiserreich über Republik und Diktatur bis zur Demokratie. Diese lange historische Linie nährt die Vorstellung, dass die Nation in den Wandlungen der Geschichte überlebt habe, daher seien ihre wirtschaftlichen Interessen auch in der Gegenwart vor der Beschädigung von außen zu schützen. Durch den Bildtyp „Denkmäler der ewigen Nation“ wird also die Botschaft zum Ausdruck gebracht, die wirtschaftlichen Interessen der Einheimischen nicht den Zuwanderern zu opfern. Dies betrifft die Visualisierung der Frontstellung zwischen dem nationalen Volk und den Fremden.

Viertens sind zwei Bilder, die dem Bildtyp „Souveräne Volksmenge“ zuzuordnen sind, im thematischen Kontext „Wohlfahrtssystem“ nachweisbar (s. Tab. 8). Dieser Bildtyp stellt das nationale Volk und zugleich die Unterstützer sowie die Anhänger der AfD als eine geschlossene Menschenmenge dar. Diese äußere formale Einheit bzw. Einheitlichkeit deutet den einheitlichen Willen des nationalen Volkes an, der sich konkret gegen die Inanspruchnahme der Armutszuwanderer und der Geflüchteten von Sozialleistung in Deutschland richtet. In diesem Sinne ist also der Bildtyp „Souveräne Volksmenge“ der Ausdruck der Entgegensetzung zwischen dem nationalen Volk als Kollektiv und den Fremden.

Fünftens verbinden sich sieben Bilder des Bildtyps „Geldverschwendung“ mit dem Thema „Rettungspolitik“, fünf mit „Währungsregulierung der EZB“, zehn mit „Kosten der Energiewende“ und 28 Bilder mit dem Thema „Wohlfahrtssystem“ (s. Tab. 8). Wie bereits erklärt, gilt das Abbild des Gelds als ein Symbol für Schatz im kollektiven Gedächtnis (vgl. Demarmels, 2009b, S. 106). In thematischem Bezug mit Steuerverschwendung steht dieses Symbol für das von dem fleißigen Volk erwirtschaftete Staatsvermögen, das nicht wunsch- bzw. erwartungsgemäß ausgegeben, sondern verschwendet werde. Alle Verschwendung gelten als volksfern apostrophierte Ziele wie die Rettung und der Erhalt des Eurosystems, die Energiewende und die Aufnahme der Zuwanderer. Folglich werden die wirtschaftlichen Interessen des Volkes gegen die Ziele der Politik und die Bedürfnisse der Zuwanderer ausgespielt. Die Botschaft an die Rezipienten der Wahlkampagnen verfestigt sich: Solange die Frontstellung des nationalen Volkes gegenüber den Eliten und Fremden nicht aufgebrochen wird, ändert sich nach rechtspopulistischer Anschauung nichts an der beklagenswerten Lage des nationalen Volkes.

Sechstens wurden unter den dem Bildtyp der „negativen Personendarstellung“ zugeordneten Bildbeiträgen zwei Bilder als „Rettungspolitik“ thematisch codiert, zwei als „Währungsregulierung des EZB“, vier als „Kosten der Energiewende“, fünf

als „Soziale Notlage“ und 16 Bilder als „Wohlfahrtssystem“ (s. Tab. 8). Dieser Bildtyp, wie bereits erörtert, zeigt sich im Abbild bestimmter Körpersprache und der technischen Darstellungsaspekte. Mit den codierten Themen assoziiert sich im jeweiligen Bildbeispiel diese Körpersprache bzw. das negative äußere Image mit der Bedeutung, dass nach Meinung der AfD den Eliten der Schaden, den sie dem Volk angeblich zufügen, gleichgültig sei oder sogar beabsichtigt sei. Dadurch werden die Eliten als arrogant und feindselig gegenüber der Bevölkerungsmehrheit dargestellt. Und die technischen Darstellungsaspekte suggerieren die Abwertung und Abneigung ihnen gegenüber. Dadurch wird der Anti-Elitismus visuell verstärkt.

Siebtens werden 19 Bilder, bzw. 2,3% des gesamten Materials dem Bildtyp „Zustrom von Geflüchteten“ und zugleich dem Themenfeld „Wohlfahrtssystem“ zugeordnet (s. Tab. 7, 8). Der Bildtyp äußert sich in den Bildmotiven der unidentifizierbaren, dichtgedrängten Menschenmasse sowie der überfüllten Schiffe. Im Kontext des identifizierten Themas wird die einer ungeordneten Phalanx ähnelnde dichtgedrängte Menschenmasse als Ansturm auf die nationalen Wohlfahrtssysteme gedeutet, mit der Folge, dass die Neuankömmlinge die sozialen Ressourcen entwendeten, die der Staat gemäß dem verfassungsrechtlichen Gebot den Einheimischen zur Verfügung stelle. Darüber hinaus setzt das Bildmotiv des überfüllten Flüchtlingsschiffes das Boot mit dem Staat metaphorisch gleich. Diese Metapher bringt das Gefühl im Sinne der Parole „Das Boot ist voll“ zum Ausdruck, dass zu viele Ausländer im eigenen Land seien. Daher dient das Abbild des überfüllten Schiffes der Charakterisierung der Geflüchteten und der Zuwanderer als ungewollte, besorgniserregende Fremde, die vom Nießrecht des Sozialversicherungssystems ausgeschlossen bleiben sollten. Insofern wird anhand des Bildtyps „Zustrom von Geflüchteten“ die Frontstellung zwischen dem nationalen Volk und den Fremden visuell erhärtet.

Das Bildbeispiel, veröffentlicht von der AfD am 02. Januar 2019 auf Facebook, zeigt aus einer Vogelperspektive zusammenstehende Menschen in einem blau-grauen Farbton. Durch ihre hohe Dichte sind ihre Körper voneinander bedeckt. Zu sehen sind nur ihre unzähligen Köpfe und Teile ihrer Oberkörper. Das Bild ist von schwarzen Handabdrücken umgeben. Rechts im Bild ist eine Karte von Deutschland mit den schwarz-rot-goldenen Farben zu sehen. Das Bildmotiv ist mit dem Titel versehen, „Wunschziel Deutschland: Unfassbare 42.000.000 wollen zu uns!“. Im Begleittext wird expliziert, dass nach einer jüngsten Meinungsumfrage weltweit 42 Millionen Menschen den Wunsch hätten, nach Deutschland zu migrieren. Sie seien keine Fachkräfte, sondern junge Männer, die nur einige Jahre eine Grundschule besucht hätten und daher die deutschen Sozialkassen in Zukunft stark belasten würden (vgl. AfD, 2019). Auf der Bildebene werden sie als eine Menschenmasse veranschaulicht, die unmittelbar zur Frage

nach den Kosten für ihre Aufnahme führt. Der inszenierte unidentifizierte Ansturm suggeriert die Bedrohung der potenziellen Migranten für das Sozialsystem Deutschlands. Die unzähligen ausgestreckten Hände implizieren ihre Bedürfnisse nach materieller Versorgung, was das Gefühl von Bedrohung des gemeinschaftlich geteilten Wohlstandes noch akzentuiert. Und mit dem blau-grauen Farbton der Menschenmasse und den schwarzen Händen werden keine individuellen Gesichter der Menschen dargeboten, sondern vielmehr vermittelt die quasi ‚gesichtslose‘ homogene Masse Gefahr von angeblicher Entfremdung durch den Ansturm der Armutseinwanderer. In diesem Sinne steht die Landkarte Deutschlands mit den schwarz-rot-goldenen Farben nicht nur für das Zielland dieser Umsiedlungswilligen, sondern auch für das nationale Kollektiv, das es gegenüber den besorgniserregenden fremden Armutseinwanderern zu verteidigen gilt.



Abbildung 34: Facebook-Bild der AfD: *Wunschziel Deutschland: Unfassbare 42.000.000 wollen zu uns!* (02. Jan. 2019). Quelle: <https://www.facebook.com/540404695989874/posts/2200403579989969/> Zugriff: 21. Jul. 2019

3) Die dritte Gruppe umfasst die Themen „Ausländerkriminalität“ „Islamischer Terrorismus“, „Infektionskrankheiten“ und „Demografische Selbsterst““. Im Rahmen dieser Themen werden die Fremden sowohl als Kriminelle und Terroristen denunziert, die die öffentliche Sicherheit gefährdeten, als auch als Bedrohung für die Gesundheit der Bürger und für die Existenz der Nation angesehen. Vor allem dient der Bildtyp „Gewaltopfer“ zum Transport solcher Narrationen. Dieser Bildtyp ist prägend für 70 Bilder bzw. 8,6% untersuchter Fallbeispiele (s. Tab. 7). Unter ihnen verbinden sich 67 Bilder mit dem Thema „Ausländerkriminalität“ und drei mit dem Thema „islamischer Terrorismus“ (s. Tab. 8). Dieser Bildtyp zeigt sich in den Bildmotiven der von Gewalt betroffenen einheimischen Frauen und Kinder sowie eines Tatorts mit Blutspuren oder mit herumliegendem Schuh und Ambulanz. Die Bildmotive der einheimischen Frauen werden durch externe Merkmale wie weiße Haut und blonde Haare gekennzeichnet. Wie bereits erörtert, steht der Frauenkörper im thematischen Zusammenhang mit der verletzten Frau als Gewaltopfer durch fremde Männer stellvertretend

für das gesamte Volk (vgl. Bröttcher, 2019, S. 277). Gleichzeitig fungieren Bildmotive von verletzten Frauen und Kindern häufig ganz allgemein als Sinnbilder der Verletzlichkeit (vgl. Zimmermann, 2011, S. 369). Insofern verbindet sich das Abbild von Frauen und Kindern als Gewaltopfer im Zuge der codierten beiden Themen mit der nahegelegten Bedeutung der physischen Bedrohung der nationalen Volksgemeinschaft durch Mitglieder anderer Ethnien. Dabei repräsentiert das Bildmotiv – blond, weiß und blauäugig – aber keine vorhandene bzw. reale Bevölkerung, sondern eher die Identität einer bloß vorgestellten Gemeinschaft, mithin eine Wunschidentität. Darüber hinaus unterstreichen das Bildmotiv des Tatortes und der Ersten Hilfe - ebenfalls im Rahmen der beiden codierten Themen - das Trauma und die Verwundbarkeit der Betroffenen. Der Bildtyp „Gewaltopfer“ stellt also das nationale Volk sowohl auf der kollektiven als auch auf der individuellen Ebene als Opfer dar, dessen physische Sicherheit von den Asylbewerbern, Migranten und Muslimen bedroht sei.

Zum Beispiel zeigt das Facebook-Bild der AfD am 29. Juli 2018 das Bildmotiv eines neuen, weißen Schuhs mit Blutflecken auf einer von Steinen umgebenen Holzfläche in einem blauen Farbton (s. Abb. 35). Im Vordergrund erscheint der Titel: „Bayern: Messerattacke auf ein Kind! Eritreer sticht im Wahn auf 11-Jährigen ein!“. Im Kontext des Bildbeitrags wird von einem Messerangriff in Vilshofen berichtet, wobei ein Eritreer mit einem Messer einen 11-jährigen Jungen lebensgefährlich verletzte. Dazu äußert die AfD, dass die jungen Leute den Preis für Angela Merkels Multikulti-Wahn zahlten. Sie würden belästigt, vergewaltigt, verletzt und getötet (vgl. AfD, 2018d). Der dargestellte Schuh mit Blutspuren lässt sich als sinnbildliche Hinterlassenschaft am Tatort vom Gewaltopfer deuten. Dadurch wird ein angeblicher visueller Beleg für das Leid, das Trauma und die Verwundbarkeit des Kindes, ausgehend von einem gewalttätigen Fremden, herbeigeführt. Doch über den konkreten Einzelfall hinaus drücken die kühlen Blautöne des Bildes das Unbehagen aus, dieser Ort könnte überall in Deutschland sein, und überall lauert die Gefahr für Leib und Leben.



Abbildung 35: Facebook-Bild der AfD: *Bayern: Messerattacke auf ein Kind! Eritreer sticht im Wahn auf 11-Jährigen ein!* (29. Jul. 2018). Quelle: https://www.facebook.com/540404695989874/posts/1981382885225374/?sub_story_index=0 Zugriff: 21. Jul. 2019

Zweitens lassen sich elf Bilder, die dem Bildtyp „Flagge des völkischen Kollektivs“ zugeordnet werden, im Themenfeld „Ausländerkriminalität“ nachweisen, sechs zum „Islamischen Terrorismus“, eines zur „Infektionskrankheit“ und zwei Bilder zu dem Thema „Demografische Selbstzerstörung (s. Tab. 8). Im Zuge jener Themen suggeriert dieser Bildtyp die nationale Zugehörigkeit der Volksgemeinschaft, wobei die schwarz-rot-goldenen Farben auf die Rolle der Einheimischen als kollektive Leidtragende hinweisen, deren physische Sicherheit und ethnische Existenz von den Zuwanderern, Asylbewerbern und Muslimen bedroht würden.

Drittens taucht der Bildtyp „Denkmäler der ewigen Nation“ in thematischem Bezug zu „Ausländerkriminalität“ elfmal auf, zum „Islamischen Terrorismus“ dreimal und zur „Demografischen Selbstzerstörung“ einmal (s. Tab. 8). In diesen thematischen Kontexten ruft der Bildtyp „Denkmäler der ewigen Nation“ die Assoziation mit der langen Geschichte der Volksgemeinschaft, fortgesetzt durch eine Blutlinie bzw. die Ethnie hervor. Daraus ergibt sich eine kollektive Identität der völkischen Gemeinschaft, die mit den Fremden unteilbar ist, was letztere dann per se ausgrenzt. In diesem Sinne mahnt das Bildmotiv, die physische Sicherheit des „Volkskörpers“ zu schützen und seine kollektive Existenz vor einer „Durchmischung“ mit den fremden Ethnien zu bewahren.

Als Beispiel dient das von der AfD (vgl. 2017d) am 23. April 2017 veröffentlichte Bild, in dem die nationale Fahne Deutschlands mit dem Brandenburger Tor in einer Montage kombiniert wird. Das Brandenburger Tor wird aus einer Untersicht gezeigt, verbunden mit Lichtstreifen, die künstliches Licht in der Dunkelheit erzeugt hat (s. Abb. 36). Im Vordergrund ist der Text zu sehen: „Aus dem Entwurf unseres Wahlprogrammes: ‚Wir wollen unseren Nachkommen ein Land hinterlassen, das noch als unser Deutschland erkennbar ist‘“. Thema des Bildbeitrags ist der demografische Wandel. Dazu schreibt die AfD im Begleittext, dass das Ziel der AfD die Selbsterhaltung und nicht die Selbstzerstörung „unseres Staates und Volkes“ sei (ebd.). In diesem Zusammenhang verweist die deutsche Fahne auf die nationale Zugehörigkeit, die von der Abstammung bestimmt wird. Und das Brandenburger Tor assoziiert sich mit dem kollektiven Gedächtnis der Nation. Symbolisiert werden hier die Vorstellung von einem kollektiven Körper eigener ethnischer Zugehörigkeit und Gemeinschaft mit einer einzigartigen Identität, die mit den fremden Ethnien unteilbar sei. Die Untersicht und das leuchtende goldene Licht drücken Erhabenheit, leuchtende und strahlende Zukunft, Licht in dunklen Zeiten aus; es sind vermeintliche Merkmale für das als erstrebenswert ausgegebene Ziel, ‚deutsche Werte‘ und auch das ethnische Volk zu erhalten, damit „unser“ Land erkennbar für die Nachkommen bleibe.



Abbildung 36: Facebook-Bild der AfD: *Aus dem Entwurf unseres Wahlprogrammes: „Wir wollen unseren Nachkommen ein Land hinterlassen, das noch als unser Deutschland erkennbar ist“* (03. Apr. 2017). Quelle: https://www.facebook.com/540404695989874/posts/1445831982113803/?substory_index=0 Zugriff: 21. Jul. 2019

Viertens kommt der Bildtyp „Souveräne Volksmenge“ einmal zum Thema „Islamischer Terrorismus“ vor. Damit wird das nationale Volk wiederholt als Menschenmasse ausgewiesen. Die Gestalt der Menge von Menschen verknüpft sich in diesem Kontext mit der Bedeutung eines gleichen im Sinne von einheitlichen Willens des nationalen Volkes gegen die Aufnahme der Geflüchteten zum Schutz der Sicherheit der Einheimischen vor islamistischen Terroristen.

Fünftens wurden zwölf Bilder, in denen der Bildtyp der „negativen Personendarstellung“ aufscheint, dem Thema „Ausländerkriminalität“ zugeordnet, und sieben dem Themafeld „Islamistischer Terrorismus“. In diesen beiden thematischen Kontexten stellen die Körpersprache und die Darstellungsaspekte, die dem Bildtyp der „negativen Personendarstellung“ zugehörig sind, die Eliten als diejenigen dar, die – entweder durch Versagen oder bewusst zielgerichtet - die Ausländerkriminalität und das Wirken der islamistischen Terroristen auf heimischem Grund und Boden erst ermöglicht hätten. Dabei werden auch die Abwertung und die Abneigung gegenüber den Eliten dezidiert zum Ausdruck gebracht.

Sechstens können 56 Bilder bzw. 3,3 Prozent des gesamten Untersuchungsmaterials dem Bildtyp „Der gewalttätige Fremde“ zugeordnet werden (s. Tab. 7). 27 davon betreffen das Thema „Ausländerkriminalität“, während sich 26 Bilder zum Thema „Islamischer Terrorismus“ finden lassen (s. Tab. 8). Dieser Bildtyp besteht im Bildmotiv der Waffe. Letzteres fungiert als ein Symbol, das im europäischen kulturellen Gedächtnis zur Konstruktion des Feindbildes bzw. des Drohbildes der Juden und der Türken für die Christen gebraucht wurde. Zu den beiden codierten Themen wird dieses Symbol ebenso zur Visualisierung der Immigranten, Asylsuchenden und Muslime als physische Bedrohung für das nationale Volk genutzt. Dadurch werden Vorstellungen von einer weit verbreiteten Brutalität unter den

Fremden und damit der Gegensatz zwischen den Einheimischen und den Fremden visuell hervorgehoben.

Die AfD veröffentlichte am 18. Dezember 2019 ein Bild auf Facebook, das einen Umriss einer Hand mit einem bedrohlich erhobenen Messer darstellt (s. Abb. 37). Im Hintergrund wird eine große Menschenmenge bei Dunkelheit gezeigt, die vor einer leuchtenden Fassade stehen. Der Titel im Bild lautet: „IS-Anschlagsplan überschattet Musikfestival. Geheimoperation verhindert knapp IS-Anschlag!“. Im thematischen Zusammenhang ist von drei Attentäter-Teams aus Syrien die Rede, die sich auf den Weg nach Deutschland gemacht hätten, um einen Terroranschlag auf einem großen Musikfestival zu verüben. Dieser IS-Anschlagsplan sei durch eine Geheimoperation knapp verhindert worden (vgl. AfD, 2018f). In diesem Kontext handelt es sich bei den dargestellten Menschen um Besucher eines Open-Air-Konzerts. Die Hand mit dem erhobenen Messer erscheint als Terroristen hinter diesem Publikum. Ihre Gewaltbereitschaft und Brutalität werden im Messer verdichtet. So stellen sie sich als versteckte und unidentifizierbare Gefährder dar – der Entwurf eines typischen Drohszenarios.



Abbildung 37: Facebook-Bild der AfD: *IS-Anschlagsplan überschattet Musikfestival. Geheimoperation verhindert knapp IS-Anschlag!* (18. Dez. 2019). Quelle: https://www.facebook.com/540404695989874/posts/2101271536569841/?substory_index=0 Zugriff: 21. Jul. 2019

Siebtens kommt der Bildtyp „Kriminelle“ in 128 Bildern bzw. 15,7% allen Materials der AfD vor (s. Tab. 7). Darunter ist die Mehrheit bzw. sind konkret 83 Bilder dem Thema „Ausländerkriminalität“ zuzuordnen und 15 Bilder lassen sich mit dem Thema „Islamischer Terrorismus“ konkret verbinden (s. Tab. 8). Der Bildtyp „Kriminelle“ umfasst drei Bildmotivgruppen, nämlich (1) „Schattenmann“; (2) „Kapuzenmann“; (3) „Schutzmann gegen Gefährdete“. Das Bildmotiv „Schattenmann“ besteht im Abbild einer dunklen Silhouette. Zum Bildmotiv „Kapuzenmann“ gehören das Abbild des Gesichtes im Dunkel, eines unscharfen Gesichtes und eines in einer Bildmontage teilweise verdeckten Gesichtes. Die Bildmotive der ersten beiden Gruppen stellen die Einwanderer und die Muslime als anonyme Kriminelle und Terroristen dar. Und die Gruppe der Bildmotive „Schutzmann gegen Gefährdete“ umfasst

Abbilder wie Polizeiuniform, Streifenwagen, Polizeilichter, Polizeisiegel usw. In den identifizierten Kontexten der AfD stehen die Polizeibilder für den Schutz des Volkes vor kriminellen Zuwanderern und Asylbewerbern sowie vor dem radikalen Islam. Die drei Bildmotivgruppen sind gekennzeichnet durch die Nicht-Abbildung des Gesichtes. Im Kontext der codierten beiden Themen steht diese äußere Erscheinung der Anonymität für die ungeheurere und undefinierbare Bedrohung der abgebildeten Kriminellen. Der Bildtyp „Kriminelle“ dient also dazu, die Frontstellung zwischen den Fremden und den Einheimischen zu vermitteln.

Beispielsweise veröffentlicht die AfD am 06. Mai 2018 das Bild, das einen hockenden Mann mit einer Kapuze in der rechten Bildhälfte zeigt, dessen Kopf völlig von der Kapuze verdeckt wird, wobei das Gesicht im Dunkel bleibt (s. Abb. 38). Das Bildmotiv wird mit dem Titel auf der linken Seite versehen, „Nicht mit uns! Ohne Ausweis eingereist: Mehrfachtäter wird niemals abgeschoben?!“ Im Begleittext berichtet die AfD davon, dass der Afrikaner Allasane Sal ein aufgrund von Körperverletzungen und anderen Delikten mehrfach vorbestrafter Krimineller sei, der niemals abgeschoben werde (vgl. AfD, 2018h). In diesem Kontext ist der Kapuzenmann als krimineller Zuwanderer zu identifizieren, dessen Gesicht nicht abgebildet wird. Die anonyme äußere Erscheinung lässt als die potenziell gefährlich erscheinen.

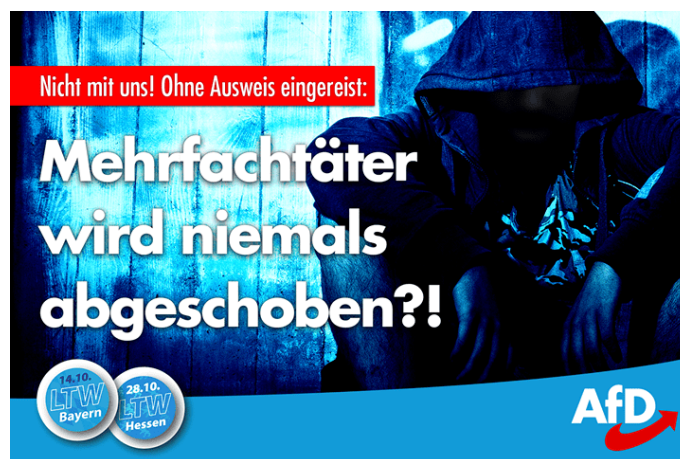


Abbildung 38: Facebook-Bild der AfD: *Mehrfachtäter wird niemals abgeschoben?!* (06. Mai. 2018). Quelle: https://www.facebook.com/540404695989874/posts/1993312184032444/?substory_index=0 Zugriff: 21. Jul. 2019

Achtens findet der Bildtyp „Islam als kulturell andersartig und politisch radikal“ unter 60 Bildern bzw. unter 7,4% des Untersuchungsmaterials Verwendung (s. Tab. 7). Darunter betreffen zwölf Bilder das Thema „Islamischer Terrorismus“ (s. Tab. 8). Zum Bildtyp gehören zwei Gruppen von Bildmotiven: Kleidungsstücke wie Kopftuch, Nikab, Burka, Turban; und die islamischen Gebäude wie Moscheen und Minarette. Solche Bildmotive sind Symbole des Islams, die insbesondere nach den Terroranschlägen am 11. September 2001 im

islamfeindlichen Kontext zum Sinnbild der Gewalt und Bedrohung des islamistischen Terrorismus geworden sind. Die visuelle Darstellung des Turbans erinnert an Osama bin Laden, den Anführer der Dschihad-Basis. Das Kopftuch ähnelt einer Selbstmordattentäterin. Und die Minarettzeichnungen wecken Assoziationen zu raketenähnlichen Waffen des radikalen Islamismus (vgl. Elliott, 2003, S. 52f.; Liebhart, 2015, S. 91; Scarvaglieri, 2018, S. 337). In diesem Sinne stempelt der Bildtyp „Islam als kulturell andersartig und politisch radikal“ quasi alle Muslime zu radikalisierten Terroristen, indem sie thematisch mit dem Phänomen des „Islamischen Terrorismus“ unmittelbar in Bezug gesetzt werden. Als Volksgruppe in Deutschland seien sie auszugrenzen.

Der Bildtyp „Islam als kulturell andersartig und politisch radikal“ wird von der nationalkonservativen und rechtspopulistischen Schweizerischen Volkspartei (SVP) zur Visualisierung ihrer islamfeindlichen politischen Botschaften im eignen Kampagnen-Plakat zum Referendum für die Verhinderung des Baus neuer Minarette in der Schweiz eingesetzt. Karin Liebhart zufolge dienen nämlich die Bildmotive der verschleierte Frau und der schwarzen Minarette zur visuellen Form der islamfeindlichen Rhetorik, wobei die Muslime als rückständige und gewalttätige Menschengruppe verleumdet werden (vgl. Liebhart, 2015, S. 91f.). Dies bestätigt, dass die Xenophobie, das zentrale Wesensmerkmal des Rechtspopulismus, dadurch visualisiert wird, dass die Fremden pauschal als Bedrohung für die physische Sicherheit der Einheimischen und für die Einheit der nationalen Kultur dargestellt werden.

4) Zur vierten Gruppe zählen die Themen „Illegale Einreise und Betrug“, „Muslimische Parallelgesellschaft“ und „Kulturkrieg der Türkei“. Unter diesen Themen offenbaren sich die Narrationen der AfD in der Unvereinbarkeit der Fremden bzw. der Einwanderer und der Muslime mit dem angestammten Volk, die das geltende Ordnungsrecht missachteten, und die Kultur des eigenen Volkes gefährdeten. Um diese verzerrte Wahrnehmung zu transportieren, wird vor allem der Bildtyp „Flagge des völkischen Kollektivs“ eingesetzt. Unter den dieser Bildtypkategorie zugeordneten Bildbeiträgen betreffen acht Bilder das Thema „Illegale Einreise und Betrug“, elf das Thema „Muslimische Parallelgesellschaft“ und 17 das Thema „Kulturkrieg der Türkei“ (s. Tab. 8). Unter den codierten Themen dient der Bildtyp „Flagge des völkischen Kollektivs“ zur visuellen Repräsentation der kollektiven Identität des deutschen Volkes als einer Gemeinschaft mit einheitlicher, überlegener Kultur und positiven Wertvorstellungen. Das nationale Volk sei nämlich nicht bunt, sondern schwarz-rot-gold. Diese Farben stünden für einen westlich-christlich-abendländisch geprägten fortschrittlichen Wertekanon und für die angeblich einheitlichen Tugenden der Volksgemeinschaft wie

Ehrlichkeit und Gesetzestreue, was im vollkommenen Gegensatz zu den Immigranten, den Neuankömmlingen seit 2015 und den Muslimen ganz allgemein stehe.

Zweitens ist ein Bild, das dem Bildtyp „Denkmäler der ewigen Nation“ zuzuordnen ist, nach thematischer Kategorisierung dem Gesichtspunkt „Illegale Einreise und Betrug“ nahestehend. Darüber hinaus ergab die Codierung Nachweise der Themen „Muslimische Parallelgesellschaft“ (ein Bild) und „Kulturkrieg der Türkei“ (vier Bilder) (s. Tab. 8). Dieser Bildtyp zeigt sich in Abbildern der Gebäude, Denkmäler und Bildhauereien mit historischen Bezügen. Unter den identifizierten Themen beschwören solche Bildmotive die Erinnerung an eine konstruierte Kontinuität nationaler Kultur herauf. Die nationale kulturelle Gemeinschaft überdauere trotz aller historischen Wandlungen. Anhand dieser Assoziation suggeriert der Bildtyp „Denkmäler der ewigen Nation“, dass die nationale kulturelle Gemeinschaft sich von dem Islam und von den kriminellen Zuwanderern abgrenzt, und daher soll um jeden Preis die Einheit der Werte und ihrer menschlichen Träger bewahrt werden. So lässt sich der heraufbeschworene Gegensatz zwischen den Einheimischen und den Fremden visuell besonders anschaulich aufzeigen.

Drittens lässt sich jeweils ein Bild aus der Gruppe des Bildtyps „Souveräne Volksmenge“ den Themenfeldern „Illegale Einreise und Betrug“ sowie „Kulturkrieg der Türkei“ einordnen. Dabei wird das nationale Volk nicht nur als Ansammlung von homogenen Menschen, sondern auch als einheitlicher Block dargestellt, getragen von dem gleichen politischen Willen gegen jede Form der Einwanderung und gegen die Unterwanderung der deutschen Kultur. Dies kann einmal als eine sehr plakative Form der visuellen Repräsentation von Fremdenfeindlichkeit verstanden werden.

Viertens sind zehn Bilder, für die die Zugehörigkeit zum Bildtyp der „negativen Personendarstellung“ bestimmt werden konnte, im Kontext des Themas „Illegale Einreise und Betrug“, fünf zur „Muslimischen Parallelgesellschaft“ und drei zum Thema „Kulturkrieg der Türkei“ nachweisbar (s. Tab. 8). Zu diesen Themen enthält dieser Bildtyp bzw. enthalten die negative Körpersprache und die technischen Darstellungsaspekte eine übertragene Bedeutung, nämlich die Abwertung und die Kritik gegenüber dem Versagen der politischen Eliten bzw. der illegalen Asylzuwanderung, mannigfachen Asylbetrüger und der Bedrohung der deutschen Kultur. Insofern entsprechen die untersuchten Abbildungen der Eliten im Rahmen des Bildtyps der „negativen Personendarstellung“ der Visualisierung des Anti-Elitismus.

Beispielsweise porträtiert das Facebook-Bild der AfD vom 5. April 2017 Bundeskanzlerin Angela Merkel in schwarz-weiß, deren Blick seitlich am Betrachter vorbei zielt, interpretierbar als eine ausweichende Mimik (s. Abb. 39). Im Vergleich zu diesem Porträt ist die Schrift der

Aussage im Bild sehr groß: „Aus ‚Schutzsuchenden‘ werden Schatzsucher, Merkel sieht untätig zu“. Im Begleittext wird der Missbrauch des Asylrechtes thematisiert. Viele Asylbewerber wanderten aus sicheren EU-Ländern nach Deutschland ein, um finanziell besser gestellt zu sein. Die Kanzlerin habe dieses Problem erkannt, doch beseitigen wolle sie es nicht (vgl. AfD, 2017c). Der im Bild arrangierte abgewendete Blick Angela Merkels vom Betrachter impliziert ihr fehlendes Problembewusstsein. Sie scheint gegenüber der schwierigen Lage unberührt zu sein. Und in der Bildmontage wird das Porträt Merkels gegenüber dem Titel klein dargestellt. Dieses Text-/Bild-Verhältnis in Kombination mit dem schwarzen Farbton indiziert eine abwertende Charakterisierung. Dadurch wird sie für den Asylmissbrauch der Armutseinwanderer verantwortlich gemacht.



Abbildung 39: Facebook-Bild der AfD: „Aus ‚Schutzsuchenden‘ werden Schatzsucher, Merkel sieht untätig zu.“ (04. Mai. 2017). Quelle: https://www.facebook.com/540404695989874/posts/1483848604978807/?substory_index=0 Zugriff: 21. Jul. 2019

Fünftens wurden 38 Bilder bzw. 4,7% des gesamten Bildmaterials der Kombination aus der Bildtyp-Kategorie „Der Zustrom von Geflüchteten“ mit dem Themenfeld „Illegale Einreise und Betrug“ zugeordnet (s. Tab. 7, 8). Wie zuvor erklärt, umfasst diese Bildtyp-Kategorie zwei Bildmotivgruppen: die Menschenmassen und die überfüllten Schiffe. Im thematischen Zusammenhang mit dem codierten Thema stellt die Menschenmasse der illegalen Einwanderer eine Verbindung zur Flut an der Außengrenze her, die ein Gebiet zu verwüsten drohe, jene geordneten Landschaften auf der inneren Seite der Grenze, die die soziale Ordnung im Lande symbolisieren. Dabei wird eine von den illegalen Zuwanderern ausgehende Bedrohung vermittelt und betont. Darüber hinaus steht das Bildmotiv des Flüchtlingsschiffs als Variante der „Massenbilder“ unter dem Thema „Illegale Einreise und Betrug“ im unmittelbaren Zusammenhang mit der Vorstellung von Schlepper- und Schleuserbanden. Insofern verdeutlicht der Bildtyp „Der Zustrom von Geflüchteten“ die Bedrohung der Zuwanderer für die innere gesetzliche Ordnung.

Zum Beispiel präsentiert das am 26. Juli 2017 veröffentlichte Bild einen unübersehbaren Ansturm von Menschen von hinten (s. Abb. 40). Dieses Bildmotiv wird mit dem Titel illustriert, „EuGH bestätigt AfD-Position: Masseneinwanderung nach Deutschland war illegal!“. Die dargestellten Menschen lassen sich im Kontext der Flüchtlingskrise 2015/16 als unkontrollierte Einwanderer auf der Balkanroute erfassen. Dazu verweist die AfD auf die Position der Europäischen Gerichtshof (EuGH), dass diese Masseneinwanderung nach Deutschland illegal sei (AfD, 2017f). Die visuelle Übersetzung dieser illegalen Einwanderer besteht aus einer anonymisierten und verschwommenen Masse. Ihre Bedrohung wird durch ihre Formation als homogene Gruppe von Unbekannten zum Ausdruck gebracht.



Abbildung 40: Facebook-Bild der AfD: *EuGH bestätigt AfD-Position: Masseneinwanderung nach Deutschland war illegal!* (26. Jul. 2017). Quelle: https://www.facebook.com/540404695989874/posts/1574602689236731/?story_index=0 Zugriff: 21. Jul. 2019

Sechstens lassen sich 24 Bilder des Bildtyps „Kriminelle“ dem Themenfeld „Illegale Einreise und Betrug“ zuordnen (s. Tab. 8). Unter diesen Bildern werden die abgebildeten illegalen Einwanderer und Asylbetrüger als gesichtslose und anonyme Kriminelle inszeniert. Dies verleiht einer Bedrohung für die gesetzliche Ordnung durch einen undefinierbaren Feind Ausdruck, worin sich nicht zuletzt auch xenophobes Gedankengut spiegelt.

Siebtens konnten 26 Bilder, in denen der Bildtyp „Islam als kulturell andersartig und politisch radikal“ auftritt, mit dem Themenfeld „Muslimische Parallelgesellschaft“ und 21 Bilder mit dem Thema „Kulturkrieg der Türkei“ verbunden werden (s. Tab. 8). Dabei werden die Muslime mit Kleidungsstücken wie Kopftuch, Burka, Turban usw. dargestellt. Diese entindividualisierende Repräsentation des Körpers legt die Assoziation mit Unfreiheit bzw. mit der Unterdrückung von Frauen nahe. Darüber hinaus sind die Bildmotive der Fassaden wie Moscheen und Minarette im codierten thematischen Kontext Sinnbilder der kulturellen Enteignung des Abendlandes durch die islamischen Staaten, wobei die kulturelle Bedrohung durch den Islam als zukünftig womöglich vorherrschende Religion akzentuiert wird. Insofern weist der Bildtyp „Islam als kulturell andersartig und politisch radikal“ auf die kulturelle

Fremdheit und Rückständigkeit der Muslime und auf die kulturelle Invasion aus den islamischen Staaten hin.

Das Bildbeispiel vom 23. Februar 2017 stellt die Silhouette einer Großmoschee zur Schau (s. Abb. 41) Dieses Bildmotiv wird mit dem Titel versehen, „Phantasien von DITIB-Anhängern: ‚Mein Führer, gibt uns den Befehl und wir zerschlagen Deutschland.‘“. Thematisch bezieht sich das Bild auf den Kulturkrieg der Türkei, wobei mit dem erwähnten Führer offensichtlich der türkische Präsidenten Recep Erdogan gemeint ist (vgl. AfD, 2017h). Im Begleittext expliziert die AfD diese Phantasien mit einem Zitat von Erdogan: „Die Moscheen sind unsere Kasernen, die Minarette unsere Bajonette, die Kuppeln unsere Helme und die Gläubigen unsere Soldaten“ (ebd.). In diesem Sinne stehen die dargestellten Moscheen und Minarette für das Drohszenario eines Kulturkriegs, ausgehend von der Türkei. Und dieses Bildmotiv ist genauso ein Sinnbild für die kulturelle Veränderung Europas, hervorgerufen durch zahlreiche Ausdrucksformen von Multikulturalität. Der Kontrast zwischen traditioneller heimischer Kultur und importierten Kulturformen aus dem nicht-abendländischen Ausland wird an dieser Stelle stark gemacht, so stark, dass er mit den martialischen Tönen des Bildtextes unüberbrückbar erscheint.



Abbildung 41: Facebook-Bild der AfD: *Phantasien von DITIB-Anhängern: „Mein Führer, gibt uns den Befehl und wir zerschlagen Deutschland“* (23. Feb. 2017). Quelle: https://www.facebook.com/540404695989874/posts/1404632206233781/?substory_index=0 Zugriff: 21. Jul. 2019

Rechtsp.	Gruppe	Topoi	Themen	Bildtypen													
				Volk					Eliten				Fremde				
				Fla gg.	Den km.	Me nge	Ar m.	Ge wa.	Neg.-Pers.		Gel dv.	Sch wei.	Zustrom		Gew altt.	Kri mi.	Isla m
					Stig.	Sün.				Arm.	Ille.						
Volk vs. Eliten	Gruppe 1	Verrat	Parteifinanzier.	2					2		9						
			Lobbyismus	3					1								
			Steuerverschw.	1					16		15						
			Meinungsmono.	16					17			16					
	Missb.	Zwang Energie.	3														
		Handelsabkom.			1			1									
		Asylmissbrauch	13		1			19									
	Gruppe 2	Belast.	Rettungspolitik	6	4				2		7						
			Währungsreguli.	3			6		2		5						
			Kosten Energie.	2			7		4		10						
Soziale Notlage			1			11		5									
Wohlfahrtssyst.			8	2	2	21			16	28		19					
Volk vs. Fremde	Gruppe 3	Sicher.	Ausländerkrimi.	11	11			67		12				27	83		
			Islami. Terroris.	6	3	1		3		7				26	15	12	
	Bedro.	Infektionskrankh.	1														
		Demogr. Selbstz.	2	1													
	Gruppe 4	Missb.	Illeg. Einreise	8	1	1				10				38		24	
			Schutz Kultur	Parallelgesell.	11	1					5						26
		Kulturkri.Türkei		17	4	1					3						21
		Nicht zuzuordnen	20	5	2	0	0		13		0	0	0	0	3	6	1

Tabelle 8: Überblick über die Themengebiete der identifizierten Bildtypen. Quelle: Eigene Zusammenfassung

6.2 Neue Bildtypen aus der Propaganda der AfD

Während der Codierung haben die Forscherin und der Codierer insgesamt sechs Bildtypen notiert, die die entwickelten Grundmuster der kognitiven Eigen- und ausgrenzenden Fremdsterotype visuell repräsentieren (vgl. Kap. 3.2). Darin konnte noch einmal der Vorteil des gewählten integrativen methodischen Vorgehens bestätigt werden. Im theoretischen Teil wurde ja bereits ein Inventar von Bildtypen aus der vorliegenden Literatur erarbeitet. Dieses Inventar lässt sich durch die Nachcodierung vervollständigen, sodass auf Basis des tatsächlichen Bildmaterials bzw. der Propaganda der AfD das bestehende Verständnis zu einer rechtspopulistischen Bildsprache erweitert wird. Im Folgenden werden die sechs nachcodierten Bildtypen vorgestellt. Es geht um die Fragen, welche Bildmotive zum jeweiligen Bildtyp gehören, in welchem thematischen Zusammenhang der Bildtyp entdeckt wurde und was der Bildtyp in der Darstellungskonvention bedeutet. Danach wird die Visualisierung der rechtspopulistischen Stereotype durch diese Bildtypen anhand von Beispielen aus den AfD-Bildbeiträgen geklärt.

1) Bei der Nachcodierung wird der Bildtyp „Aufstand“²² einmal, nämlich bei einem von der AfD am 17. Juni 2019 veröffentlichten Bild identifiziert. Dieses Bild zeigt zwei Männer mit blau gefärbter Kleidung aus der Rückenansicht auf einer Straße (s. Abb. 42). Sie werfen Pflastersteine auf einen roten und einen grünen Panzer, die zu ihrer rechten Seite stehen oder fahren. Im Hintergrund des Bildes, direkt am Rand der Straße ist eine Reihe von Gebäuden in Trümmern zu sehen. Das Bildmotiv wird mit dem Titel „Freiheit statt Sozialismus. 17. Juni 1953“ versehen.



Abbildung 42: Facebook-Bild von der AfD: Freiheit statt Sozialismus. 17. Juni 1953. (17. Juni 2019). Quelle: <https://www.facebook.com/540404695989874/posts/2474333989263592/> Zugriff: 21. Jul. 2019.



Abbildung 43: Wolfgang Albrecht: Aufstand gegen die Regime in der DDR am 17. Juni 1953 (1953). In: Erben, 2011, S. 109.

²² Wie bei der vordefinierten Bildtypen habe ich die nachcodierten Bildtypen entsprechend ihrer Bedeutung beschriftet.

Im Begleittext betrachtet die AfD die Energiepolitik der Parteien SPD und Bündnis 90/die Grünen als Einschränkung der persönlichen Freiheit: Rot-grüne Politiker wollten die Bürger „im Namen ihrer irrationalen ‚Klima-Religion‘ disziplinieren“ (2019g). In diesem Sinne erinnert die AfD an dem Volksaufstand am 17. Juni 1953. An diesem Tag kam es in vielen Städten der DDR zu Arbeiter- und Bürgeraufständen gegen die Staatsmacht, nach Lesart der AfD gegen das diktatorische Regime, die am Ende durch den massiven Einsatz der Panzer niedergeschlagen wurden. 66 Jahre nach diesem Volksaufstand sei die Forderung des Volkes nach einem demokratischen System immer noch aktuell. „Wir“ könnten immer wieder stolz sein, gegen die rot-grünen Ideologien und für die Freiheit zu kämpfen (vgl. ebd.). Im AfD-Bild wird die schwarz-weiße Fotografie von Wolfgang Albrecht adaptiert (s. Abb. 43). Dietrich Erben betrachtet diese Fotografie als typisches Beispiel für die politische Ikonografie des Aufstandes. Das Kennzeichen von Widerständen ist die ungleiche Verteilung der Machtmittel. Dabei sind nicht nur die Herrschaftsverhältnisse bzw. die ungleichen gesellschaftlichen Machtverhältnisse, die zu dem Aufstand führen, sondern auch die militärische Stärke der Staatsgewalt im Lauf des Protestes gegenüber den Menschen gemeint. Diese Asymmetrie der Kraft wird durch die abgebildete Konfrontation zwischen den mit bloß Händen kämpfenden Widerständlern und dem Regime mit den vollausgerüsteten Panzern klar artikuliert (vgl. Erben, 2011, S. 105, 109). Im thematischen Kontext des Bildes der AfD steht der rote und der grüne Panzer jeweils für die Parteien SPD und Bündnis 90/die Grünen. Die zwei Widerständler, deren Kleidung nachträglich blau eingefärbt wurde, repräsentieren das nationale Volk und zugleich die Unterstützer der AfD. Und die ungleiche Gewaltverteilung zwischen den Panzern und den Protestlern symbolisiert bezogen auf das aufgeworfene Thema der Energiepolitik die Verletzung der persönlichen und wirtschaftlichen Freiheit der politischen Eliten. Solche metaphorischen Darstellungen bringen in Verbindung mit dem Titel „Freiheit statt Sozialismus“ die Botschaft zum Ausdruck, dass das nationale Volk wieder für die Freiheit bzw. gegen die Unterdrückung der politischen Eliten kämpfen werde. Durch die Einsetzung der alten Fotografie zieht die AfD eine historische Linie von den erinnerungswürdigen Freiheitskämpfern in der glorreichen nationalen Geschichte bis in die heutige Volksgemeinschaft. Dem nationalen Volk wird also auf diesem propagandistischen Weg der mutige und tapfere Geist der Kämpfer um Freiheit zugeschrieben, was der Visualisierung des Eigenstereotyps anhand des aufgestellten Grundmusters „Selbsterhöhung“ entspricht.

2) Zum Bildtyp „Drohende Hand“ gehört das Bildmotiv einer riesigen Greifhand. Diese Bildformel findet als Metapher für drohendes Unheil, hervorgerufen durch mächtige böse Subjekte oder Gesellschaftsgruppen Verwendung. Beispielsweise analysiert Peter Springer ein

Plakat in Deutschland von 1943 vor dem Hintergrund der deutsch-sowjetischen Auseinandersetzung im Zweiten Weltkrieg. Mit der Parole „Hand Weg!“ wird Europa, bewehrend mit Bajonetten, von der roten Gefahr aus der Sowjetunion gewarnt (s. Abb. 44). Peter Springer zufolge ist die krallende Fingerform als tierisch-teuflische Raffkralle zu deuten, ein Sinnbild für Angst, Bedrohung und Schrecken aller Arten (vgl. Springer, 2011, S. 447f.). Sascha Demarmels zufolge stellt sich die riesige Krallenhand als eine körpereigene Waffe dar, die in den Schweizer Abstimmungsplakaten immer wieder auftauchen. Dies gehört zur konventionellen Darstellung eines Bösen mit ungeheurer Macht und Größe, das ganze Städte, aber auch einzelne Individuen bedrohe (vgl. Demarmels, 2009a, S. 35, 38). Zu den Alternativen der riesigen Greifhand zählt noch das Bildmotiv eines riesigen Hammers. Demarmels führt dafür z. B. das Plakat mit einem großen Hammer von oben an (s. Abb. 45), wobei mit den hammerschwingenden Bösen offenkundig politische Akteure gemeint sind, deren Pläne die Wirtschaft in der Schweiz zerstören würden (vgl. ebd. S. 37).

Die Auswertung der Nachcodierung zeigt, dass der Bildtyp „Drohende Hand“ fünfmal erscheint. Darunter werden zwei Bilder dem Themenfeld „Kosten der Energiewende“ zugeordnet. Und eines ist verlinkt mit dem Themengebiet „Währungsregulierung der EZB“. Im Rahmen dieser beiden codierten Themen werden die Eliten durch den Bildtyp „Drohende Hand“ als Volksverräter visualisiert, die private Sparvermögen der kleinen Leute durch die erzwungene Energiepolitik oder Null-Zinspolitik in Gefahr brächten. Dies kommt dem ausgearbeiteten Grundmuster „Stigmatisierung“ des Fremdstereotyps entgegen.



Abbildung 44: Erik: *Hand Weg!* (1943); Deutsches Plakat für die Niederlande. In: Springer, 2011, S. 448



Abbildung 45: Plakat aus der Schweiz: *Schlag in die Wirtschaft* (1958). In: Demarmels, 2007, S. 37



Abbildung 46: Facebook-Bild der AfD: *Drohende Strafzinsen: EZB will Dein Sparkonto plündern!* (19. Jun. 2019). Quelle: <https://www.facebook.com/540404695989874/posts/2478968608800130/> Zugriff: 21. Jul. 2019

Beispielsweise zeigt Facebook-Bild der AfD vom 19. Juni 2019 eine riesige krallende Hand vom Himmel, die von oben nach dem Ufer greift (s. Abb. 46). Der Farbton des ganzen

Bildmotivs ist dunkel, woraus eine bedrückende Atmosphäre entsteht. Im Vordergrund des Bildes steht der Titel „Drohende Strafzinsen: EZB will Dein Sparkonto plündern!“ Dabei werden die Worte „Dein Sparkonto“ in Rot unterlegt und in der Mitte platziert.

Thematisch handelt es sich um die wirtschaftliche Belastung der deutschen Steuerzahler durch die europäische Wirtschafts- und Finanzpolitik. Im Begleittext des Bildbeitrags behauptet die AfD (vgl. 2019e), die Währungsregulierung führe über das Mittel der Null- und Negativzinsen der Europäischen Zentralbank dazu, dass die Altersvorsorge der Sparer und Anleger sich in Luft auflöse. Dieser geldpolitische Irrweg sei „EZB-Drachis Amoklauf“ (ebd.). In diesem Kontext dürfte das dargestellte Ufer angesichts der angedeuteten Skyline wohl dasjenige des Mains in der Bankenmetropole Frankfurt sein. Und die riesige Greifhand von oben nach ist eine Metapher für die mächtigen Persönlichkeiten in der europäischen und nationalen Hochfinanz, die das Volk kontrollierten und unterdrückten - kennzeichnend für den nachcodierten Bildtyp „Drohende Hand“. Und mit dem Slogan „EZB will Dein Sparkonto plündern!“ bringt die AfD die Eliten mit Dieben und Räubern in Verbindung. Durch das rot markierte Wort „Dein Sparkonto“ soll sich der Betrachter unmittelbar angesprochen fühlen. Die AfD bedient sich also der Verbindung von textuellen Elementen um dem Bildtyp „Drohende Hand“ mehr inhaltliche Schärfe zu verleihen. Auf diese Weise wird klar, wer als Fremdgruppe und damit als schädlicher Teil der Gesellschaft anzuklagen ist, nämlich die finanzpolitischen Eliten. Die überdimensionale Hand visualisiert ihre ungeheure Macht, mit der sie „Dein“ Geld nicht nur ungerechtfertigt, sondern sogar mit Mitteln der Einschüchterung und des Zwangs entnähmen.

3) Den Bildtyp „Politische Sturmflut“ kennzeichnet die Bildmotive der Naturkatastrophe wie Flut, Strom und Überschwemmungen. Dieser Bildtyp wird in der Tradition der politischen Bilder als Metapher für die krisenhafte Lage eines Staates verwendet. Laut Martin Warnke bediente sich Francesco Guicciardini als Gouverneur des Papstes Julius II. in der italienischen Stadt Bologna der politischen Naturmetapher der Sturmflut vor dem Hintergrund der Italienkriege zwischen 1494 und 1559. Im Jahr 1529 ließ er nämlich Medaillen mit dem Sturmbild prägen (s. Abb. 47). Das Sturmbild ist ein metaphorisches Warnzeichen für eine Staatsgefahr bzw. dafür, dass das Volk in unruhige Zeiten geraten war (vgl. Warnke, 1992b, S. 146f.). Warnke verweist gleichzeitig auf die andere Bedeutungsebene der politischen Metapher des Sturmbildes mit dem Zitat aus dem Essay des Malers Francis Bacon:

„Die Hirten des Volkes täten gut daran, sich auf die Voraussage politischer Stürme zu verstehen, die gewöhnlich am heftigsten wüten, wenn die Kräfte anfangen, sich gleichmäßig zu verteilen, wie Stürme in der Natur um die Zeit der Tag- und Nachtgleiche am stärksten sind.

Wie es gewisse heulende Windstöße und unmerkliches Anschwellen der See vor einem Sturm gibt, so auch in einem Staat“ (zit. nach Warnke, 1992, S. 146).

In diesem Sinne impliziert das Sturmbild die Rolle der Regierenden in Krisenzeiten, das Volk vor der Gefahr zu schützen. Sie sollen die Fähigkeit haben, Krisen vorausszusehen und sie dadurch zu vermeiden.

In der Nachcodierung war der Bildtyp „Politische Sturmflut“ insgesamt fünfmal gewählt. Darunter werden zwei Bilder dem Themenfeld „Ausländerkriminalität“ und jeweils eines den Themenfeldern „Wohlfahrtssystem“, „Muslimische Parallelgesellschaft“ und „Kulturkrieg der Türkei“ zugeordnet. Der Bildtyp „Politische Sturmflut“ veranschaulicht das Fremdstereotyp im vorher ausgearbeiteten Modell „Sündenbock“, wobei die Eliten unter diesen Themen verantwortlich gemacht werden für die genannten sozialen Probleme bzw. für die wirtschaftliche Belastung des nationalen Volkes, dadurch dass die Flüchtlinge und Einwanderer Sozialleistungen in Deutschland in Anspruch nehmen und sich dabei auch noch angeblich als islamische Bedrohung für die deutsche Kultur verantwortlich gemacht erwiesen.



Abbildung 47: *Fels im Sturm* - Revers einer Medaille in Bologna, Italien (1529). Quelle: Warnke, 1992, S. 164



Abbildung 48: Facebook-Bild von der AfD: *Hinweise komplett ignoriert: Kriegsverbrecher überfluten unser Land!* (7. Mär. 2019). Quelle: <https://www.facebook.com/540404695989874/posts/2308337762529883/> Zugriff: 21. Jul. 2019.

Beispielsweise zeigt das AfD-Bild, veröffentlicht am 7. März 2019, einen ins brausende Meer führenden Steg oder Pier (Abb. 48). Es herrscht Sturmflut und am Pier branden die Wellen sehr hoch auf. Mit ihrem weißen Schaum treffen sie auf das Ende des Piers. Im Vordergrund des Bildes steht der Text, „Hinweise komplett ignoriert: Kriegsverbrecher überfluten unser Land!“

Im Begleittext des Bildes schreibt die AfD, dass neulich das Bundesamt für Migration und Flüchtlinge bei der Nachforschung der Asylbewerber unzählige Asylbewerber entdeckt habe, die in ihrer Heimat Kriegsverbrechen begangen hätten. Am Anfang der Asylkrise in Europa hätten viele Beobachter vor den unsicheren Identitäten der Asylbewerber gewarnt. Aber die Große Regierungskoalition aus CDU/CSU und SPD habe solche Warnungen ignoriert und betrachte die tausenden vermeintlichen Schutzsuchenden als Bereicherung. Sie seien in

Wirklich aber gut getarnte Vergewaltiger, Mörder und Schlächter. Damit lasse sich der Anstieg an Gewaltdelikten derzeit in Deutschland erklären, so die AfD (vgl. AfD, 2019i). In diesem Zusammenhang steht die abgebildete Sturmflut für die Bedrohungslage in der öffentlichen Sicherheit – und damit auch prototypisch für den vorgestellten Bildtyp „Politische Sturmflut“. In der politischen Metapher des Sturmbildes spielen die Politiker eine unersetzbare Rolle, das Volk vor der Gefahr der Stürme zu schützen. Sie sollten die Fähigkeit haben, Krisen vorauszusehen und sie dadurch zu vermeiden. Im Falle der Aufnahme der Geflüchteten hätten die politischen Eliten jedoch die Gefahr der öffentlichen Sicherheit vorher nicht erkannt und daher ihre Pflicht nicht erfüllt, sodass das nationale Volk nun von den kriminellen und terroristischen Zuwanderern akut bedroht würde. Die Schuldzuweisung an die Eliten wird durch diesen Bildtyp in Verbindung mit dem Titel „Hinweise komplett ignoriert“, der in Rot hervorgehoben wird, zum Ausdruck gebracht.

4) Ein neuer Bildtyp, der sich durch die Nachcodierung ergab, ist der „Pinocchio“. Er fand sich im gesamten Untersuchungsmaterial einmal. Dabei handelt es sich um den Bildbetrag vom 22. Januar 2019. In diesem Bild wird eine Holzpuppe mit einer überproportionalen Nase vor einem schwarzen Hintergrund dargestellt (s. Abb. 49). Das Bildmotiv wird mit dem Titel illustriert, „Sonst kapituliert unser Rechtsstaat: Dreistes Lügen im Asylverfahren muss Konsequenzen haben!“



Abbildung 49: Facebook-Bild der AfD: *Dreistes Lügen im Asylverfahren muss Konsequenzen haben!* (22. Jan. 2019). Quelle: <https://www.facebook.com/540404695989874/posts/2240803935949933/> Zugriff: 21. Jul. 2019

Thematisch geht es um den Missbrauch des Asylrechts durch die ausländischen Antragsteller. Im Begleittext behauptet die AfD, dass Asylbewerber bei einer Falschangabe zu ihrer Herkunft und ihrem Alter keine Sanktionen zu befürchten hätten. Denn das Justizministerium lehne die Strafbarkeit der Falschangaben von Identität im Asylverfahren ab. Ein Iraker soll beispielsweise mit 30 verschiedenen Identitäten sich die Zahlungen der Flüchtlingshilfe wiederholt erschlichen haben (AfD, 2019d). Die dargestellte Holzpuppe mit der überproportional langen Nase erinnert an die Figur Pinocchio aus dem klassischen Kinderbuch *Le avventure di Pinocchio* des italienischen Autors Carlo Collodi aus dem Jahr

1883. Wie im Original beschrieben, erwacht die Puppe mit dem Namen Pinocchio zum Leben, nachdem sein Holzschnitzer sie angefertigt hat. Die Puppe ist männlichen Zuschnitts und wird daher wie ein kleiner Junge beschrieben. Ihre/Seine Nase wächst, jedes Mal sie/er lügt. In der heutigen politischen Kommunikation dient diese Kinderbuchfigur als Symbol für Lügner. Helmut König zufolge hat beispielsweise die *Washington Post* 2018 und 2019 eine Bewertung über die fraglichen Behauptungen von Politikern mit einer Skala veröffentlicht. Diese Skala besteht aus eins bis vier Pinoccios und die fünfte Kategorie wird „bodenloser Pinocchio“ genannt. Je unwahrer eine Aussage eingeschätzt wird, desto mehr Pinoccios erhält sie symbolisch (vgl. König, 2020, S. 24f.). Und laut Goulnara Wachowski hatte zum Beispiel Frauke Petry als damaliges Mitglied auf dem Bundesparteitag der AfD am 28. November 2015 in Hannover die Journalisten als „Vertreter der Pinocchio-Presse“ genannt (zit. nach Wachowski, 2019, S. 641). Damit werden die Journalisten als Lächerliches und nichts Ernstzunehmendes diffamiert (vgl. ebd.). Im Bildbeitrag der AfD werden die Asylbewerber durch den Vergleich mit der Holzpuppe Pinocchio als Norm- und Gesetzesbrecher bezeichnet, die betrügen, um Hilfsgelder für sich zu erhalten. Ihren Status als Flüchtlinge und Asylberechtigte untergraben sie damit nachhaltig. In diesem Zusammenhang dient der Bildtyp „Pinocchio“ der Visualisierung des Fremdstereotyps im bereits herausgearbeiteten Grundmuster „Stigmatisierung“.

5) Zum Bildtyp „Die wachenden Augen von oben“ gehört das Bildmotiv des Augenpaars im oberen Teil des Bildes. Dieser Bildtyp findet im thematischen Zusammenhang mit der Überwachung und der Bespitzelung Verwendung. Gerhard Paul analysiert beispielsweise ein CDU-Plakat für die Bundestagswahl 1953. Im oberen Teil dieses Bildes ist ein Kopf mit einer Schirmmütze zu sehen, auf der mittig das Symbol von Hammer und Sichel prangt (s. Abb. 50). Unter dieser Mütze wird das Gesicht mit einem Augenpaar von einer rot- und schwarz gestreiften Fläche bedeckt. Im thematischen Zusammenhang stellt sich die CDU als Hoffnungsträger gegen die totalitären Weltanschauungen des Kommunismus (vgl. Paul, 2008, S. 90). Die Bildformel des Auges allein ist laut Stefanie Werner im frühzeitlichen Christentum und im Mittelalter als Sinnbild für den allsehenden Gott. In der Renaissance wird diese Bedeutung auf die Feudalherrschaft übertragen. Das Auge des Gottes wird nämlich zum Auge des alles sehenden Herrschers, wobei dieses Auge metaphorisch für die Diener des Staates steht, die für den Herrscher Überwachung ausüben, bzw. für die Spionage und Geheimpolizei im Netz der systematischen Informationsbeschaffung (vgl. S. K. Werner, 2011, S. 383f.). Gerhard Paul zufolge implizieren die halb versteckten Augen die Überwachung und Bespitzelung in der Despotie des Bolschewismus. Darüber hinaus erscheint das Augenpaar im oberen Drittel des

Bildes. Diese räumliche Aufteilung bringt die totalitäre Beherrschung der sowjetischen kommunistischen Partei von Innen und Außen zum Ausdruck (vgl. Paul, 2008, S. 90).

Bei der Nachcodierung wurde der Bildtyp „Die wachenden Augen von oben“ zweimal gewählt. Die beiden Bilder verlinken sich mit dem Themengebiet „Kulturkrieg der Türkei“, wobei dieser Bildtyp hier zur Visualisierung der islamischen Staaten als Gefahr für die Unterwanderung der nationalen Kultur eingesetzt wird. Dies entspricht dem bereits aufgestellten Grundmuster „Kulturelle Ausgrenzung“ des Fremdstereotyps.

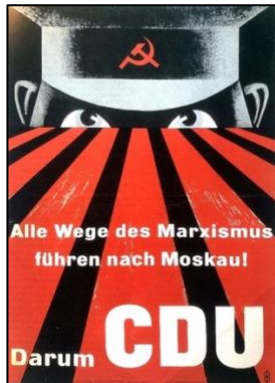


Abbildung 50: Wahlplakat der CDU/CSU Plakat: Alle Wege des Marxismus führen nach Moskau! Darum CDU (1953). In: Paul, 2008, S. 89



Abbildung 51: Facebook-Bild der AfD: Big Recep is watching you! Ditib-Imame spionieren in Deutschland für Erdogan! (9. Dez. 2016). Quelle: https://www.facebook.com/540404695989874/posts/1318664554830547/?substory_index=0 Zugriff: 21. Jul. 2019

Als Beispiel dient das von der AfD am 9. Dezember 2016 veröffentlichte Bild. Im oberen Drittel des Bildraums ist ein Augenpaar dargestellt (s. Abb. 51). Im Vordergrund befindet sich der Slogan in zwei Teilen. Direkt unten dem Augenpaar steht ein Text rot unterlegt: „Dittib-Imane spionieren in Deutschland für Edogan!“ Im Zentrum steht der Titel in weißer Schrift: „Big Recep is watching you!“ Im Word „Recep“ ist der Buchstabe „C“ mit einem Stern versehen.

Im Begleittext des Bildbeitrags behauptet die AfD, dass die von der DITIB (Türkisch-Islamische Union der Anstalt für Religion e. V.) finanzierten Imame in Deutschland spionierten. Das Netzwerk der Imame diene als Teil des Nachrichtendienstes der Türkei. Präsident Recep Tayyip Erdogan nutze dieses Netzwerks, um seinen Einfluss in Deutschland zu vergrößern (vgl. AfD, 2016a). In diesem Zusammenhang lässt sich das Bildmotiv des abgebildeten Augenpaars als die wachenden Augen von Erdogan bzw. als der Bildtyp „Die wachenden Augen von oben“ bestimmen. Der Slogan „Big Recep is watching you!“ ist eindeutig der Rolle des „Big Brothers“ im Roman „1984“ von George Orwell entliehen. Und der Stern neben dem Buchstaben „C“ im Vornamen „Recep“ verbindet sich mit einem Stern und Halbmond, den Symbolen des Islams. Insofern impliziert der Bildtyp „Die wachenden Augen von oben“ nicht nur die totalitäre Beherrschung Erdogans in der islamischen Religion und der türkischen

Gesellschaft, wobei Erdogan mit dem Diktator, dem „Big Brothers“ gleichgestellt wird, sondern auch die totale Überwachung von der Türkei aus durch das Netzwerk der Imame in Deutschland. Dieses Bspitzeln sei nach Ansicht der AfD als kulturell imperialistisch bzw. als Bedrohung für die deutsche Kultur einzustufen.

6) Das Bild der AfD vom 9. Mai 2019 enthält den neuen Bildtyp „Schwarzer als Gifhändler“, der bei der Nachcodierung nur einmal bestimmt wurde. In diesem Bild wird eine Zeichentrickfigur mit dunkler Haut, weißen Zähnen und einer Dreadlock-Frisur dargestellt (s. Abb. 52). Seine rechte Hand steckt in der Hosentasche, aus der etwas Grünes mit dem Euro-Zeichen herausragt. Durch die Bildmontage entsteht der Eindruck, dass dieser Mann sich in einem Wald befindet. Rechts (vom Betrachter aus) ist ein rosa Schild mit der Aufschrift zu sehen: „DEALEN gestattet. IHRE STADT BERLIN“. Das ganze Bildmotiv wird mit dem Titel „Kein Witz: Görlitzer-Park-Dealer erhalten offizielle Stellplätze!“ versehen.



Abbildung 52: Facebook-Bild der AfD: *Kein Witz: Görlitzer-Park-Dealer erhalten offizielle Stellplätze!* (09. Mai 2019). Quelle: <https://www.facebook.com/540404695989874/posts/2406201756076816/> Zugriff: 21. Jul. 2019

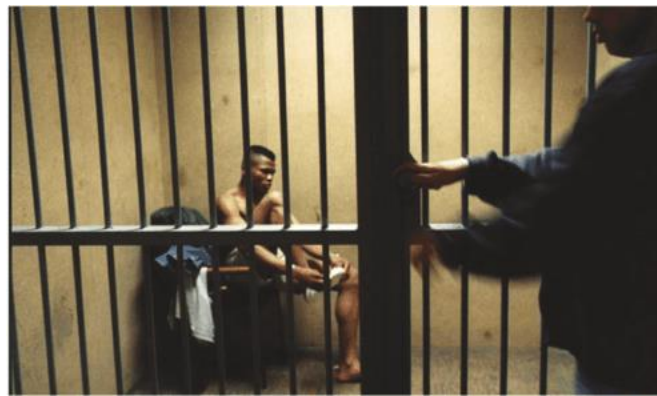


Abbildung 53: Laif Türemis: *Mutmaßlicher Drogendealer (in Düsseldorf): „Kriminelle raus, aber schnell“*; Fotografie (Nr. 48, S. 33, 23. Nov. 1998). In: Hunsicker, 2018, S. 256

Im Begleittext wird thematisiert, dass afrikanische Drogendealer im Berliner Görlitzer-Park offiziell Stellplätze erhalten hätten. Der rot-rot-grüne Senat habe die Subkultur der illegalen Geschäfte akzeptiert, sodass der Görlitzer-Park jetzt fest in der Hand der Drogendealer aus Afrika sei. Sie sprächen dort die Spaziergänger, Hundebesitzer, Sportler und sogar Jugendliche sowie Kinder an, ob sie mit ihrer Ware versorgt werden wollten (vgl. AfD, 2019h). In diesem Zusammenhang lässt sich die Zeichentrickfigur als afrikanischer Drogendealer erfassen. Katrin Hunsicker zufolge ist die visuelle Repräsentation der schwarzen Männer als Drogendealer eine Metapher für die Abwesenheit von Werten. Beispielsweise wird der afrikanische Drogendealer in der Fotografie aus dem Spiegel-Artikel „Jenseits von Schuld und Sühne“ im November 1998 dargestellt (48: 33). Er trägt nur Unterwäsche und sitzt auf einem Stuhl in einer Gefängniszelle, die ansonsten kahl ist (s. Abb. 53). Dieses Foto legt den Fokus auf seinen Körper. Die fotografische Inszenierung von Körpern der Afrikaner führt auf die Geschichte der

anthropologischen, ethnografischen Aufnahmen zurück (vgl. Hunsicker, 2018, S. 256f.). In Anlehnung an Thomas Theye (1989) und Elizabeth Edwards (2003) weist Hunsicker darauf hin, dass die anthropologischen Fotografien ab Ende des 19. Jahrhunderts insbesondere die Körperlichkeit ins Bild nehmen. Diese Bildkonvention hat dazu beigetragen, die visuellen Kategorien der Rasse zu konstruieren, sodass die visuelle Repräsentation schwarzer Drogendealer sich durch die Darstellung der körperlichen Merkmale der Afrikaner wie die dunkle Haut mit der rassistischen Vorstellung assoziiert, dass sie eine wilde, unkontrollierte und aggressive Natur besäßen und keine moralische Integrität besäßen (vgl. Hunsicker, 2018, S. 257f.). Und die semantische Charakterisierung der schwarzen Personen als Drogendealer ist laut Hunsicker als die äußerste Form moralischer Verdorbenheit zu verstehen. Seit dem Beginn der 1990er vollzieht sich nämlich die Drogen-Narration in der Öffentlichkeit, in der das Verkaufen von Drogen als die extreme moralische Verwerflichkeit angesehen wird. Anhand dieser Narration impliziert die Bezeichnung der Afrikaner als Drogendealer die totale Abwesenheit von Moral. Sie begingen nämlich Verbrechen bzw. zerstörten das Leben anderer aus niedrigen materiellen Motiven, beispielsweise um ein paar Nike-Turnschuhe oder eine Goldkette zu kaufen (vgl. ebd. 260f.).

Im Bild der AfD wird der afrikanische Drogendealer karikaturistisch abgebildet, indem nicht das persönliche Erscheinungsbild, sondern die äußeren Merkmale der Rasse der Afrikaner zu erkennen sind. Auf der textuellen Ebene im Beitrag wird auch kein einzelner krimineller Tatbestand ausdrücklich genannt, sondern in der Pluralform auf die afrikanischen Drogendealer allgemein hingewiesen. Dadurch lässt sich die Assoziationskette der afrikanischen Männer generell mit Drogendealern bzw. mit moralisch Abtrünnigen aufrecht erhalten. Und im AfD-Bild stellt sich der oben abgebildete Wald als Park dar, in dem sich die afrikanischen Drogendealer aufhalten. Wie andere urbane Räume wie Straßen, Bahnhöfe, Shops ist der Park eng mit dem täglichen Leben der Menschen verbunden, mit dem öffentlichen Raum. Insofern bringt die räumliche Inszenierung der afrikanischen Drogendealer zum Ausdruck, dass jeder Afrikaner im Alltag ein Gifthändler sein könnte. Der Bildtyp „Schwarzer als Gifthändler“ veranschaulicht also das Fremdstereotyp im bereits entwickelten Grundmuster „Stigmatisierung“, wobei die farbigen Einwanderer als Gesetzesbrecher charakterisiert werden.

Die folgende Tabelle zeigt eine Zusammenfassung der Zuordnung der vorgestellten Bildtypen zum jeweiligen Themenfeld.

Rechtsp.	Topoi	Themen	Bildtypen					
			Volk	Eliten		Fremde		
			Aufst.	Hand.	Stur.	Augen.	Schwarz.	Pino.
Volk vs. Eliten	Verrat	Parteifinanzier.						
		Lobbyismus						
		Steuerverschw.						
		Meinungsmono.						
	Belast.	Rettungspolitik						
		Währungsreguli.		1				
		Kosten Energie.		2				
		Soziale Notlage						
	Missb.	Zwang Energie.	1					
		Handelsabkom.						
Asylmissbrauch								
Volk vs. Fremde	Sicher.	Ausländerkrimi.			2		1	
		Islami. Terroris.						
	Bedro.	Infektionskrankh.						
		Demogr. Selbstz.						
	Belast.	Wohlfahrtssyst.			1			
	Missb.	Illeg. Einreise						1
	Schutz Kultur	Parallelgesell.			1			
Kulturkri.Türkei				1	2			
Nicht zuzuordnen (Themenfelder)				2				
Summe			1	5	5	2	1	1

Tabelle 9: Überblick über die Themengebiete der nachcodierten Bildtypen. Quelle: Eigene Zusammenfassung

7. Bildstrategien der AfD

Die Forschungsleitende Annahme dieser Arbeit besteht darin, dass die rechtspopulistische Ideologie der AfD durch die gegensätzlichen Stereotype des nationalen Volks einerseits und der Eliten und der Fremden andererseits strategisch visualisiert wird. In Abschnitt 3.2 wurden bereits Grundmuster der kognitiven Eigen- und Fremdstereotype aus der Stereotypenforschung und der Theorien der sozialen Diskriminierung herausgearbeitet. Danach wurden visuelle Stereotype bzw. Bildtypen definiert, die diese kognitiven Grundmuster auf der Bildebene repräsentieren (Kap. 4). Im letzten Kapitel wurden die Bildtypen und ihre Themenfelder nach der inhaltsanalytischen Codierung ausgewertet. Auf dieser Basis lässt sich in diesem Kapitel die visuelle Repräsentation der kognitiven Stereotype des nationalen Volkes, der Eliten sowie der Fremden anhand idealtypischer Beispiele der wiederkehrenden Bildtypen expliziert. Darüber hinaus werden einzelne Bilder aus dem codierten bzw. gruppierten Untersuchungsmaterial ausgewählt, die aus einem vordefinierten Bildtyp mit anderen, neuen Bildtypen zusammengesetzt werden, denn solche Bilder lassen sich nicht durch die Codierung eines einzelnen Bildtyps erfassen. Dabei geht es um Antworten auf die Fragen, wie die AfD die vordefinierten Bildtypen verändert und welche neuen Bildtypen sie dafür einsetzt, um die gegensätzlichen Stereotype visuell zu repräsentieren.

7.1 Das nationale Volk als überlegenes Kollektiv

Das bereits entwickelte Grundmuster „Selbsterhöhung“ besagt, dass sich die Wir-Gruppe im selbst gezogenen sozialen Vergleich mit anderen Gruppen in Bezug auf selbst ausgewählte Eigenschaften und Werte als überlegen empfindet. Überträgt man diese zunächst einmal allgemeine Selbstverortung auf die Bildstrategie der AfD, so ist nachfolgend zu analysieren, inwieweit darauf eine visuelle Entsprechung erfolgt. Welche übergeordneten Muster lassen sich dabei erkennen? Konkret soll überprüft werden, wie bestimmte der Wir-Gruppe zugewiesene Eigenschaften, Eigenschaften des nationalen Volkes, beispielsweise der homogene Organismus und eine gemeinschaftlich geteilte Kultur und Traditionen mit festgefügtem Wertekanon, als Vorzüge und Überlegenheitsmerkmal veranschaulicht werden, insbesondere durch die Bildtypen „Flagge des völkischen Kollektivs“, „Denkmäler der ewigen Nation“ und „Souveräne Volksmenge“.

Der Bildtyp „Flagge des völkischen Kollektivs“ gilt als Symbol für die nationale Zugehörigkeit. Der Nation werden gemäß des Anwendungskontextes dieses Symbols unterschiedliche Eigenschaften zugeschrieben. In der Propaganda der AfD wird dieser Bildtyp

vor allem im Kontext jener Themen gesetzt, die narrativ eine Verletzung von Demokratie und Gerechtigkeit durch die Eliten konstatieren. In diesem thematischen Zusammenhang symbolisiert die nationale Fahne die Vorstellung vom nationalen Volk als einheitlichem Kollektiv. Er sei der eigentliche Herr in seinem eigenen Staat, der gegenüber den korrupten und privilegierten Eliten über einen rechtlich wie moralisch höheren Status und die größte Macht verfügt. Beispielsweise veröffentlichte die AfD am 17. Juli 2016 das Bild, das die deutsche Fahne zeigt (s. Abb. 54). Im Vordergrund prangt der Titel: „Aus unserem Grundsatzprogramm; Lobbyismus eindämmen“. Thematisch ging darum, dass viele Politiker der etablierten Parteien ihre politischen Mandate durch lukrative Nebentätigkeiten für ihre persönliche Bereicherung nutzten (vgl. AfD, 2016e). In diesem Zusammenhang zeigt die AfD die nationale Fahne, um die Autorität des nationalen Volkes im Staat zu reklamieren. Diese unaufhebbare Autorität sei es auch, die dem Volk gewahr werde und es am Ende über die korrupten Eliten triumphieren lasse. Die Bildgestaltung des Titels „Lobbyismus eindämmen“ vor dem Hintergrund der nationalen Flagge impliziert die Autorität und Geltung dieser Kampfparole aus ihrem Parteiprogramm, wodurch sich die AfD ganz konkret zur Fürsprecherin für das nationale Volk im politischen Streit mit den von den Eliten korrumpierten Widersacherparteien aufspielt.



Abbildung 54: Facebook-Bild der AfD: *Lobbyismus eindämmen* (17. Jul. 2016). Quelle: https://www.facebook.com/540404695989874/posts/1181459895217681/?substory_index=0 Zugriff: 21. Jul. 2019.



Abbildung 55: Facebook-Bild der AfD: *Der Islam gehört nicht zu Deutschland* (16. Jul. 2016). Quelle: https://www.facebook.com/540404695989874/posts/1182779481752389/?substory_index=0 Zugriff: 21. Jul. 2019.

Der Bildtyp „Flagge des völkischen Kollektivs“ kommt außerdem unter den Themen vor, wobei die Asylbewerber, Immigranten und Muslime als illegale Einwanderer bzw. als Gesetzesbrecher und als rückständige, radikale Gruppe bezeichnet werden. In diesem Kontext implizieren die schwarz-rot-goldenen Farben die positiven Werte und Tugenden der deutschen Volksgemeinschaft wie die Ehrlichkeit und die Gleichberechtigung der Geschlechter, was die Fremdgruppe im kulturellen Maßstab und hinsichtlich gelebter Traditionen übertreffe. Als Beispiel dient das von der AfD am 16. Juli 2016 veröffentlichte Bild, in dem die deutsche Fahne

dargestellt wird (s. Abb. 55). Im Zentrum des Bildes befindet sich der Titel „Der Islam gehört nicht zu Deutschland“. Im Begleittext werden die Muslime als Gefahr für die deutsche Gesellschaft angesehen, da sie, die Muslime, „unsere“ Rechtsordnung nicht respektierten und sogar bekämpften (vgl. AfD, 2016c). In diesem Sinne symbolisieren die schwarz-rot-goldenen Farben die Zugehörigkeit des nationalen Volkes zu einer imaginierten ethnischen Gemeinschaft mit ihren vermeintlich westlich-christlich-abendländisch geprägten, positiven Werten und Tugenden. Dieser Wertekanon ließe sich nämlich nicht nur von dem Islam unterscheiden, sondern sei ihm auch überlegen. Im Zusammenspiel mit dem Titel „Der Islam gehört nicht zu Deutschland“ demonstrieren die schwarz-rot-goldenen Farben auch den Gegensatz zwischen der Kultur der Volksgemeinschaft und dem Islam, wobei „unsere“ Kultur als Maßstab zu betrachten sei.

Zweitens bringt der Bildtyp „Denkmäler der ewigen Nation“ den hohen Stellenwert der Kultur und Tradition des deutschen Volkes und, davon abgeleitet, die Unantastbarkeit der nationalen Interessen zum Ausdruck. Gemäß der Codierung handelt es sich bei den Themen, mit denen dieser Bildtyp maßgeblich einhergeht, um den nationalen, gesamtgesellschaftlichen Wohlstand, die innere Sicherheit, die Existenz der deutschen Nation und den Fortbestand vermeintlicher nationaler kultureller Werte – allesamt Interessen, die man zunächst einmal durchaus als „national“ bezeichnen könnte. Die dargestellten Architekturen und Bildhauereien mit historischen Bezügen, die zum Bildtyp gehören, sind Symbole der deutschen Nation, die dem Wandel der Geschichte standhalten. Insofern bedürften die genannten nationalen Interessen des höchsten Schutzes und sollten keineswegs von außen, von anderen Ländern aus und von ihren Einwanderern nach Deutschland beschädigt werden. Die AfD leitete beispielsweise am 05. Dezember 2017 einen Beitrag ihrer Fraktionsvorsitzenden Alice Weidel weiter, der das Brandenburger Tor im Hintergrund des Bildes zeigt (s. Abb. 56). Auf der linken Seite des Bildes ist die Porträtaufnahme von Alice Weidel zu sehen. Rechts befindet sich der Titel „Mangelnde demokratische Legitimation der Eurogruppe; Deutschland muss aus der Währungsunion austreten!“ Anlass des Beitrags war die Wahl des ehemaligen Finanzministers Portugals Mário Centeno zum neuen Chef der Eurogruppe, der früher milliardenschwere Hilfspakete der EU beansprucht hatte. Alice Weidel hielt dies für keine positive Entwicklung des Euroraumes, denn dadurch werde die Euro-Währungsunion zu einer Transferunion, die die deutschen Steuerzahler Milliarden koste (vgl. AfD, 2017e). In diesem Sinne vermittelt das Brandenburger Tor die Überlegenheit des nationalen Volkes aufgrund seiner langen Geschichte und damit einhergehend auch die Priorität, den gesamtgesellschaftlichen Wohlstand zu erhalten und ihn keineswegs für die Krisenländer des Euroraums zu opfern. Im Zusammenhang mit dem

Text versteht sich der Slogan „Deutschland muss aus der Währungsunion austreten!“ als Aufruf der Fraktionsvorsitzenden Alice Weidel, dem politischen Ansinnen der Bundesregierung, den Euroraum zu stützen, energisch entgegenzutreten. Die Szene des Brandenburger Tors im Hintergrund dient als Begründung für ihre Forderung.



Abbildung 56: Facebook-Bild der AfD: *Deutschland muss aus der Währungsunion austreten!* (05. Mai 2017). Quelle: <https://www.facebook.com/540404695989874/posts/1706072436089755/> Zugriff: 21. Jul 2019



Abbildung 57: Facebook-Bild der AfD: *Radikaler Islam raus aus unseren Städten.* (12. Mai 2018). Quelle: https://www.facebook.com/540404695989874/posts/1876150279081969/?substory_index=0 Zugriff: 21. Jul 2019.

Drittens impliziert der Bildtyp „souveräne Volksmenge“ im thematischen Zusammenhang mit der Stimmabgabe oder der Kundgebung, dass das Volk als Kollektiv mit einem einheitlichen Willen in Bezug auf klare politische Ziele aufzufassen ist, und dieses Kollektiv, dieser Volkskörper, verfüge nach dem demokratischen Mehrheitsprinzip über die höchste Macht in allen politischen Entscheidungen. In der Propaganda der AfD wird dieser Bildtyp nämlich zu den Streitfragen über die Aushandlung der internationalen Freihandels- und Investitionsschutzabkommen und über die Aufnahme der Flüchtlinge eingesetzt. Dabei deutet der Bildtyp den höchsten Status des nationalen Volkes als Entscheidungsgewalt in diesen beiden politischen Beschlüssen an. Im Beispiel, veröffentlicht von der AfD am 12. Mai 2018, wird eine Fotografie mit einem Rand montiert, die eine Menschenmenge mit hoch gehaltenen Schildern zeigt (s. Abb. 57). Auf den Schildern stehen Parolen wie „DITIB STOPPEN“ und „DEUTSCHLANDS 2. GRÖßTE MOSCHEE VERHINDERN“. Links oben erscheint der Bildtitel „Radikaler Islam raus aus unseren Städten“. Unten befindet sich der Text „Junge Alternative Stuttgart“. In dem Begleittext warb die AfD (vgl. 2018j) für die Demonstration in Stuttgart-Feuerbach am selben Tag, die von der Jungen Alternative Stuttgart organisiert wurde. Diese Kundgebung richtet sich „gegen Erdogans Spitzelverein DITIB und gegen den drohenden Bau der geplanten Großmoschee“ (ebd.). Im Bildbeispiel wird ein Protestzug aus erkennbar mitteleuropäischen Erwachsenen, der das nationale Volk scheinbar repräsentieren soll, abgebildet, der sich erkennbar gegen den Bau und den Betrieb von Moscheen unter DITIB wehrt. Kategorial handelt es sich um den Bildtyp des Kollektivs mit einem einheitlichen Willen.

Die Form des Bildmotivs als Fotografie suggeriert, dass der Kampf gegen kulturelle Symbole und Manifestationen des Islams die wahre Stimme des Volkes repräsentiere. Nach dem demokratischen Mehrheitsprinzip sei die Durchsetzung des Volkswillens legitim und berechtigt. Und die AfD bzw. die Junge Alternative Stuttgart gerieren sich als Sprachrohr des nationalen Volkes. Daher soll der Eindruck vermittelt werden, ihre politische Forderung, den Bau der Moschee unter DITIB zu stoppen und damit letztendlich auch den Vormarsch des Islams als eine Glaubensrichtung in Deutschland zurückzudrängen, sei nur die Manifestation des Willens des nationalen Volkes als politisches Kollektiv.

Resümierend lässt sich feststellen, dass die AfD das Eigenstereotyp des nationalen Volkes als überlegendes Kollektiv auf der visuellen Ebene konstruiert, indem die Aufwertung seiner zwei Eigenschaften durch den Bildtypen veranschaulicht wird. Einerseits lässt sich das nationale Volk als einheitlicher Organismus durch die Bildtypen „Flagge des nationalen Kollektivs“ und „souveräne Volksmenge“ visuell repräsentieren; letztere verfüge gegenüber den privilegierten und korrupten Eliten über die größere Macht und den höheren Status im Staat, wodurch einmal mehr die rechtspopulistische Ideologie von der antagonistischen Beziehung zwischen der Volksgemeinschaft und den Eliten ihren visuellen Ausdruck findet. Andererseits werden die Kultur und Tradition des nationalen Volkes durch die Bildtypen „Flagge des nationalen Kollektivs“ und „Denkmäler der ewigen Nation“ als schützenswert und vorzüglich inszeniert. Dies entspricht der Visualisierung der rechtspopulistischen Ideologie von der antagonistischen Beziehung zwischen der Volksgemeinschaft und den Fremden. Und durch den nachcodierten Bildtyp „Aufstand“ wird dem nationalen Volk in Verbindung mit den erinnerungswürdigen Ereignissen der Nation der Geist des Kämpfers für die Freiheit gegen die Eliten zugeschrieben (vgl. Kap. 6.2).

7.2 Das nationale Volk als kollektives Opfer

In dem entworfenen Grundmuster „Relative Deprivation“ wird ausgesagt, was der Vorstellung der stereotypen Entgegensetzung von Eigen- und Fremdgruppe entspricht, nämlich die Eigengruppe werde gegenüber der Fremdgruppe benachteiligt (vgl. Kap. 3.2). Darüber hinaus steht im Kern des ausgearbeiteten Grundmusters „Physische Bedrohung“ die physische Bedrohung der Wir-Gruppe durch die Fremdgruppe. Im folgenden Abschnitt soll nun anhand dieser beiden Grundmuster das Eigenstereotyp als kollektives Opfer bzw. einerseits als wirtschaftlich kollektiv benachteiligte Gemeinschaft und andererseits als Opfer physischer Bedrohung auf der Bildebene analysiert werden. Konkret geht es um die Fragen, inwiefern dieses Eigenstereotyp durch die Bildtypen „Armut“, „Gewaltopfer“ und „Flagge des kischen

Kollektivs“ inszeniert wird. Und wie kombiniert die AfD den Bildtyp „Gewaltopfer“ mit dem vordefinierten Bildtyp „Der gewalttätige Fremde“ und dem neuen Bildtyp „Affekte“²³, um die Opferrolle des nationalen Volks zu veranschaulichen?

Vor allem wird durch den Bildtyp „Armut“ die Entbehrungen und der Mangel zur Schau gestellt. Unter den Wahlkampfthemen der AfD, wobei die Eliten und die Fremden als Belastung für das nationale Volk angesehen werden, wird das nationale Volk durch diesen Bildtyp als kollektiv benachteiligt visualisiert, indem einerseits die Diskrepanz in puncto Lebensstandard zwischen dem gewünschten Zustand und dem diagnostizierten Status quo zum Ausdruck gebracht wird, verbunden mit der direkten Schuldzuweisung an die Eliten und die Fremden. Im jeweiligen Kontext wird nämlich der Wunsch des Volkes, im Wohlstand zu leben, als legitim aber gescheitert akzentuiert. Daran trügen die Eliten und die Fremden die Schuld. Das von der AfD am 26. November 2016 veröffentlichte Bildbeispiel zeigt einen älteren Mann aus der Rückansicht in Form einer Fotografie in Sepia-Ton, der im Freien allein auf einer Bank sitzt (s. Abb. 58). Darunter befindet sich der Bildtitel in zwei Teilen: „3 Kinder erzogen, 48 Jahre gearbeitet und 630 Euro Rente. Man nimmt den Menschen auch noch Stolz und Selbstwertgefühl.“ Im Begleittext wird er als von Armut betroffener Rentner skizziert. Dazu behauptet die AfD noch, dass die Altersarmut viele Menschen betreffe, die ihnen Stolz und Selbstwertgefühl nehmen würde. Schuld daran sei die Null-Zinspolitik (vgl. AfD, 2016f). In diesem thematischen Zusammenhang ist die Darstellung des einsamen und von Armut betroffenen Alten ein ikonografisches Schema für Abstieg. Das Altwerden steht nicht nur für den körperlich-biologischen Verfall, sondern auch für einen Wohlstandverlust. Das Alleinleben bzw. die Einsamkeit verweist neben der materiellen noch auf die immaterielle Bedürftigkeit. Und der alleinstehende Alte wird von hinten abgebildet. Bei der Rücksicht, im Unterschied zur offenen Stellung des Körpers zur Kamera, die Offensivität und Selbstbewusstsein zum Ausdruck bringen kann, scheint der dargestellte Alte sich nicht bemerkbar machen zu wollen. Er wendet sich ab, versteckt sich. Diese Kamerastellung impliziert seine Scham über den eigenen Zustand und seine Angst vor sozialer Ausgrenzung und Abwertung. Ebenso evoziert der Sepia-Ton im Bild nicht den Moment der Freude an idyllischer Natur, sondern das Gefühl der Eintönigkeit, der alltäglichen Monotonie und der Verlorenheit. Und die fotografische Darstellungsform dient als Beweis für sein reales Leben in Armut. Im Zusammenspiel mit den textuellen Elementen im Bild „Man nimmt den Menschen auch noch Stolz und Selbstwertgefühl“ wird Armut mit dem Entzug von Selbstwertgefühl verknüpft, wobei der

²³ Die Namen der neuen vorgestellten Bildtypen in diesem Kapitel werden entsprechend der Bezeichnung in der zitierten Literatur genannt.

Rentner nach einem sorgenvollen und arbeitsreichen Leben nicht in Würde und Wohlstand leben könne, was er aber verdient habe und sich wünsche. Daran ist das anonyme „Man“ schuldig. Im Begleittext ist er als Opfer der von den wirtschaftspolitischen Eliten initiierten Null-Zinspolitik zu verstehen, womit „man“ sich an der Würde der Alten vergreife.



Abbildung 58: Facebook-Bild der AfD: *Man nimmt den Menschen auch noch Stolz und Selbstwertgefühl* (26. Nov. 2016). Quelle: https://www.facebook.com/540404695989874/posts/1301219536575049/?substory_index=0 Zugriff: 21. Jul. 2019



Abbildung 59: Facebook-Bild der AfD: *Opfer auf dem Altar der Willkommenskultur!* (06. Mar. 2017). Quelle: https://www.facebook.com/540404695989874/posts/1415640391799629/?substory_index=0 Zugriff: 21. Jul. 2019

Im Fall des Grundmusters „physische Bedrohung“ dient der Bildtyp „Gewaltopfer“ zur Visualisierung des nationalen Volkes, dessen physisches Wohlfinden von den Fremden bedroht wird. In jenen Bildbeiträgen der AfD mit dem thematischen Bezug auf die Ausländerkriminalität und den islamistischen Terrorismus zeigt dieser Bildtyp überwiegend Motive von Frauen und Kindern. Sie verkörpern nämlich das ganze nationale Volk als schützenswertes, hilfloses und verwundbares Gewaltopfer. Zum Beispiel porträtiert das Facebook-Bild der AfD am 06. März 2017 eine hockende weiße Frau mit blonden, lockigen Haaren in einem leicht blauen Farbton (s. Abb. 59). Ihr Kopf ist leicht zu einer Seite geneigt. Sie blickt starr und direkt in die Kamera. Im Begleittext verweist die AfD auf die steigende Tendenz der Sexualdelikte in Nordrhein-Westfalen um 24,9% im Jahr 2016 im Vergleich zum Vorjahr. Die sogenannte Willkommenskultur wird dieses Missstandes beschuldigt (vgl. AfD, 2019a). Die Darstellung der deutschen Frauen als Opfer sexueller Misshandlungen von fremden Männern stellt die Schutzlosigkeit der Betroffenen aus. Ihr leicht zu einer Seite gerückter Kopf und der starre Blick verweisen auf ein erlittenes Trauma. Durch den leicht bläulichen Farbton werden auch noch Emotionen wie Traurigkeit und Verlorenheit akzentuiert. Sie blickt direkt in die Kamera, was einerseits Sympathie und Mitgefühl hervorrufen soll, andererseits aber auch eine Anklage an die Verantwortlichen impliziert: ‚Was habt Ihr getan, um mich zu schützen?‘ Die Fotografie selbst dient der Unterstreichung von Authentizität des Schicksals.

Darüber hinaus steht der dargestellte weiße Frauenkörper für den Körper der Volksgemeinschaft, die auf Rasse und Ethnie gründet. Der Versuch wird also von der AfD unternommen, die Frau als Individuum mit dem nationalen Kollektiv engzuführen. Und die Visualisierung einer verletzten, verstörten Frau repräsentiert demgemäß nichts anderes als eine schutzbedürftige, aber nach Auffassung der AfD nicht ausreichend geschützte und insofern auch hilflos ausgelieferte nationale Volksgemeinschaft, deren physisches Wohlbefinden von den Asylbewerbern bedroht wird. Der Titel im Bild „Opfer auf dem Altar der Willkommenskultur“ evoziert die Geschichte aus dem Alten Testament: Gott befahl Abraham, seinen Sohn Isaak zu opfern. Er gehorchte Gottes Willen. Am Opferaltar hinderte ein Engel ihn im letzten Moment daran, seinen Sohn zu töten. Mit dieser blinden Gehorsamkeit, eine Barbarei zu begehen, werden die Bemühungen vieler Menschen im Zuge der sog. Willkommenskultur verglichen. Das nationale Volk, verkörpert durch die Einzelne, wird angeblich im Namen eines irregulären Werteverständnisses und Glaubens an humanistische Ideale geopfert.

Drittens wird der Bildtyp „Flagge des völkischen Kollektivs“ eingesetzt, um das nationale Volk als Kollektiv zu visualisieren. Unter den Themen der AfD-Propaganda in Bezug auf die wirtschaftliche Belastung der Eliten für das nationale Volk und in Bezug auf die Fremden als Bedrohung für die physische Sicherheit, die Gesundheit und den Wohlstand der Einheimischen sowie für die Existenz der deutschen Nation im Allgemeinen wird dieser Bildtyp mit anderen visuellen und textuellen Elementen kombiniert, um das nationale Volk als kollektives Opfer zu inszenieren. Das Bildbeispiel, veröffentlicht von der AfD am 5. Dezember 2017 auf Facebook, zeigt die schematische Darstellung eines menschlichen Körpers, wobei der Lungenbereich mit den Farben Schwarz-Rot-Gold markiert wird (s. Abb. 60). Links findet sich der Text, geordnet in drei Teilen. Ganz oben steht der Satz rot unterlegt: „Tuberkulose: 40% Mehr Krankheitsfälle*“. In der Mitte ist der Titel in weißer Schrift zu sehen, „Macht Merkels Politik Deutschland krank?“. Darunter prangt noch die Unterschrift: „*Quelle: Statista.com Zeitraum 2012 bis 2016“. Im Begleittext behauptet die AfD, dass die Aufnahme von Flüchtlingen gravierende Folgen für die Einheimischen habe. Insbesondere die illegal nach Deutschland Eingewanderten führten direkt zu steigenden Fällen von Tuberkulose (vgl. AfD, 2017g). In Bezug auf die Gefahr der Tuberkulose durch die Einwanderung impliziert der schwarz-rot-goldene Lungenbereich das nationale Kollektiv, das der Gefahr der Lungenkrankheit ausgesetzt sei. Und der Titel „Tuberkulose: 40% Mehr Krankheitsfälle“ ist mit einer Quelle versehen und mit der Farbe Rot hervorgehoben. Die Kennzeichnung der Quelle suggeriert die Seriosität der Zahlen und der Aussage insgesamt. Frédéric Bußmann zufolge deutet generell die Farbe Rot ein Gefühl von Bedrohung an und steigert die Wahrscheinlichkeit, aggressive Assoziationen

im Betrachter zu wecken (vgl. Bußmann, 2011, S. 41). Insofern akzentuiert hier das Rot die Gefahr des nationalen Kollektivs durch die Fremden.



Abbildung 60: Facebook-Bild der AfD: *Macht Merkels Politik Deutschland krank?* (05. Dez. 2017). Quelle: <https://www.facebook.com/540404695989874/posts/1705897659440566/> Zugriff: 21. Jul. 2019.

Darüber hinaus zeigt ein von der AfD am 22. August 2018 veröffentlichter Bildbeitrag eine Zusammensetzung aus den vordefinierten Bildtypen „Gewaltopfer“, „Der gewalttätige Fremde“ und dem neuen identifizierten Bildtyp „Affekte“. Auf der vor-ikonografischen Ebene zeigt sich ein Gesicht einer Frau in der Position „kopfüber“ mit einem weit geöffneten Mund (s. Abb. 61). Links davon (von dem Betrachter aus) sind eine Blutlache und eine Messerklinge zu sehen. Der Farbton des Bildmotivs ist dunkel, wodurch eine Atmosphäre des Grauens entsteht. Im Vordergrund erscheint übergroß, die Details des Bildes partiell verdeckend, der Titel: „Abdullah A. schlitze ihr den Bauch 40 cm auf und brach ihre Rippen: Begründung von Vivians Schlächter ist völlig irre!“ Und links unten im Bild steht noch in schwarz-rot-gelber Schrift folgender Text „DER ISLAM GEHÖRT NICHT ZU DEUTSCHLAND!“



Abbildung 61: Facebook-Bild von der AfD: *Begründung von Vivians Schlächter ist völlig irre!* (22. Aug. 2018) Quelle: https://www.facebook.com/540404695989874/posts/2027516583945337/?substory_index=0 Zugriff: 21. Jul. 2019



Abbildung 62: Max Beckmann: Selbstportrait (1901). In: Schmölders, 2011, S. 31

Im Begleittext des AfD-Bildbeitrags (vgl. 2018b) wird davon berichtet, dass die Verkäuferin Vivian K. bei der Arbeit in einem Supermarkt von dem Syrer Abdullah A. attackiert worden sein soll. Dieser Syrer habe sie mit einem Messer mit 10-Zentimeter-Klinge

niedergestochen und ihre Rippen gebrochen. Der Auslöser sei ein Streit. In der Gerichtsverhandlung habe der Täter sein Handeln folgendermaßen erklärt: In seiner Kultur sei es normal, Gewalt anzuwenden, um ein Problem zu lösen. Wenn man beleidigt werde, könnte man in schweren Fällen die Person töten. Die AfD äußert sich zu diesem Vorfall dahingehend, dass die multikulturelle Gesellschaft ein „vernichtendes Bevölkerungsexperiment“ sei (ebd.). In diesem textlich erweiterten Zusammenhang ist die dargestellte Frau als Gewaltopfer eines ausländischen Täters zu identifizieren und die abgebildete Messerklinge als Waffe des Kriminellen, und insofern lässt sich das Bild den vordefinierten Bildtypen „Gewaltopfer“ und „Der gewalttätige Fremde“ zuordnen. Darüber hinaus ist das Bildmotiv eines schreienden Menschen mit einem offenen Mund laut Claudia Schmölders als Bildtyp „Affekte“ zu verorten. Diese Bildformel charakterisiert einen Ausdruck des Schmerzes in der realen Lebenserfahrung, insbesondere beim Erleben des Todes. Wie bei der Skulptur der Laokoon-Gruppe aus römischer Zeit. Der Schmerz Laokoons spiegelt sich in dieser Skulptur durch die Mimik eines leicht geöffneten Mundes wider (vgl. Schmölders, 2011, S. 32). Zudem steht das schreiende Gesicht in unmittelbar Verbindung mit den Emotionen der Furcht. Charles Darwin wies schon im 19. Jahrhundert in seinem Werk „Der Ausdruck der Gemüthsbewegungen bei dem Menschen und den Thieren“ darauf hin, die Emotion Angst kann zu einer Anspannung der Gesichtsmuskeln führen, wobei der Mund weit geöffnet wird (vgl. Darwin, 2015, S. 239). Das häufig variierte Motiv im berühmten Gemälde des norwegischen Malers Edvard Munch, ein Klassiker des Expressionismus, ist die sinnbildliche Reduktion auf den Zustand existenzieller Betroffenheit von Verzweiflung und Schmerz. Das Bildmotiv eines schreienden Gesichtes hält diesen Zustand fest und stellt ihn aus. Und Max Beckmann hat laut Schmölders wie viele andere Maler, beispielsweise Francis Bacon, diese Bildformel für sein Selbstportrait benutzt (s. Abb. 62), um das Gefühl seiner Ohnmacht bzw. die Stimmung von Verlust und Orientierungslosigkeit nach dem Zweiten Weltkrieg zu vermitteln (vgl. Schmölders, 2011, S. 31).

Der Bildtyp „Der gewalttätige Fremde“ impliziert die Grausamkeit und die Gefahr des ausländischen Täters. In der Darstellung der Frau als Gewaltopfer mit dem schreienden Gesicht wird der Bildtyp „Gewaltopfer“ mit dem neu identifizierten Bildtyp „Affekte“ kombiniert. Diese Kombination deutet die Gefühle wie Schmerz, Angst und Ohnmacht der von Gewalt betroffenen Frau an, die nicht nur für das einzelne Opfer, sondern auch für die deutsche Volksgemeinschaft steht. Durch die Position „kopfüber“ werden diese Emotionen bei der Konfrontation mit dem Täter, der schlichtweg „irre“ und ein „Schlächter“ bzw. Böse sei, noch stärker repräsentiert. Und der Name zeigt bereits, dass das Böse aus der arabischen Kultur komme. Der Gegensatz zwischen dem nationalen Volk und den gewalttätigen Muslimen wird

durch den Text unter links „DER ISLAM GEHÖRT NICHT ZU DEUTSCHLAND!“ auch noch akzentuiert. Die schwarz-rot-gelbe Farbe suggeriert den kollektiven Willen des nationalen Volkes, die Muslime auszugrenzen.

Zusammenfassend versteht sich die Bildstrategie der AfD als Visualisierung des kognitiven Stereotyps vom nationalen Volk als kollektives Opfer. Dabei werden vor allem durch die Bildtypen „Armut“ und „Flagge des völkischen Kollektivs“ der Mangel und die Entbehrung des nationalen Volkes zum Ausdruck gebracht, dessen gewünschter und legitimer Lebensstandard nicht erreicht wird, wobei dafür sowohl die Eliten als auch die Fremden verantwortlich gemacht werden. Dies entspricht der rechtspopulistischen Ideologie bzw. der doppelten Entgegensetzung von Volk einerseits und den Eliten sowie Fremden andererseits. Darüber hinaus bedient sich die AfD des Bildtyps „Flagge des völkischen Kollektivs“, „Gewaltopfer“ und der Kombination dieses Bildtyps mit den Bildtypen „Der gewalttätige Fremde“ und „Affekte“, um das Rollenbild des nationalen Volkes als physisches Opfer der Immigranten, Asylbewerber und Muslime zu vermitteln, wobei sich die Feindseligkeit gegenüber den gewalttätigen Fremden zeigen.

7.3 Die Eliten als Stigmaträger

In Abschnitt 3.2 wurde erläutert, woraus sich der soziale Definitionsprozess der Stigmatisierung maßgeblich zusammensetzen. Dabei steht im Kern die negative Diskrepanz zwischen der normativen Erwartung und den tatsächlichen Eigenschaften des Stigmaträgers. Im Folgenden soll es darum gehen, den genauen Prozess der Visualisierung von Stigmazuweisungen der Eliten in den Blick zu nehmen. Die Eliten werden normativ als Vertreter der Interessen des Volkes und als Verteidiger der Gerechtigkeit sowie der Demokratie erwartet. In diesem Sinne sind im Folgenden konkret mit den Fragen angesprochen, wie die zugewiesenen Eigenschaften der Eliten als Normbrecher, bzw. als Volksverräter und Gesetzesbrecher durch die vordefinierten Bildtypen der „Geldverschwendung“, der „negativen Personendarstellung“ und des „Totschweigens“ in den quantitativ codierten Bildern visualisiert werden. Und inwiefern wird dieses Stereotyp der Eliten durch die Kombination des Bildtyps der „Negativen Personendarstellung“ mit dem neuen Bildtyp „Korruptionsgeld“ im einzelnen Bild veranschaulicht?

Vor allem vermittelt der Bildtyp „Geldverschwendung“, dass die Politiker das von dem fleißigen Volk erwirtschaftete Staatsvermögen verschwendeten. Unter den codierten Themen bezüglich der überhöhten Parteifinanzierung und der das nationalen Volk wirtschaftlich belastenden Politik verweist dieser Bildtyp auf den Verrat der politischen Eliten an die

Interessen des Volkes. Der AfD-Bildbeitrag vom 07. Juni 2018 zeigt beispielsweise die Übergabe einiger 50 Euro-Scheine von der Person auf der linken Seite an die Person auf der rechten Seite, welche mit dem Rücken zur linken Person steht (s. Abb. 63). Die dargestellten beiden Personen, die nur mit ihren Händen zu sehen sind, tragen Anzüge. Der Titel im Bild lautet: „Sie bekommen den Hals einfach nicht voll! Selbstbedienungsladen GroKo fordert 25 Millionen Euro extra!“ Im Begleittext wird davon berichtet, dass sowohl die Union als auch die SPD eine Erhöhung der jährlichen staatlichen Zuschüsse von 165 Millionen auf 190 Million für die Parteien im Bundestag forderten. Die AfD bezeichnet diesen Plan als Selbstbedienung bzw. Selbstbereicherung der Altparteien. Und Merkels Regierung sei sowieso die teuerste für die deutschen Steuerzahler aller Zeiten (vgl. AfD, 2018m). Die Abbildung der Jacketts weist die sie tragenden Personen gemäß der traditionellen Kleidungsgewohnheiten als „besser-verdienend“ bzw. als Funktionsträger oder Amtsträger aus. Die mit dem Rücken zur Geldgebenden, links im Bild befindlichen Person stehende zweite Person, rechts im Bild ansatzweise zu erkennen, erhält in dieser Konstellation das Geld verdeckt, womit die heimliche persönliche Bereicherung offenkundig zu Visualisierung versucht wird. Die Geldscheine stehen für die staatlichen Steuereinnahmen bzw. das Vermögen des ganzen Volkes. Zusammen mit dem im Vordergrund weiß gedruckten Text „Selbstbedienungsladen. GroKo fordert 25 Millionen Euro extra!“ wird als ein zu missbilligendes Verhalten interpretiert, indem es indirekt mit dem Einkommen von Personen gleichgesetzt wird; im Arbeitsleben ist es nur wenigen Wirtschaftseliten vorbehalten, ihr Gehalt selbst zu bestimmen, und so wird die Analogie zu einem „Selbstbedienungsladen“ hergestellt.



Abbildung 63: Facebook-Bild der AfD: *Selbstbedienungsladen GroKo fordert 25 Millionen Euro extra!* (07. Jun. 2018). Quelle: https://www.facebook.com/540404695989874/posts/1903370586359938/?substory_index=0 Zugriff: 21. Jul. 2019.



Abbildung 64: Facebook-Bild der AfD: *Seehofer wusste vom Asylbetrug beim BAMF!* (17. Mai 2018). Quelle: https://www.facebook.com/540404695989874/posts/1880426941987636/?substory_index=0 Zugriff: 17. Jul. 2019.

Zweitens dient der Bildtyp der „negativen Personendarstellung“ allgemein der negativen Inszenierung der Eliten. In den codierten Themen der AfD werden die Eliten als privilegierte und mächtige Volksverräter, als wirtschaftliche Belastung für die deutschen Steuerzahler und

als Ignoranten der Gerechtigkeit dargestellt. Die AfD veröffentlichte beispielsweise am 17. Mai 2018 ein Bild, das einen Mann am linken Bildrand zeigt. Er verdeckt seine Mundregion durch seine Hand und blickt nach unten (s. Abb. 64). Im Vordergrund befindet sich der Titel, aufgeteilt in zwei Teilen: „CSU-Chef völlig unglaublich: Seehofer wusste vom Asylbetrug beim BAMF!“ Im Begleittext spricht die AfD (vgl. 2018l) von dem „größten Flüchtlingskandal der Republik“ (ebd.), dass das Bundesamt für Migration und Flüchtlinge in Bremen Asylanträge zu Unrecht bewilligt habe, was zu einem Schaden in Millionenhöhe führe. Dieser Skandal sei dem Bundesinnenminister Horst Seehofer seit März bekannt gewesen und er habe sich dennoch darüber hinweggesetzt. In diesem thematischen Rahmen lässt sich das Bild der Bildtyp-Kategorie der „negativen Personendarstellung“ zuordnen. In der Abbildung verdeckt Seehofer den Mundbereich mit seiner Hand. Diese Körpersprache vermittelt, dass er in Verlegenheit und Unsicherheit geraten sei. Darüber hinaus wird im Bild der AfD das Porträt Seehofers in der linken unteren Ecke montiert. Die hier konstruierte räumliche Relation greift motivisch den Vorwurf gegenüber Seehofer auf, verantwortlich für den angeblichen Skandal zu sein. Die Darstellung Seehofers hat den Bildtitel „CSU-Chef völlig unglaublich“ in die Bildebene übersetzt. Das prominente Mitglied der politischen Elite Horst Seehofer wird also durch den Bildtyp der „negativen Personendarstellung“ als Betrüger bzw. Übertreter der Gesetze dargestellt.

Drittens impliziert der Bildtyp „Totschweigen“ die Verletzung und die Einengung der Rede-, Presse-, oder Meinungsfreiheit. Unter dem Thema „Meinungsmonopol“ der AfD werden die politischen Eliten durch diesen Bildtyp als Diktatoren stigmatisiert, die zentrale Meinungen des Volkes unterdrückten, anstelle sie von Seiten der Regierung aktiv aufzugreifen und ernst zu nehmen. Das folgende Bildbeispiel, veröffentlicht von der AfD am 28. Mai 2019, zeigt die Skizze eines Porträts mit einem schräg-flachen, an ein Klebeband erinnerndes Kreuz über dem Mund auf einer steinartigen Fläche (s. Abb. 65). Im Vordergrund ist der Bildtitel zu sehen: „CDU reguliert unsere Meinung? Wir regulieren Amtszeiten!“ Im Begleittext behauptet die AfD (vgl. 2019b), dass die damals für die Kanzlerkandidatur ‚gehandelte‘ Annegret Kramp-Karrenbauer ihr „verfassungsfeindliches“ Gesicht zeigt (ebd.) Nachdem der YouTuber Rezo kurz vor der Europawahl 2019 die CDU kritisiert habe, erwäge Sie nämlich eine Regulierung von Aussagen im Internet, um allen missliebigen Bürgern „einen Maulkorb zu verpassen“ (ebd.). Das abgebildete Porträt bzw. die Schriftzüge erscheinen als Graffiti durch Sprühdose an einer Steinwand. Graffiti wird meistens pseudonym und illegal im öffentlichen Raum erstellt, womit die Assoziation von regierungspolitisch unterdrückten Stimmen geweckt werden soll. Diese Stimmen seien Stimmen der Volksmehrheit und mit dem dargestellten

Klebeband-Kreuz über dem Mund lassen sie sich deuten als politische Kritik gegenüber der Verletzung und der Einengung der Meinungsfreiheit. Der zugeklebte Mund stellt die Unterdrückung der Meinungsfreiheit auf eine plakative Weise dar. Der visuelle Teil des Bildes hat die Frage im Titel „CDU reguliert unsere Meinung?“ bestätigt. In diesem Sinne wird Kramp-Karrenbauer als paternalistisch empfundene Meinungsdiktatorin stigmatisiert. Dadurch wird dem Aufruf „Wir regulieren Amtszeiten!“ Überzeugungskraft verliehen, denn es soll ja darum gehen, die Union in der Bundesregierung abzuwählen.



Abbildung 65: Facebook-Bild der AfD: *CDU reguliert unsere Meinung? WIR REGULIEREN AMTSZEITEN!* (29. Mai. 2019). Quelle: <https://www.facebook.com/540404695989874/posts/2439566679406990/> Zugriff: 21. Jul. 2019.

Darüber hinaus bedient sich die AfD einzelner Bilder, um das Stereotyp der Eliten als Stigmaträger zu verbildlichen. Der Bildbeitrag vom 18. Mai 2018 enthält den Bildtyp der „negativen Personendarstellung“ und den neuen identifizierten Bildtyp „Korruptionsgeld“. Auf der Oberflächenstruktur dieses Bildes wird ein Mann im Anzug dargestellt, der in einem bequemen Sessel sitzt (s. Abb. 66). Im Hintergrund sind unzählige Geldscheine zu sehen. Das Bildmotiv wird mit dem Titel in zwei Teilen illustriert: „Jahrelange Lobbyarbeit macht sich bezahlt! Siemens-Alstom – bereichert sich Gabriel erneut?“



Abbildung 66: Facebook-Bild der AfD: *Jahrelange Lobbyarbeit macht sich bezahlt!* (18. Mai. 2018). Quelle: https://www.facebook.com/540404695989874/post/s/1880654025298261/?substory_index=0 Zugriff: 21. Jul. 2019.



Abbildung 67: Plakat der NSDAP: *Schluss mit der Korruption!* (08. Dez. 1929). In: Witamwas, 2016, S. 209

Beim thematischen Kontext des Bildbeitrags handelt es sich darum, dass der ehemalige Wirtschafts- und Außenminister Sigmar Gabriel (SPD) in eine gut bezahlte Position im Verwaltungsrat bei Siemens gewechselt sei. Es sei kein Zufall, dass er 2014 aktiv bei der Übernahme von Alstom durch Siemens mitgewirkt habe. Jetzt freue er sich, als großzügig bezahltes Mitglied im Verwaltungsrat zu sitzen. Wieder einmal sei es typisch, dass ehemalige Spitzenpolitiker Lobbyarbeit für Unternehmen mache. Nachdem ihre politische Karriere zu Ende gehe, kassierten sie in Verwaltungs- und Aufsichtsräten bei solchen Unternehmen ab. Ihr verlogenes Verhalten sei unvereinbar mit unseren Werten, so die AfD (vgl. AfD, 2018g). In diesem Kontext wird das Portrait Sigmar Gabriels mit den Geldscheinen im Hintergrund montiert. Diese Geldscheine stehen für Korruptionsgeld, eine wiederkehrende Bildformel in der politischen Kommunikation. Birgit Witamwas untersuchte beispielsweise ein NS-Propagandaplakat in Bezug auf die Korruption der Weimarer Parteieliten (s. Abb. 67). Auf diesem Plakat zeigen sich vier Männer, die rund um einen Tisch sitzen, von einer riesigen Faust erschrocken. Der Mann rechts hinten ist durch die typische Ballonmütze als „SPD-Bonze“ zu identifizieren. Daneben wird der Mann mit der schwarz-rot-goldenen Armbinde als Mitglied der DDP erkannt. Der Mann links stellt sich mit dem Symbol des Hammers und der Sichel als KPD-Funktionär dar. Mit dem Schriftzug „Sklarek“ auf dem Rücken des Mannes im Vordergrund wird auf den sogenannten „Sklarek-Skandal“ in der Weimarer Republik unmittelbar verwiesen. Dabei geht es darum, dass die Brüder Sklarek sich durch enge Kontakte zu bekannten politischen Eliten bereicherten und diese bestochen hatten. Im Plakat ist ein Geldsack auf dem Tisch dargestellt, aus dem die korrumpierten Eliten ihre Gewinne aufteilten (vgl. Witamwas, 2016, S. 55f.). Mit der Parole „Schluss mit der Korruption!“ und der vom Himmel fallenden Faust werden ebenfalls Hass und Missachtung gegenüber den Eliten zum Ausdruck gebracht. Der Bildtyp des Geldes auf der Bedeutungsebene der Korruption suggeriert die Unmoral der Politiker.

Die AfD nutzt die visuelle Repräsentation des Geldes, um Sigmar Gabriels Skandal im Zuge der thematisierten Lobbyarbeit aufzudecken. Und das Bild zeigt, dass er bequem und selbstgewiss in einem Prunksessel sitzt. Das Sitzporträt lässt sich mit dem Kaiser- und Papstbildnis in Malerei und Skulptur assoziieren. Ekkehard Mai zufolge ist das Sitzporträt mit Lehnstuhl eine konventionelle Bildformel bei der Abbildung von Staats- und Kirchenoberhäuptern. Dadurch werden die Akteure im Gelehrtenstatus bzw. als Würdenträger repräsentiert (vgl. Mai, 2011, S. 151f.). Insofern ist das Portrait Sigmar Gabriels zunächst einmal, also für sich genommen eher positiv zu beurteilen, doch indem es unmittelbar mit dem Themenkomplex Korruption und Selbstbereicherung verbunden wird, stellt es ein typisches

Beispiel für die „inkonsistente Kommunikation“ des Bildtyps der „negativen Personendarstellung“ dar. Seine bequeme Pose ist eine Metapher für ein ihm unterstelltes luxuriöses Leben, das mit Korruptionsgeld erkaufte sei. Die Verbindung des Sitzporträts mit dem visualisierten Geldstrom impliziert eine Abwertung, quasi einen Rufmord des ehemaligen Wirtschafts- und Außenministers Sigmar Gabriel, der seines Amtes nicht würdig sei.

Als Fazit lässt sich feststellen, dass sich die AfD gezielt der Bildtypen „Geldverschwendung“, „Totschweigen“, „negative Personendarstellung“ und des letzteren Bildtyps in Kombination mit dem Bildtyp „Korruptionsgeld“ bedient, um die selbst diagnostizierten negativen Eigenschaften der Eliten hervorzuheben. Unterstellt wird dabei stets ein Idealbild von Volksvertretung, nach dem die Politiker einzig und allein für das Wohl des (einheimischen) Volkes arbeiten. Darüber hinaus werden noch die nachcodierten Bildtypen zur Visualisierung der Eliten als Stigmaträger eingesetzt. Konkret deutet der Bildtyp „Drohende Hand“ den Zwang und die Unterdrückung an, mit der die Eliten ihre Geldpolitik durchsetzen (vgl. Kap. 6.2). Und durch den Bildtyp „Die wachenden Augen von oben“ werden die Eliten als Meinungsdiktatoren dargestellt (vgl. ebd.). Es wird immer nur einseitig Kritik gegenüber den Eliten im Allgemeinen geübt.

7.4 Die Eliten als Sündenböcke

Eine weitere Charakterisierung der Eliten erfolgt dadurch, dass ihnen die Schuld für die sozialen Probleme infolge der Zuwanderung zuerkannt wird. Auf der Bildebene wird diese Form der Schuldzuweisung ganz überwiegend durch den Einsatz des in Abschnitt 3.2 herausgearbeiteten Grundmusters „Sündenbock“ vorgenommen. Unter Zuhilfenahme dieses Modells soll nachfolgend analysiert werden, inwieweit das Stereotyp der Eliten als Verantwortungsträger für die genannten sozialen Probleme in vielen Bildern des vordefinierten Bildtyps der „negativen Personendarstellung“ und weiterer Bildtypenkombinationen visualisiert wird. Es ist von der empirischen Auswertung auszugehen, dass zu dem beschriebenen propagandistischen Zweck nicht nur der Bildtyp der „negativen Personendarstellung“ in Reinform von der AfD herangezogen wird, sondern dass er sich in zahlreichen Varianten äußert. Es finden sich die Kombination dieses Bildtyps mit dem Bildtyp „Flagge des völkischen Kollektivs“ oder mit dem neuen codierten Bildtyp „Gewitterwolke“ sowie die Kombination des bereits im Kontext der Ausgangsüberlegungen vordefinierten Bildtyps „Geldverschwendung“ mit dem im Zuge der empirischen Recherche neu definierten Bildtyp „Staatsschiff“ in einzelnen Bildbeispielen.

Der Bildtyp der „negativen Personendarstellung“ wird mit anderen textuellen und visuellen Elementen montiert, um die politischen Eliten als Verantwortungsträger für die sozialen Probleme aufgrund der Zuwanderung darzustellen. Als Beispiel dient das von der AfD am 18. April 2017 veröffentlichte Bild, in dem eine weibliche Person abgebildet ist (s. Abb. 68). Sie lacht und wendet ihren Kopf stark nach rechts (vom Betrachter aus nach links). Als Fotomontage erscheint unten rechts im Bild eine Hand mit einem angezündeten Streichholz. Im Hintergrund des Bildes ist Feuer zu sehen. Links oben im Vordergrund sind drei Zeilen jeweils in Schwarz, Rot und Gold zu sehen: „11,4% Ausländeranteil; 75% Syrer arbeitslos; Bürger zahlen Zeche!“ Unten steht der Titel „Einwanderung belastet Deutschland immer mehr: Sozialsysteme explodieren!“ Im Begleittext berichtet die AfD davon, dass die Quote der Arbeitslosigkeit unter den Migranten im Vergleich mit den Einheimischen besonders hoch sei. Die Sozialfürsorge Deutschlands würde der Willkommenspolitik der Bundeskanzlerin geopfert (vgl. AfD, 2017j). In diesem Sinne lässt sich die abgebildete Person leicht als Bundeskanzlerin Angela Merkel erkennen. Bildsprachlich spielt die Kanzlerin hier mit dem Feuer, sie zündelt an den Sozialsystemen. Die montierte Explosion der Sozialsysteme Deutschlands wird mit einem breiten Lächeln von Merkel illustriert. Diese inkonsistente Kommunikation ist kennzeichnend für den Bildtyp „negative Personendarstellung“. Das Lächeln alleine ist nämlich ein kulturunabhängiger, positiver Gesichtsausdruck. Jedoch ist dieser mimische Ausdruck der Freude der Bundeskanzlerin Angela Merkel im direkten visuell hergestellten Zusammenhang mit dem „Feuer im Haus“ unpassend. Damit wird sie als Brandstifterin der Sozialsysteme inszeniert, die konspirativ durch die Flüchtlingspolitik das Sozialversicherungssystem Deutschlands zu Fall bringe. Ihr Lächeln erscheint in diesem konstruierten Kontext als eine Verhöhnung des deutschen Volkes. Und die Texte links oben mit den Hintergrundfarben Schwarz-Rot-Gold deuten einen Zustand in Deutschland an, bei dem die Zuwanderer die Steuerzahler belasteten.



Abbildung 68: Facebook-Bild der AfD: *Sozialsysteme explodieren!* (18. Ari. 2017). Quelle: <https://www.f>



Abbildung 69: Facebook-Bild der AfD: *ANGELA MERKEL HAT IHREN EID GEGENÜBER DEM DEUTSCHEN VOLK GEBROCHEN!* (16. Sep. 2017). Quelle: <https://www.facebook.com/540404695989874/pos>

In Ergänzung zu den quantitativ kategorisierten Bildern dienen noch einzelne weitere Bilder zur Visualisierung des Stereotyps der Eliten als Sündenböcke. Das Facebook-Bild der AfD vom 16. September 2017 besteht auch aus der Zweierkombination des Bildtyps der „negativen Personendarstellung“ und des Bildtyps „Flagge des völkischen Kollektivs“. Im Hintergrund des Bildes wird die Fahne in schwarz-rot-golden mit den Rissen an einer maroden Wand montiert. Rechts am Rand ist eine weibliche Figur aus einer leichten Draufsicht in schwarz-weiß zu sehen (s. Abb. 69). Sie blickt starr und zeigt keine Mimik. Dieses Porträt wird mit transparenten Querstreifen im Vordergrund verdeckt. Das ganze Bildmotiv wird mit dem Text in Großbuchstaben illustriert: „ANGELA MERKEL HAT IHREN EID GEGENÜBER DEM DEUTSCHEN VOLK GEBROCHEN!“ Thematischer Kontext ist hier der islamistische Terrorismus. Im Begleittext schreibt die AfD (vgl. 2017b), dass seitdem Merkel 2015 die Grenze geöffnete habe, die Menschen tagtäglich mit dem Terrorismus leben müssten. In Deutschland, wo „Angela Merkel gut und gerne lebt, gibt es nach wie vor keine Grenzkontrollen“ (ebd.). In diesem Kontext handelt es sich bei der gewählten Abbildung, eindeutig erkennbar, um Kanzlerin Merkel. Dabei sind die Draufsicht und die räumliche Relation dieses Porträts innerhalb des ganzen Bildes Erkennungsmerkmale des Bildtyps der „negativen Personendarstellung“. In Abschnitt 4.2 wurde herausgearbeitet, dass der gesenkte Blick im Gesicht des Verlierers unter streitenden Personen ein Eingeständnis der Niederlage ist. Eine dargestellte Person mit gesenktem Blick erscheint schwach und peinlich berührt. Zur Variante dieses Blickverhaltens gehört die leichte Draufsicht. Dadurch wird die Kanzlerin auf der Bildebene metaphorisch kleinlaut und in Verbindung mit dem Text im Bild betroffen ob ihres unterstellten Betrugs dargestellt – sie wird also rundum negativ beurteilt. Und diese negative Bewertung wird durch den schwarzen Farbton ihres Porträts betont. Auch die räumliche Relation des Porträts in der Montage transportiert Bildbedeutung. Im Bild der AfD wird die Kanzlerin von den transparenten Querstreifen partiell verdeckt und am rechten Rand platziert. Diese räumliche Relation trägt ebenso zur negativen visuellen Repräsentation der Kanzlerin bei, da sie hier, quasi als Sünderin, in die Ecke „gestellt ist“. Im Bildbeitrag spricht die AfD von dem Eidbruch der Kanzlerin gegenüber dem deutschen Volk. Gemäß des Artikels 56 im Grundgesetz besagt der Eid der Bundeskanzlerin bei der Amtseinführung, dass sie Schaden vom deutschen Volk abwenden wird. Nach Lesart der AfD wird die Aufnahme der Geflüchteten als von der Kanzlerin bewusst durchgeführte Politik zum Schaden des deutschen Volkes angesehen. Die Risse auf der nationalen Fahne stehen für die Gefährdung des islamistischen Terrorismus für die Staatsordnung.

Die beiden obigen Beispiele der Bildmontage enthalten das Bildmotiv der nationalen Fahne oder die dazugehörenden Farben, wobei diese Beispiele nicht dem Bildtyp „Flagge des nationalen Kollektivs“ zugeordnet wurden. Wie bereits in Abschnitt 4.1 betont wurde, kann dieser Bildtyp nicht allein durch die Anzeige der nationalen Fahne, sondern erst im thematischen Kontext identifiziert werden. Insbesondere bei einer Bildmontage soll die gesamte Konfiguration holistisch analysiert werden, indem die nationale Fahne im wechselseitigen Zusammenspiel mit den Texten und anderen visuellen Elementen auszudeuten ist.

Ein weiteres Beispiel für den vordefinierten Bildtyp der „negativen Personendarstellung“ stellt ein Bildbeitrag vom 29. September 2018 dar, der überdies mit dem neuen Bildtyp „Gewitterwolke“ kombiniert worden ist. Dieses Bild zeigt auf der rechten Hälfte die rechte Körperseite einer weiblichen Figur (s. Abb. 70). Ihre Mimik ist eher eingefroren und sie blickt in Richtung des rechten Bildrandes. Daneben türmen sich dicke Wolkenmassen. Das ganze Bild hat einen düsteren Farbton. Das Porträt der Frau wird sowohl von den dunklen Wolkenballungen als auch einem Teil des Textes bedeckt. Dieser Text im Vordergrund lautet: „Wofür bitte verdient Merkel einen Ehrenpreis? ‚Alternativlose‘ Kanzlerin erhält Ehren-Victoria 2018!“



Abbildung 70: Facebook-Bild von der AfD: Wofür bitte verdient Merkel einen Ehrenpreis? (29. Sep. 2018). Quelle: https://www.facebook.com/540404695989874/posts/2074773985886263/?substory_index=0 Zugriff: 21. Jul. 2019.



Abbildung 71: Carl Rottmann: Marathon; (1848). In: Wessolowski, 2011, S. 185

Der Anlass des Bildbeitrags ist die Verleihung des Ehrenpreises der „Goldenen Victoria“ des Verbands Deutscher Zeitschriftenverleger (VDZ) an die Bundeskanzlerin. Die AfD (vgl. 2018p) bezweifelt diese Preisvergabe und schreibt im Begleittext dazu, dass die „Noch-Kanzlerin“ Leid und Schaden wie kein anderer Politiker in der deutschen Nachkriegsgeschichte gebracht habe (ebd.). Aufgrund der von ihr ausgelösten Migrationskrise verbreiteten sich hierzulande Vergewaltigungen, Morde und Terror. Sie werde von der Geschichtsschreibung am Ende dafür zu Rechenschaft gezogen. In diesem Kontext lässt sich

die abgebildete Figur leicht als Angela Merkel identifizieren. Bei dieser Abbildung ist der Bildtyp „negative Personendarstellung“ anhand der Kennzeichen der räumlichen Relation dieses Porträts innerhalb des ganzen Bildes als einschlägig festzuhalten. Nach der Definition dieses Bildtyps wird die Kanzlerin ungünstig dargestellt, indem ihr Porträt von anderen Bild- oder Textmotiven abgedeckt ist. Und dieses Porträt zeigt die rechte Hälfte ihrer Körperseite und bedeckt lediglich das rechte Drittel im Bild, also nur einen Bildausschnitt. Es erscheint so, als wendete sie sich in Richtung rechts, vom zentralen Motiv und dem damit verbundenen Sinnbild einer Gefahr also ab. Die montierte dunkle Wolkenmasse gilt als eine etablierte Bildformel in Bezug auf die Verbildlichung von politischer und sozialer Unruhe. Tanja Wessolowski zufolge sind bei der visuellen Wiedergabe von Unwettern immer die zeitgenössischen Geschehnisse in der Politik einzubeziehen (vgl. Wessolowski, 2011, S. 186). Beispielsweise repräsentiert der Landschaftsmaler Carl Rottmann in seiner Malerei „Marathon“ von 1848 den verwüsteten Sturm mit dunklen Wolkenballungen im Schlachtfeld von Marathon (Abb. 71). Dieses Bild versinnbildlicht die soziale Unruhe 1848 in München, wo nach der Französischen Revolution der Juli-Aufstand und die Studentenbewegungen die sozialpolitische Lage in Deutschland angespannt hatten (vgl. Warnke, 1992b, S. 144; Wessolowski, 2011, S. 186). Insofern sind die dichten Wolkenmassen im thematischen Kontext der AfD ein Sinnbild die genannte Migrationskrise. Die dargestellte Gewitterstimmung projiziert die Angst des nationalen Volkes vor der ausländischen Kriminalität und dem islamistischen Terrorismus. In diesem Sinne wird die Kanzlerin Angela Merkel durch den Bildtyp der „negativen Personendarstellung“ als Verursacherin für diese krisenhafte Lage visualisiert.

Darüber hinaus lassen sich beim Facebook-Bild der AfD vom 15. Januar 2019 der vordefinierte Bildtyp „Geldverschwendung“ und der neue Bildtyp „Staatsschiff“ identifizieren. Das Bildmotiv besteht in einem aus Geldscheinen gefalteten Papierschiff (s. Abb. 72). Dieses Papierschiff ist auf dem ganzen Bild platziert, dadurch erscheint es ziemlich groß. Links oben ist der Untertitel „Unfassbarer Negativ-Rekord für 2018“ in weißer Schrift auf roten Hintergrund zu lesen. Darunter steht der Titel in weißer Schrift „Kindergeld ins Ausland: Wir blechten über 400 Millionen Euro!“



Abbildung 72: Facebook-Bild der AfD: Unfassbarer Negativ-Rekord für 2018: Kindergeld ins Ausland: Wir blechten über 400 Millionen Euro! (15. Jan. 2019). Quelle: <https://www.facebook.com/540404695989874/posts/2230321900331470/> Zugriff: 21. Jul. 2019

Im Kontext des Bild-Beitrags werden die mit der Immigration verbundenen Kosten für die Sozialsysteme Deutschlands thematisiert. Konkret berichtet die AfD (vgl. 2019j) im Begleittext davon, dass die deutschen Behörden im Jahr 2018 das Kindergeld in Höhe von über 400 Millionen Euro ins Ausland überwiesen hätten. Dazu stellt die AfD am Ende des Textes den Rezipienten die Frage, „Sind Sie bereit, weiterhin Millionen ins Ausland zu transferieren, wo hierzulande schon über zwei Millionen Kinder in Armut leben?“ (ebd.). Im thematischen Zusammenhang mit der Verschwendung von Steuergeldern ist der vordefinierte Bildtyp „Geldverschwendung“ auszumachen. Im Vergleich dazu ist das abgebildete gefaltete Papierschiff der Hauptträger der Bedeutung des AfD-Bildes. Das Schiff wird in der ikonographischen Tradition als bildliche und sprachliche Metapher zur Repräsentation des Staates verwendet. Beispielsweise spricht Henry Wadsworth Longfellow im Jahr 1849 in seinem Gedicht „The Building auf the Ship“ davon, das amerikanische Staatsschiff zu bauen. Und dutzende Karikaturisten hatten bis ins 21. Jahrhundert die klassische kritische Karikatur „Dropping the pilot“ 1890 als Vorlage für weitere Kreationen benutzt. Diese Karikatur beschreibt, dass Otto von Bismarck unter dem wachsamen Auge von Kaiser Wilhelm II. das Schiff verließ. Dies ist eine metaphorische Darstellungsform für den vom Kaiser erzwungenen Rücktritt Bismarcks als Reichskanzler. Darüber hinaus dient die Abbildung eines Segelschiffs auf einer Reise im Plakat der CDU für die Landtagswahl in Schleswig-Holstein vom 20. April 1947 als Symbol für den Staat (vgl. Brassat, 2011, S. 53; Burke, 2003, S. 69; Leibfried; Gaines & Frisina, 2009, S. 391). In der Metapher des Staatsschiffes fungieren die Regierenden bzw. die Politiker als Steuermänner. Und der Zusammenbruch des Staatsschiffes weist auf die Unfähigkeit bzw. die Schuld der Politiker hin. Wie Vera Wolff klärt, lässt sich das Wort Regieren aus dem lateinischen „regere“ (steuern) ableiten. Das Staatsschiff gewährt den Bürgern Schutz und rechtliche Ordnung. Das Schiffswrack und die damit verbundene Gefahr

für das Gemeinwesen hingegen sind als politische Steuerungslosigkeit und als Inkompetenz der Politiker zu verstehen (vgl. Wolff, 2011, S. 326f.).

In diesem Zusammenhang steht das mittig im AfD-Bild dargestellte Papierschiff aus Geldscheinen für Deutschland bzw. für das Sozialversicherungssystem dieses Staates. Denn das Papier hat kaum Bestand in Wasser, es geht unter. Dadurch wird dem Betrachter suggeriert, dass die Überweisung des Kindergelds ins Ausland bzw. die Sozialleistungen für Ausländer das Sozialversicherungssystem Deutschlands in Gefahr bringen werde. Außerdem assoziiert das gefaltete Schiff ein Kinderspielzeug, ein Symbol für Wunschdenken und Verträumtheit. In diesem Sinne impliziert das gefaltete Papierschiff die Naivität und die Realitätsfremdheit der Politiker, die der humanitären Werte zuliebe den Wohlstand zuungunsten der heimischen Bevölkerung, insbesondere auch zuungunsten des Wohls der deutschen Kinder umverteilt. Insofern werden die politischen Eliten durch das Bild von der AfD als Verantwortliche für das ins Ausland abwandernde und binnenökonomisch verlorene Geld kritisiert, wodurch sie die Sozialsysteme Deutschlands ins Wanken brächten.

Resümierend lässt sich feststellen, dass das Stereotyp der Eliten als Verursacher für die genannten sozialen Probleme infolge der Zuwanderung, also für die angebliche Gefährdung der inneren Sicherheit, für Belastung der Sozialsysteme, für die illegale Einwanderung und die damit nicht zuletzt verbundene Unterwanderung der deutschen Kultur strategisch visualisiert wird. Dafür werden der Bildtyp der „negativen Personendarstellung“ in Verbindung mit anderen textuellen und visuellen Elementen, die Kombination des Bildtyps „Geldverschwendung“ und des Bildtyps „Staatsschiff“ sowie der nachcodierte Bildtyp „Politische Sturmflut“ (vgl. Kap. 6.2) instrumentalisiert. Das visuelle Stereotyp der Eliten als Sündenbock spiegelt die rechtspopulistische Ideologie des Anti-Elitismus der AfD.

7.5 Die Fremden als Konkurrenten und als Stigmaträger

Im zuvor herausgearbeiteten Grundmuster „Ressourcenkonflikt“ werden Fremdgruppen als Konkurrenten der Wir-Gruppe um Ressourcen charakterisiert, wobei ein Nullsummend Denken im Kern aufscheint, dass der Gewinn der Fremdgruppe dem Verlust der eigenen Gruppe entspricht (vgl. Kap. 3.2). Auf dieser Grundlage soll nachfolgend vor allem geklärt werden, inwieweit das Stereotyp der Immigranten und Asylbewerber als Konkurrenten des nationalen Volkes um Ressourcen aus den Sozialsystemen durch den Bildtyp „Der Zustrom von Geflüchteten“ veranschaulicht wird. Außerdem wird im zuvor entwickelten Grundmuster „Stigmatisierung“ geklärt, dass das Stigma aus einer negativen Diskrepanz zwischen der aktuellen und virtualen Identität besteht (vgl. Kap. 3.2). Die aktuelle Identität konstituiert sich

aus den Eigenschaften, über die eine Person in Wirklichkeit verfügt. Und mit der virtualen Identität sind die Eigenschaften gemeint, die der normativen Erwartungen von anderen in der sozialen Interaktion entsprechen. Anhand des Grundmusters „Stigmatisierung“ soll in diesem Abschnitt erläutert werden, inwiefern das Stereotyp der Asylbewerber als Normbrecher bzw. als Asylbetrüger und illegale Einwanderer durch die Bildtypen „Der Zustrom von Geflüchteten“ und „Kriminelle“ veranschaulicht wird.

Zuerst stellt der Bildtyp „Zustrom von Geflüchteten“ die Einwanderer qua dem Bildmotiv der Menschenmasse unter dem codierten Thema „Wohlfahrtssystem“ als bedrohlicher, ungewollter und unkontrollierter Ansturm auf die Sozialsysteme dar. Die Zugewanderten beanspruchten nämlich finanzielle Hilfe aus dem Wohlfahrtssystem, die der Staat den einheimischen Bedürftigen zur Verfügung stellt bzw. stellen müsste. Als eine Variante der Massenbilder visualisiert das Bildmotiv des überfüllten Flüchtlingsschiffs die Parole „Das Boot ist voll“ der rechtsextremen Partei „Republikaner“ vor der Bürgerschaftswahl in Hamburg 1991. Diese Parole ist ein metaphorischer Ausdruck dafür, dass die Belastungsgrenze der Wohlfahrtssysteme erreicht sei. Dabei wird die finanzielle Hilfe für die Neuankömmlinge als unmittelbarer monetärer Verlust für die einheimischen Bedürftigen angesehen, was dem Nullsummendenden im „Ressourcenkonflikt“ entspricht. Das Bildbeispiel vom 8. August 2016 zeigt eine Menschenmasse auf einer Autobahn in einem kühlen Blauton und in Fotoqualität (s. Abb. 73). Im Begleittext behauptet die AfD, dass viele Migranten aus Rumänien und Bulgarien nach Deutschland zögen, um dort von Hartz IV zu leben (vgl. AfD, 2016d). In diesem Zusammenhang werden die Geflüchteten nicht als Individuen, sondern als schiere Masse von Armen repräsentiert, wobei kein Gesicht erkennbar ist. Diese anonyme Darstellungsweise führt zur Verfremdung, indem kein Mitgefühl gegenüber den geflüchteten Mitmenschen geschürt werden soll. Und durch den kühlen Farbton wird die Distanzierung des Betrachters ihnen gegenüber noch erhöht. Anders als die Gastarbeiter in den 1970er Jahren in der Bundesrepublik, die mehrheitlich als Bereicherung für den wirtschaftlichen Aufbau angesehen wurden, sei der unkontrollierbare Ansturm von Armutszuwanderern aus Osteuropa nur Bedrohung für die wohlfahrtsstaatliche Ordnung im Land. Die Darstellung dieses Ansturms in Form der Fotografie vermittelt gleichzeitig einen Eindruck von Authentizität, dass diese Bedrohung real sei oder näher rücke.



Abbildung 73: Facebook-Bild der AfD: *EU-Armutseinwanderung: Der deutsche Steuerzahler ist der Dumme.* (08. Aug. 2016). Quelle: https://www.facebook.com/540404695989874/posts/1199516096745394/?substory_index=0 Zugriff: 21. Jul. 2019



Abbildung 74: Facebook-Bild der AfD: *90.000 Sozialhilfeempfänger monatlich mit Ziel Deutschland?* (08. Mai. 2017). Quelle: https://www.facebook.com/540404695989874/posts/1487832147913786/?substory_index=0 Zugriff: 21. Jul. 2019

Zudem werden die Zuwanderer durch den Bildtyp „Der Zustrom von Geflüchteten“ im thematischen Zusammenhang der illegalen Einwanderung nicht als vor Krieg geflohene Hilfsbedürftige, sondern im Gegenteil als Asylbetrüger und als Bedrohung für die innere gesetzliche Ordnung veranschaulicht. Durch das Bildmotiv der anonymisierten und verschwommenen Menschenmasse werden sie nämlich als auf der Außenseite der Grenze stehende, aggressiv Einlass fordernde Unbekannte stigmatisiert. Und das Bildmotiv der Flüchtlingsschiffe als Variation der Massenbilder lässt sich unmittelbar mit den allgemein verfeimten Schlepper- und Schleuserbanden assoziieren. Beispielsweise veröffentlichte die AfD am 8. Mai 2017 ein Bildbeitrag auf Facebook, der ein überfülltes Schnellboot auf dem Meer in Form einer Fotografie zeigt. Der Ton dieses Bildmotives ist leicht rot (s. Abb. 74). Im Begleittext wird davon berichtet (2017a), dass derzeit monatlich ungefähr 90.000 Migranten mithilfe von Hilfsorganisationen und Frontex durch das Mittelmeer nach Europa bzw. nach Deutschland kämen. In diesem Zusammenhang fordert die AfD, „illegale Grenzübertritte zu verhindern“ (ebd.). Das fotografisch abgebildete überfüllte Schnellboot liefert die angebliche Beweiskraft für die illegale Grenzüberschreitung. Dabei werden die Geschleusten als Teile einer kaum oder gar nicht zu trennenden Masse von Geflüchteten repräsentiert, die überwiegend männlich und damit nach bestehenden Vorurteilen potenziell als kriminell-gefährlich einzustufen sei. Die fehlende individuelle Identifikation impliziert noch den Mangel ihrer Daseinsberechtigung als Asylbewerber. Durch die roten Farbtöne werden die massenhaft Geschleusten ins Unrealistische verfremdet, was ein Gefühl der Distanzierung zum Ausdruck bringt. So werden die Asylsuchenden pauschal als illegal Eingereiste und potenzielle Gesetzesbrecher auf der Bildebene stigmatisiert.

Darüber hinaus stellt der Bildtyp „Kriminelle“ Gesetzesbrecher dar. Im thematischen Zusammenhang mit der illegalen Einwanderung und Asylbetrug werden die Zuwanderer und Asylbewerber durch diesen Bildtyp als Bedrohung für die gesetzliche Ordnung im Land visuell repräsentiert.



Abbildung 75: Facebook-Bild von der AfD: Polizisten suchen Schutz vor „Schutzsuchendem“! (08. Mai. 2018).
Quelle: https://www.facebook.com/540404695989874/posts/1872140292816301/?substory_index=0 Zugriff: 21. 07. 2019

Das von der AfD am 8. Mai 2018 gepostete Beispielbild zeigt in Form einer Fotografie einen Polizisten in Uniform und einen Streifenwagen vor einer Fassade eines Gebäudes (s. Abb. 75). Im Vordergrund ist der Titel zu sehen: „Soweit ist es schon gekommen! Polizisten suchen Schutz vor ‚Schutzsuchendem‘!“ Im Begleittext wird davon berichtet, dass ein illegal eingereister Nigerianer die Abschiebung ablehne und beim nächsten Abschiebungsversuch drei Polizisten in Baden-Württemberg verletzt hätte (vgl. AfD, 2018i). In diesem thematischen Zusammenhang ist die Abbildung des Polizisten im Dienst typisch für den Bildtyp „Kriminelle“. Der Polizist stellt sich als Helfer des nationalen Volks gegen die illegale Einwanderung bzw. als Schützer der öffentlichen Ordnung dar. Im Bild der AfD wird er jedoch neben einem Streifenwagen mit dem Gesicht zum Fahrzeug gezeigt. Im Zusammenspiel mit dem Titel wird nahegelegt, dass er sich hinter seinem Fahrzeug versteckt, um „Schutz vor dem erwähnten ‚Schutzsuchenden‘“ zu suchen, statt als Beschützer der gesellschaftlichen Ordnung aktiv zu agieren. Dadurch wird der „Schutzsuchende“ bzw. der angesprochene Nigerianer als nicht leicht zu beseitigende Gefahr für die öffentliche Ordnung denunziert. Und die fotografische Form des Bildes dient als Information über den Tatort, was ein Beweis für die von der AfD propagierte Schlussfolgerung sein soll.

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass die AfD sich des Bildtyps „Der Zustrom von Geflüchteten“ bedient, um das kognitive Stereotyp der Zuwanderer in einem Konkurrenzkampf mit dem nationalen Volk um Zuwendungen aus den Sozialsystemen visuell zu repräsentieren. Darüber hinaus werden die Asylbewerber und die Zuwanderer durch die Bildtypen „Der

Zustrom von Geflüchteten“, „Kriminelle“ und die nachcodierten Bildtypen „Schwarzer als Gifthändler“ sowie „Pinocchio“ (vgl. Kap. 6.2) nicht gemäß der allgemeinen normativen Erwartung als schutzbedürftig, sondern als Bedrohung für die rechtliche Ordnung auf der Bildebene stigmatisiert. Insgesamt bestätigt die visuelle Repräsentation der Stereotype der Immigranten und Asylbewerber als Konkurrenten und Stigmaträger die rechtspopulistische Ideologie einer Feindseligkeit gegenüber den Fremden.

7.6 Die Fremden als physische und kulturelle Bedrohung

Nachfolgend geht es darum, die Verbildlichung der Fremdsterotype in den schon vorher ausgearbeiteten Grundmustern „Physische Bedrohung“ und „Kulturelle Ausgrenzung“ näher zu erläutern. Das Modell „Physische Bedrohung“ besagt, dass Fremdgruppen das physische Wohlbefinden der Wir-Gruppe beeinträchtigen. Und das Grundmuster der „Kulturellen Ausgrenzung“ sieht im Kern vor, Fremdgruppen als Bedrohung für das Wertesystem der Wir-Gruppe zu betrachten, indem die kulturellen Unterscheide und die negativen Eigenschaften bzw. Werte der Fremdgruppen veranschaulicht werden. Insofern werden konkret die Fragen angesprochen, inwiefern die Stereotype der Zuwanderer und der Muslime als physische und kulturelle Bedrohung für das nationale Volk durch die Bildtypen „Der gewalttätige Fremde“, „Kriminelle“ und „Islam als kulturell andersartig und politisch radikal“ visualisiert werden. Und inwiefern wird die Zweierkombination aus dem Bildtyp „Islam als kulturell andersartig und politisch radikal“ mit dem neuen Bildtyp „Bombenturban“ zur Veranschaulichung dieser Fremdsterotype eingesetzt?

Vor allem besteht der Bildtyp „Kriminelle“, wie bereits definiert, aus drei Bildmotivgruppen. Erstens führt das Schattenmann-Symbol auf die NS-Propaganda zurück, wobei ein undefinierbarer Feind veranschaulicht wird. Zweitens zeigt sich das Bildmotiv „Kapuzenmann“ prototypisch in der Abbildung der maskierten Terroristen. Drittens stellt das Bildmotiv „Schutzmann gegen Gefährdete“ den Polizisten als Beschützer des Volkes gegen Kriminelle dar. Im Zusammenhang mit den codierten Themen der AfD in Bezug auf die Ausländerkriminalität und den islamistischen Terrorismus bleiben die Gesichter der Gefährder im Bildtyp „Kriminelle“ anonym. Die Anonymität könnte bei den Betrachtern Angst vor einer ungeheuren, gesichtslosen Bedrohung auszulösen. Dadurch wird eine latente schwere Gefahr der Gesamtgemeinschaft der Einwanderer und der Muslime für das physische Wohlbefinden der Einheimischen transportiert. Beispielsweise veröffentlichte die AfD am 13. Juni 2018 ein Bild, das einen Schattenumriss von einer Menschengruppe vor dem Hintergrund eines strahlend blau-grünen Himmels zeigt (s. Abb. 76). Im Begleittext des Bildbeitrags wird die Behauptung

aufgestellt, dass im April acht jugendliche Migranten aus dem EU-Ausland eine 13-jährige Schülerin in einem Waldstück belästigt und vergewaltigt hätten. Zwei Monate nach diesem Vorfall befänden sich zwei Angreifer immer noch auf der Flucht. Unsere Frauen und Kinder seien nirgendwo sicher, so die AfD (vgl. AfD, 2018a). Die schattenhafte Darstellung stellt die Vergewaltiger als gesichtslose und ungeheurere Bedrohung für die Einheimischen dar. Die visuelle Repräsentation der Schattenmänner könnte Bedrohungsphantasien und eigene Angst bei den Betrachtern auslösen. Mithilfe des hellen blau-grünen Farbtons wird die Umgebung verfremdet, was wiederum die Angst vor dem Zukünftigen und Ungewissen noch verstärken könnten. Und durch die Anonymität werden nicht nur die genannten jungen Migranten als Feind für die Einheimischen diffamiert, sondern Misstrauen gegenüber einer gesamten Volksgruppe der Immigranten geschürt.



Abbildung 76: Facebook-Bild der AfD: 8 Migranten fallen über 13-Jährige her! (13. Jun. 2018). Quelle: https://www.facebook.com/540404695989874/posts/1910641298966200/?substory_index=0 Zugriff: 21.07.2019



Abbildung 77: Facebook-Bild von der AfD: Verfassungsschutz entlarvt politisches Totalversagen! (20. Aug. 2018). Quelle: https://www.facebook.com/540404695989874/post/s/1933716319992031/?substory_index=0 Zugriff: 21.07.2019.

Zudem dient der Bildtyp „Der gewalttätige Fremde“ zur Konstruktion der Drohbilder der Juden und der Türken im christlich-europäischen kulturellen Gedächtnis. Unter den häufig von der AfD akzentuierten Themen „Ausländerkriminalität“ und „islamischer Terrorismus“ deutet dieser Bildtyp die Brutalität und die kriminelle Energie der Immigranten und Muslime allgemein an. Dadurch werden sie als physische Gefahr für die Einheimischen dargestellt. Als Beispiel dient das von der AfD am 20. August 2018 veröffentlichte Bild, das eine Hand mit einer Pistole zeigt (Abb. 77). Diese Pistole richtet sich auf die spazierende Menschenmenge. Und das ganze Bildmotiv ist mit einem gräulichen Farbton durchzogen. Im Vordergrund ist der Titel zu sehen: „Wir wissen nicht, wer eingereist ist: Verfassungsschutz entlarvt politisches Totalversagen!“ Im Begleittext behauptet die AfD, dass 80 Prozent der Asylsuchenden wegen der fehlenden Ausweispapiere nicht identifizierbar seien. Viele davon seien mit einem Auftrag vom Islamischen Staat nach Deutschland gekommen (vgl. AfD, 2018o). Das AfD-Bild stellt

die direkte Begegnung dieses Gefährders mit normalen Bürgern bzw. hier: mit den Passanten im Freien dar. So wird der Tatort wiederhergestellt bzw. inszeniert, wobei die Pistole als Nachweis für das Verbrechen der islamistischen Terroristen fungieren. In wechselseitigem Zusammenspiel mit dem Titel „Wir wissen nicht, wer eingereist ist“ impliziert die Pistole die vom Islamischen Staat ausgehende potenzielle Gefahr, die sich auch durch seine Mittelsleute auf Westeuropa erstreckt, wodurch wiederum ein generelles Drohbild der Asylsuchenden visuell repräsentiert wird. Und durch den trüben Farbton werden ihre Rücksichtslosigkeit und Grausamkeit akzentuiert.

Drittens zerfällt der Bildtyp „Islam als kulturell andersartig und politisch radikal“ in zwei Bildmotivgruppen, nämlich einerseits dadurch, dass die Kleidungsstücke der Muslime wie Kopftuch und Turban visualisiert werden, andererseits durch die Präsentation von islamischen Gebäuden wie Moscheen und Minaretten. Unter dem Thema des „islamischen Terrorismus“ verweist das Bildmotiv der Verschleierung auf die Gefahr einer Selbstmordattentäterin. Der Turban gilt insbesondere nach den Terroranschlägen am 11. September 2001 als Sinnbild des Bösen bzw. für islamistische Terroristen im Westen. Und die raketenähnlichen Minarette verweisen auf die latente Bedrohung der einheimischen Bevölkerung durch terroristische Anschläge von Seiten des radikalen Islams (vgl. Elliott, 2003, S. 52f.; Scarvaglieri, 2018, S. 337). Insofern werden die Muslime durch den Bildtyp „Islam als kulturell andersartig und politisch radikal“ pauschal mit islamistischen gewalttätigen Fanatikern gleichgesetzt.

Das Bildbeispiel vom 13. April 2018 stellt zehn Reihen und acht Spalten gleicher Karikatur-Figuren mit einem weißen Gewand, einem dunklen Vollbart und einem Turban dar (s. Abb. 78). Im Begleittext berichtet die AfD darüber, dass derzeit in Deutschland 799 Dschihadisten unter den eingewanderten Flüchtlingen identifiziert würden. Aber nur zehn von ihnen seien ausgewiesen worden. Insbesondere entwickle sich Bayern zum Paradies für islamistische Terroristen (vgl. AfD, 2018e). In diesem Sinne steht jede der gleich gezeichneten Figuren, wie die Anmerkung im Bild darunter besagt, für zehn Dschihadisten. Mit der durchgestrichenen Figur wird also das Verhältnis illustriert, dass zehn von ca. 800 identifizierten Dschihadisten abgeschoben werden. Die Abbildung der gezeichneten Terroristenfiguren mit Turban ist geradezu ein Prototyp für den Bildtyp „Islam als kulturell andersartig und politisch radikal“. Der gezeichnete Turban und die traditionellen islamischen Kleidungsstücke werden als Sinnbild der Terroristen genutzt, wodurch die Muslime generell mit den genannten identifizierten Dschihadisten bzw. mit den Bösen in Verbindung gestellt werden. Gleichzeitig werden Muslime nicht als Individuen, sondern durch pauschale äußere

Merkmale bzw. ihre traditionelle Kleidung entmenschlicht repräsentiert. Die Reihen der Zeichentrickfiguren erinnern nämlich an Soldaten mit radikal islamistischer Gesinnung in Formation in einer Schlacht – eine fanatische muslimische Kriegsmaschine.



Abbildung 78: Facebook-Bild der AfD: Dschihadisten abschieben & Bevölkerung schützen! (13. Apr. 2018).
Quelle:
https://www.facebook.com/540404695989874/posts/1846735578690106/?substory_index=0 Zugriff: 21.07.2019



Abbildung 79: Facebook-Bild der AfD: Unterdrückung von Frauen wird völlig verharmlost! (01. Feb. 2019). Quelle:
<https://www.facebook.com/540404695989874/posts/2256103164420010/> Zugriff: 21.07.2019

Der Bildtyp „Islam als kulturell andersartig und politisch radikal“ macht außerdem mit Bildmotiven wie traditionellen Kleidungsstücken und religiösen Bräuchen im islamfeindlichen Kontext auf die kulturellen Unterschiede der Muslime zur deutschen Mehrheitsgesellschaft aufmerksam. Gleichzeitig werden sie durch diese Zeichen als rückständig, integrationsunfähig- und unwillig markiert. Wie bereits beim Konzept der symbolischen Bedrohung erläutert (vgl. Kap. 3.2), unterscheidet sich die Wir-Gruppe von der Fremdgruppe überwiegend durch jeweils untereinander geteilte Werte. Fremdgruppen werden exotische und negative kulturelle Werte zugeschrieben. Das Gefühl der kulturellen Unterschiede sowie die Abwertung gegenüber den Fremdgruppen verwandeln sich bei der Wir-Gruppe in ein bedrohliches Gefühl und eine feindselige Haltung. Unter den Bildern der AfD werden die kulturellen Unterschiede und die Rückständigkeit der Muslime durch den Bildtyp „Islam als kulturell andersartig und politisch radikal“ vermittelt, was die Muslime generell als Bedrohung für die kollektive Identität des nationalen Volkes kennzeichnet. Darüber hinaus gilt das Bildmotiv der Moscheen und Minarette im thematischen Zusammenhang mit der Islamfeindlichkeit als Sinnbild für eine kulturelle Veränderung Europas bzw. für seine kulturelle und religiöse Enteignung durch die islamischen Staaten. In diesem Sinne wird die kulturelle Bedrohung der islamischen Staaten für die nationale Volksgemeinschaft durch den Bildtyp „Islam als kulturell andersartig und politisch radikal“ im Zusammenhang mit dem von der AfD thematisierten „Kulturkrieg der Türkei“ veranschaulicht.

Beispielsweise postete die AfD am 01 Februar 2019 anlässlich des sogenannten „World Hijab Day“ ein Bild, in dem eine weinende Frau mit einem Kopftuch in einem Karikatur-Stil

porträtiert wird (s. Abb. 79). Im Hintergrund sind bunte Luftballons zu sehen. Das Bildmotiv wird mit dem Titel versehen, „Absurd – ‚World Hijab Day‘: Unterdrückung von Frauen wird völlig verharmlost“. Die AfD kritisiert diese Aktion, in der zum Tragen der Verschleierung ermutigt wird, und betrachtet die Verschleierung als ein „Zeichen der Unterdrückung von Frauen und [des] Abgesang[s] an jegliche Integration in die westliche Gesellschaft“ (AfD, 2019k). In diesem Kontext ist die abgebildete Frau im Kopftuch der Bildtyp-Kategorie „Islam als kulturell andersartig und politisch radikal“ prototypisch. Das Kopftuch dient als sichtbares Zeichen, um die kulturellen Unterschiede der Muslime zu veranschaulichen. Gleichzeitig symbolisiert das Kopftuch die Unfreiheit von Musliminnen. Die dargestellte weinende Frau unterstützt den Titel „Unterdrückung von Frauen“ auf der Bildebene. Der Kontrast aus bunten Luftballons, in den ihr Bild gesetzt ist, lässt sie sogar noch trauriger erscheinen. Bedingt durch den Karikatur-Stil lässt sich jedoch kein Gesicht dabei erkennen. Dies verhindert, dass sich der Betrachter in den konkreten Menschen, sein Leid und seine persönliche Geschichte einzufühlen vermag. Insofern beabsichtigte die AfD nicht, mit der Abbildung einer weinenden Frau Sympathie und Wohlwollen gegenüber Muslimen zu wecken, sondern ein sichtbares Zeichen für die Kategorie der Muslime zu schaffen, in dem die Bezeichnungen der kulturellen Unterschiede und der ideologischen Rückständigkeit verdichtet werden. Ziel einer solchen Darstellung dürfte sein, weiter zum Hass gegen die Symbole des Islams bzw. zur Diskriminierung gegen die Muslime aufzurufen.

Darüber hinaus dient noch ein von der AfD am 5. April 2018 auf Facebook veröffentlichtes Bild als einzelnes Beispiel für die Visualisierung des Stereotyps der Fremden als physische Bedrohung für das Wohlbefinden des nationalen Volkes. Dieses Bild besteht aus einer Kombination des vordefinierten Bildtyps „Islam als kulturell andersartig und politisch radikal“ und des neuen Bildtyps „Bombenturban“. Auf der Oberflächenstruktur des Bildes stellen sich zwei gleich gezeichnete Männer mit weißer Oberbekleidung und schwarzem Kragen und einer Kopfbedeckung dar (s. Abb. 80). Die zwei Kopfbedeckungen in unterschiedlicher Höhe werden mit Zahlen versehen. Die höhere Kopfbedeckung auf der rechten Seite ist mit einem Bündel von Bomben montiert. Im Hintergrund ist der Innenhof einer Moschee zu sehen. In der rechten Hälfte des Bildes steht der Titel: „Anzahl gefährlicher Islamisten in 5 Jahren verdoppelt: Nicht zählen – sondern abschieben!“



Abbildung 80: Facebook-Bild von der AfD: Anzahl gefährlicher Islamisten in 5 Jahren verdoppelt: Nicht zählen – sondern abschieben! (5. Apr. 2018). Quelle: https://www.facebook.com/540404695989874/posts/1837569809606683/?substory_index=0 Zugriff: 21. Jul. 2018



Abbildung 81: Mohammed-Karikatur von der Zeitung *Jyllands-Posten* (30. Sep. 2005). In: Schiffer & Gleißner, 2008, S. 751

Im Begleittext des Bildbeitrags berichtet die AfD (vgl. 2018c) von der verdoppelten Zahl der in Deutschland lebenden Salafisten. Insbesondere seien Hamburg und Berlin ihre Hochburgen. Jeder der dort lebenden islamischen Gläubigen zähle zu den potenziellen Terroristen. Die AfD nennt sie als „tickende Salafisten-Zeitbomben“ voller Hass auf die Grundwerte der westlichen Gesellschaft (ebd.). In diesem Zusammenhang lässt sich der Bildtyp „Islam als kulturell andersartig und politisch radikal“ identifizieren, wobei die gezeichneten Männer mit Turban auf islamische Terroristen hinweisen. Und die unterschiedliche Höhe ihrer Turbane ist als Säulendiagramm zu erfassen. Dieses Schaubild demonstriert den – vielleicht auch nur angeblichen – Anstieg der Zahl der Salafisten von 2013 bis 2018 um 100 Prozent. Die Darstellung des Turbans als Bombe ist eine Bildformel für fanatische Terroristen im muslimfeindlichen Kontext. Sabine Schiffer und Xenia Gleißner zufolge hat die dänische Zeitung *Jyllands-Posten* (JP) am 30. September 2005 in der Rubrik „KulturWochenende“ eine Karikatur von Kurt Westergaard veröffentlicht, in der der islamische Prophet Mohammed mit schwarzen Gesichtshaaren und einer angezündeten Lunte auf dem schwarzen Turban gezeichnet wird (s. Abb. 81). Nach der islamischen Weltansicht soll es keine Bildnisse von Mohammed geben. Die absichtliche Verletzung dieses Verbots weist darauf hin, dass der Islam mit den westlichen Werten wie der Meinungsfreiheit nicht vereinbar ist. Und in der Karikatur werden das islamische Symbol und das Symbol der Gewalt vereint, um die Muslime als fanatisch und verhandlungsunwürdig zu charakterisieren. In dieser Karikatur spiegelt sich die generelle Meinungstendenz der Zeitung JP in der Politik. Die Herausgeberin dieser Zeitung ist Merete Eldrup, Ehefrau von Anders Eldrup, dem seit 2006 amtierenden Chief Executive Officer (CEO) des größten Energiekonzerns in Dänemark, *Ørsted*. Dieses Ehepaar unterstützt den islamfeindlichen und antiarabischen außenpolitischen Kurs der dänischen Regierung und die Beteiligung Dänemarks am Krieg in Irak (vgl. Schiffer & Gleißner, 2008, S. 752f.).

Durch die Kombination des Bildtyps „Islam als kulturell andersartig und politisch radikal“ mit dem Bildtyp „Bombenturban“ werden die Muslime als fanatische, rückständige und gewaltbereite homogene Gruppe visualisiert. Darüber hinaus verbessert die Visualisierung von Daten in Form eines Histogramms die Lesbarkeit von Inhalten. Und durch die unterschiedliche Höhe der gezeichneten Turbane schafft Evidenz für die wachsende Gefährlichkeit der in Deutschland lebenden Muslime. Wibke Weber zufolge macht die Datenvisualisierung via Diagramm die Aussage authentisch. Denn die diagrammatischen Formen verweisen auf Wissenschaftlichkeit und Exaktheit bei der Konsultation der Quellen, was die Objektivität und die Vertrauenswürdigkeit der gemachten Aussage impliziert. Obwohl die Evidenz dieser Aussage trügerisch sein kann, indem die Daten gefälscht werden (vgl. Weber, 2019, S. 341). Insofern vermittelt das Säulendiagramm der Bombenturbane die Zuverlässigkeit der Behauptung der AfD, dass es mehr gefährliche Muslime gebe.

Resümierend lässt sich festhalten, dass die Bildstrategien der AfD im Zusammenhang mit der Visualisierung der kognitiven Stereotype die Fremden als physische und als symbolische Bedrohung für das nationale Volk darzustellen versuchen, wobei die Visualisierung der rechtspopulistischen Ideologie der Fremdenfeindlichkeit deutlich zu erkennen ist. Die Bildtypen „Der gewalttätige Fremde“, „Kriminelle“, „Islam als kulturell andersartig und politisch radikal“ und „Bombenturban“ dienen dazu, Drohbilder der Asylbewerber, Immigranten und Muslime visuell zu konstruieren. Und der Bildtyp „Islam als kulturell andersartig und politisch radikal“ stellt noch die kulturellen Unterschiede, die Rückständigkeit und daher eine lebensweltliche Bedrohung durch die Muslime zur Schau. Außerdem visualisiert der nachcodierte Bildtyp „Die wachenden Augen von oben“ die Diktatur des türkischen Präsidenten Recep Tayyip Erdogan und sein Bespitzeln durch das Netzwerk der Imame in Deutschland (vgl. Kap. 6.2). Dies rückt die Türkei in den Augen der AfD in die Ecke eines islamistisch-demokratiefeindlichen Staates, der eine politische wie kulturelle Bedrohung für das freizügige Leben in Europa darstellt.

In der folgenden Tabelle werden die kognitiven rechtspopulistischen Stereotype und ihre entsprechenden visuellen Repräsentationen zusammengefasst. Dabei ergibt sich ein Überblick über die strategisch eingesetzten Bildtypen und die damit einhergehenden Kombinationen von Bildtypen sowie ihre Häufigkeitsverteilungen.

Rechtspo. Gruppen	Kognitive Stereotype	Bildtypen (Visuelle Stereotype)	Vorkommen (%) ²⁴
Das nationale Volk	Überlegenes Kollektiv	„Flagge des kischen Kollektivs“	9,1
		„Denkmäler der ewigen Nation“	3,3
		„Souveräne Volksmenge“	1,1
		„Aufstand“	Einzelbild
	Kollektiv Benachteiligte	„Armut“	5,5
		„Flagge des kischen Kollektivs“	2,5
	Physischer Opfer	„Gewaltopfer“	8,6
		„Flagge des kischen Kollektivs“	2,5
„Gewaltopfer“ & „Affekte“		Einzelbild	
Die Eliten	Stigmaträger	„Geldverschwendung“	9,1
		„Negative Personendarstellung“	8,5
		„Totschweigen“	2,0
		„Negative Personendarstellung“ & „Korruptionsgeld“	Einzelbild
		„Drohende Hand“	Einzelbild
	Sündenbock	„Negative Personendarstellung“	6,5
		„Negative Personendarstellung“ & „Flagge des kischen Kollektivs“	Einzelbild
		Negative Personendarstellung & Gewitterwolke	Einzelbild
		„Geldverschwendung“ & „Staatsschiff“	Einzelbild
		„Politische Sturmflut“	Einzelbild
Fremde	Konkurrenten im Ressourcenkonflikt	„Der Zustrom von Geflüchteten“	2,3
		Stigmaträger	„Der Zustrom von Geflüchteten“
	Physische Bedrohung	„Kriminelle“	2,9
		„Schwarzer als Gifthändler“	Einzelbild
		„Pinocchio“	Einzelbild
		„Kriminelle“	12,0
		„Der gewalttätige Fremde	6,5
		„Islam als kulturell andersartig und politisch radikal“	Einzelbild
		„Islam als kulturell andersartig und politisch radikal“ & „Bombenturban“	Einzelbild
		Symbolische Bedrohung	„Islam als kulturell andersartig und politisch radikal“
	„Die wachenden Augen von oben“	Einzelbild	

Tabelle 9: Kognitive Stereotype und ihre entsprechenden Bildtypen im Untersuchungsmaterial. Quelle: Eigene Zusammenfassung

²⁴ Die 816-mal identifizierten Bildtypen-Kategorien ist das ganze Korpus der Auswertung. Die Werte rundeten sich auf erste Kommastelle.

8. Rechtspopulismus als geschaffene Wahrheit in Bildern

Die vorliegende Arbeit zielte darauf, die Visualisierung der rechtspopulistischen Ideologie als Kommunikationsstrategie der AfD in ihrer Kampagne zu untersuchen. Dass für dieses Ziel Ansätze aus der politikwissenschaftlichen Analyse des Rechtspopulismus mit sozialpsychologischen Stereotypenkonzepten und kommunikationswissenschaftlichen Analysemethoden zu visuellen Stereotypen verknüpft werden, ist der erarbeitete theoretische Fortschritt dieser Studie. Bei der theoretischen Entwicklung ging es zunächst um die Frage, was die rechtspopulistische Ideologie der AfD überhaupt ausmacht. Laut Frank Decker erfolgte der Aufstieg der AfD insbesondere vor dem Hintergrund der für einen Bevölkerungsteil sicht- und spürbaren Auswirkungen des Globalisierungsprozesses. Unter ökonomischen Aspekten spreizt sich die Schere zwischen Arm und Reich weiter. Mit der finanzwirtschaftlichen Krise und den Unterstützungsbemühungen um Griechenland und andere EU-Staaten kam es zu einer vielfach apostrophierten „Eurokrise“ bzw. „Euro-Schuldenkrise“ ab 2010. In kultureller Hinsicht steigt die Konfrontation der Einheimischen mit den Fremden und der Fremdkultur, insbesondere mit den Immigranten und dem Islam. Aus politischer Perspektive entsteht sowohl ein tatsächlicher als auch ein empfundener Souveränitäts- und Autonomieverlust des nationalen Staates. Und mit der Asylkrise in Deutschland 2015/2016 sind die sozialen Probleme und Veränderungen wie z. B. die Ausländerkriminalität, islamistischer Terrorismus, Infektionskrankheiten und der demografische Wandel stärker ins Zentrum öffentlicher Debatten gerückt (vgl. Decker, 2004, S. 201f., 225f.; 2006, S. 14). Die rechtspopulistische Ideologie ist eine Weltanschauung bzw. eine verzerrte Interpretation der genannten sozialen Realität, nach der sich das nationale Volk in einer doppelten Frontstellung gegenüber den Eliten einerseits sowie den Fremden andererseits befindet. Sie lässt sich in den Narrationen der Wahlkampfthemen der AfD, insbesondere der Streitfragen im Rahmen des Globalisierungsprozesses, widerfinden, wobei diese gegensätzlichen Gruppen mit jeweils konkreten negativen und bedrohlichen Eigenschaften charakterisiert werden.

Um die Visualisierung dieser rechtspopulistischen Ideologie zu untersuchen, wurden zwei Zugänge zu Stereotypenkonzepten eingeführt. Stereotype in sozialpsychologischer Betrachtung verstehen sich als kollektiv geteiltes Wissen über verallgemeinerte Eigenschaften bestimmter Menschengruppen. Die Verknüpfung der Analyse der rechtspopulistischen Ideologie der AfD mit den Stereotypenkonzepten führt auf den Gedanken zurück, dass diese Ideologie Stereotype der Wir-Gruppe und der Fremdgruppen entweder selbst hervorbringt, oder sie aber aus anderen Zusammenhängen entlehnt, um sie – manchmal umgewandelt – in ihrem eigenen Sinne zu betonen. Beide sind vordefinierte Bilder in davon beeinflussten menschlichen

Köpfen über die in einer Frontstellung gegenüber gestellten Menschengruppen. Vor allem in den inhaltlich wie meinungsbezogenen homogenen Kommunikationsumwelten sozialer Medien können diese Bilder verbreitet werden, sodass die rechtspopulistische Ideologie als Pseudoumwelt repräsentiert und eine „alternative Wahrheit“ verkündet, die von einem Teil der Rezipienten unkritisch wahrgenommen und akzeptiert wird. Nach der Vorstellung der für den Untersuchungsgegenstand zentralen Analysekategorie der Stereotype werden Konzepte aus der Sozialpsychologie ausgewählt, die zur Erklärung der Feindseligkeit zwischen den Menschengruppen dienen. Auf Basis der Stereotypenforschung und der sozialen Diskriminierung werden sieben Grundmuster der kognitiven Eigen- und ausgrenzenden Fremdsterotype entwickelt (vgl. Kap. 3.2).

(1) Selbsterhöhung. Die Wir-Gruppe wird beim Vergleich mit den Fremdgruppen aufgrund der selbst ausgewählten Eigenschaften als überlegen angesehen. (2) Relative Deprivation. Die Wir-Gruppe wird als Gemeinschaft der wirtschaftlich Benachteiligten bezeichnet. (3) Stigmatisierung. Fremdgruppen werden Stigmata bzw. negative Merkmale zugeschrieben. Solche Merkmale widersprechen den sozialen Normen. (4) Sündenbock. Fremdgruppen werden für soziale Probleme und für das Versagen der Wir-Gruppe verantwortlich gemacht. (5) Ressourcenkonflikt. Fremdgruppen werden als Konkurrenten der Wir-Gruppe um Ressourcen aus dem Sozialsystem angesehen, verbunden mit dem Nullsummendenden, wobei der Gewinn der Fremdgruppe dem Verlust der Wir-Gruppe entspricht. (6) Physische Bedrohung. Fremdgruppen sind als Bedrohung für das physische Wohlbefinden der Wir-Gruppe wahrzunehmen. (7) Kulturelle Ausgrenzung. Fremdgruppen gelten kulturell als andersartig und rückständig, und werden daher als Bedrohung für die eigene Kultur angesehen.

Die entwickelten sieben Grundmuster begründen ganz wesentlich die ideologische Konstruktion der Frontstellung der Menschengruppen. Im Folgenden wurde analysiert, wie die rechtspopulistische Stereotype des Dualismus aus nationalem Volk und seinen quasi schon „natürlichen“ Feinden, den Eliten und den Fremden jeweils anhand dieser Grundmuster visuell repräsentiert werden. Dafür wurde der Begriff des Stereotyps aus der kunsthistorischen bzw. der kommunikationswissenschaftlichen Perspektive erörtert. Was sich nach psychologischer Definition als Bilder im Kopf über die Eigenschaften bestimmter Menschengruppen definieren lässt, korrespondiert aus dem Blickwinkel der Kunstgeschichte, aber auch der Kommunikationswissenschaft mit der Tradierung visueller Ausdrucksformen bzw. der Darstellungskonvention als intersubjektive Sprache. Der Hamburger Kulturwissenschaftler und Kunsthistoriker Aby Warburg stellte zuerst einen Grundgedanken einer bildanalytischen

Methode vor, damit die Bedeutung der Kunstwerke anhand der konventionellen, formelhaften Bilder ausgedeutet werden können. Adam Panofsky (1991a, 1991b) hat dieses Konzept in ein Dreiebenen-Modell ausgebaut: Vor-ikonografische Beschreibung, ikonografische Analyse und ikonologische Interpretation. Martin Warnke hat die Anwendung dieser Methode auf nicht-künstlerische Bilder erweitert, indem er und seine Kollegen im Rahmen des Graduiertenkollegs „Politische Ikonographie“ über 300.000 formelhaften Bilder für die Analyse der visuellen politischen Kommunikation bearbeiteten (vgl. Müller, 2003, S. 211). In Verbindung mit den Konzepten der ikonografischen und ikonologischen Bildanalyse verstehen sich also die visuellen Stereotype als Bildtypen aus der politischen Ikonografie über verallgemeinerte Eigenschaften von Menschengruppen. Bildtypen lassen sich im Sinne Panofskys als konventionelle Darstellungsformen definieren, die mit bestimmten Aussagen verbunden sind.

Insofern ermöglicht die theoretische Entwicklung bzw. die Verknüpfung der politologischen Analyse des Rechtspopulismus mit den sozialpsychologischen Stereotypenkonzepten und der politischen Ikonografie, die Visualisierung der rechtspopulistischen Ideologie der AfD durch die Bildtypen zu untersuchen, die die zuvor entwickelten Grundmuster der kognitiven Eigen- und ausgrenzenden Fremdstereotype visuell repräsentieren. Daher wird anschließend ein Inventar von Bildtypen aus der vorliegenden Literatur erarbeitet, das diese Denkbilder auf die Bildebene übersetzt und ihnen so auch den Anschein einer konstruierten „Wahrheit“ gibt. Darin besteht der methodisch-konzeptionelle Fortschritt dieser Arbeit.

Die empirische Leistung dieser Studie liegt in einer themen-, ereignis- und kampagnenübergreifenden Erfassung der AfD-Propaganda. Als Untersuchungsmaterial wurden insgesamt 1682 Bildbeiträge auf der Facebook-Seite der AfD (auf Bundesebene) aus dem Zeitraum 1. Mai 2016, als ein umfassendes Grundsatzprogramm der AfD in Stuttgart beschlossen wurde, bis 21. Juli 2019, der aus Praktikabilitätsgründen selbst gezogenen Frist der Datenrecherche. Dieser umfangreiche Untersuchungszeitraum stellt die Analyse der Bildstrategien der AfD nämlich auf eine breite Grundlage. Für die empirische Analyse war die Frage leitend, mit welchen Bildtypen die rechtspopulistischen Eigen- und Fremdstereotype visuell repräsentiert werden. Zur Beantwortung dieser Frage wurden die Methode der Bildtypenanalyse und die Methode der politischen Ikonografie und Ikonologie eingesetzt. Weil der Bildtyp eine Schlüsselrolle für das Verständnis der Visualisierung des Rechtspopulismus spielt, wurde die quantitative Bildtypenanalyse als geeignet angesehen, durch die Codierung der vordefinierten Bildtypen die inhaltliche Struktur der AfD-Bildbeiträge freizulegen. Und mithilfe der Methode der politischen Ikonografie und Ikonologie ließ sich die visuelle

Repräsentation der rechtspopulistischen Ideologie im einzelnen Bild analysieren, das aus vordefinierten Bildtypen und anderen, neuen Bildtypen zusammengesetzt ist. Denn die Bildmontage aus mehreren Bildtypen lässt sich per se nicht durch die Codierung eines einzelnen Bildtyps erfassen, sondern ist allein durch eine eigens durchzuführende holistische Analyse zugänglich.

Vor der Bildtypenanalyse wurden die vordefinierten Bildtypen-Kategorien 816-mal ausgewählt. D. h. ungefähr die Hälfte der Facebook-Bildbeiträge der AfD wurde für die Visualisierung ihrer rechtspopulistischen Ideologie instrumentalisiert. Im Folgenden werden die wichtigsten Ergebnisse dieser Arbeit zusammengefasst. Sie gliedern sich in sechs Bildstrategien der AfD. Dabei werden die identifizierten Bildtypen selektiv herangezogen, um zu klären, inwieweit die rechtspopulistischen Narrationen der AfD durch die Visualisierung der in Abschnitt 3.2 herausgearbeiteten Grundmuster der kognitiven Eigen- und Fremdstereotype bestätigt werden.

(1) Die AfD bedient sich überwiegend nationaler Kollektivsymbole, nämlich der Bildtypen „Flagge des deutschen Kollektivs“, „Denkmäler der ewigen Nation“ und „souveräne Volksmenge“, um das kognitive Stereotyp des nationalen Volkes als überlegenes Kollektiv für die Bildebene zu übersetzen. Solche Symbole besitzen oft eine positive Konnotation, wenn sie zur Visualisierung mit Bezug auf das nationale Kollektiv verwendet werden, und genau dieses Ziel verfolgt die AfD auf der Bildebene: eine Repräsentanz ihrer kognitiven Stereotype. Dabei wird der Begriff der Nation im üblichen Sinne durch den rechtspopulistischen Begriff der Volksgemeinschaft, gegründet auf Ethnie, ersetzt. Konkret wird vor allem der Bildtyp „Flagge des deutschen Kollektivs“ dafür genutzt, um die Kollektivität der Volksgemeinschaft und ihre Abgrenzung gegenüber den Eliten und den Fremden zu akzentuieren. Und dieser Bildtyp dient zur Repräsentation der Identität der Gemeinschaft aus autochthonen Deutschen, die infolge ihrer Homogenität über einen höheren Status als die Eliten verfüge und der demzufolge eine größere Macht gegenüber den korrupten und privilegierten Eliten zukomme als es gegenwärtig der Fall ist. Die Identität der Volksgemeinschaft wird darüber hinaus ausschließlich mit positiven Werten und Tugenden assoziiert. Diese Werte und Kultur sei nicht nur „typisch deutsch“, sondern sie grenzen sich scharf in ihrer Überlegenheit von den kulturellen Praktiken und dem mentalitätsspezifischen Hintergrund der Asylbewerber und der Muslime ab.

Zudem fallen unter den Bildtyp „Denkmäler der ewigen Nation“ die Bildmotive der Architektur und Bildhauereien mit historischen Bezügen wie das Brandenburger Tor. Sie sind nationale Wahrzeichen und Träger einer positiven Erinnerung an die lange nationale Geschichte Deutschlands. Im thematischen Zusammenhang mit der Verletzung der nationalen

Interessen steht ein solches Symbol dafür, dass die nationalen Interessen vorrangig seien. Unter den Bildern der AfD wird der Bildtyp „Denkmäler der ewigen Nation“ für ihre Narration von der Verletzung der Interessen der ethnischen Volksgemeinschaft - nicht alle in Deutschland lebenden Bevölkerungsgruppen – durch die Fremden genutzt. Dabei weist dieser Bildtyp auf die Unantastbarkeit der Interessen der völkischen Gemeinschaft hin, und daher auch auf die eingeforderte Priorität in der Politik, allen Schaden von ihr abzuwenden. Dazu gehört, den Wohlstand vor den fremden Ländern und Völkern zu verteidigen, die Innere Sicherheit gegen die Ausländerkriminalität zu schützen, aber auch, viel allgemeiner, die Existenz der „deutschen Ethnie“ gegen die Vermischung mit den Einwanderern zu sichern und die nationale Kultur vor dem Islam bzw. vor dem Kulturkrieg der Türkei zu bewahren.

Ein weiterer Bildtyp, der der „souveränen Volksmenge“, war in der politischen Ikonografie ein Vehikel zur abstrakten Repräsentation des Volkes. Dieser Bildtyp zeigt im Bildmotiv einer Menschenmasse, die im Kontext als das vielbeschworene „nationale Volk“ und als Unterstützer der AfD zu identifizieren ist. Die anonyme, unidentifizierbare Form der einzelnen Subjekte in der Masse von abgebildeten Menschen dient dazu, der Volksgemeinschaft einen einheitlichen Willen zu unterstellen, der sich gegen den Machtmissbrauch der Eliten und gegen die dem Volk Schaden zufügende Flüchtlingspolitik richtete. Nach dem demokratischen Mehrheitsprinzip sei die Durchsetzung dieses Willens der Volksmasse geboten, da dieser Wille mit der Legitimität der verfassungsrechtlich garantierten Autorität des Souveräns verbunden sei.

(2) Das kognitive Stereotyp des nationalen Volkes als Opfer, nämlich einerseits als wirtschaftlich Benachteiligte und andererseits als Opfer physischer Bedrohung, wird sowohl auf der Gruppenebene als auch auf der individuellen Ebene visuell repräsentiert. Vor allem kann der Bildtyp „Flagge des völkischen Kollektivs“, wie bereits erklärt, das Volk der Nation abstrakt repräsentieren und seine Zugehörigkeit vermitteln. Die AfD bedient sich dieses Symbols im thematischen Zusammenhang mit der wirtschaftlichen Belastung und mit den durch die Einwanderung verursachten sozialen Problemen wie der Belastung der Sozialsysteme, der Kriminalität, dem Terrorismus, den Infektionskrankheiten und dem vermeintlich drohenden Aussterben des deutschen Volkes, um die Volksgemeinschaft als kollektives Opfer auf der Gruppenebene visuell zu repräsentieren, dessen Wohlstand und physische Sicherheit von den Eliten und den Fremden bedroht werde.

Zweitens stellt der Bildtyp „Armut“ auf der individuellen Ebene den materiellen Mangel des einzelnen Mitgliedes der Volksgemeinschaft zur Schau. Zu diesem Bildtyp gehört das Abbild der Alten, wobei der Verlust der Jugend und Kraft ein metaphorischer Ausdruck für den Wohlstandverlust ist. Prototypisch zählen noch die defensive Gestik und Körperhaltung wie

das Kauern, das Hocken und der leicht zur Seite gedrehte Körper zum Bildtyp „Armut“. Solche Abbilder erinnern an typische Motive der Bettlerdarstellung und implizieren daher die Bedürftigkeit. Darüber hinaus veranschaulicht das Bildmotiv der Lebensrealität der Bedürftigen, dem Bildtyp „Armut“ zugehörig, das Elend im Detail. Durch diesen Bildtyp werden also die Einzelschicksale der Bedürftigen inszeniert. Im Zusammenspiel mit den beigefügten Textzusätzen im Bild und den Begleittexten sind die dargestellten Bedürftigen als Mitglieder des nationalen Volkes identifizierbar. Ausgehend von der Botschaft des Textes wird ihr Schicksal als Folge der „unverantwortlichen Entscheidungen“ bzw. des Verrates durch die Eliten im Zuge einer so apostrophierten Armutseinwanderung angesehen. So erscheint die Inszenierung mit dem Bildtyp „Armut“ als eine visuelle Bestätigung dieser Deutung.

Drittens wird der Bildtyp „Gewaltopfer“ dafür genutzt, sowohl auf der Ebene der einzelnen Einheimischen als auch auf der Gruppenebene das nationale Volk als physisches Opfer der Fremden zu visualisieren. Dieser Bildtyp veranschaulicht jeweils nicht nur die weinenden und verletzten einheimischen Frauen und Kinder, sondern auch den Tatort mit Blutspuren, den Ambulanzwagen bzw. die Details mit Bezug auf die Kriminalfälle und die Rettung von Opfern. Dadurch werden ihr Leid, ihre Hilfslosigkeit und das daraus entstehende Trauma öffentlich thematisiert bzw. zumindest angedeutet. Gleichzeitig ist die Darstellung des verletzten weißen Frauenkörpers eine Metapher für die Bedrohung des völkischen Kollektivs. Und Frauen und Kinder sind Sinnbilder der schützenswerten, kleinsten Zelle des nationalen Volkes, nämlich der Familie. So wird eine von Gewalt betroffene, einheimische Einzelne mit dem nationalen Kollektiv als physisches Opfer gleichgesetzt. Darüber hinaus wird der Bildtyp „Gewaltopfer“ mit dem Bildtyp „Affekte“ kombiniert. Diese Bildmontage bringt durch das äußere Erscheinungsbild bzw. den offenen Mund eines schreienden Gewaltopfers die Angst und Ohnmacht des nationalen Volkes vor den gewalttätigen Fremden zum Ausdruck. Dies könnte, und so ist es auch beabsichtigt, im Betrachter die Unmittelbarkeit einer emotionalen Parteinahme und die Feindseligkeit gegenüber dem fremden Täter evozieren.

(3) Es lässt sich klar nachzeichnen, dass das Stereotyp der Eliten als Stigmaträger breite visuelle Repräsentation in den AfD-Bildern findet. Unterstellt wird die normative Erwartung von Seiten des nationalen Volkes an die Volksvertreter, seine Interessen besonders im Blick zu haben und die Demokratie und Gerechtigkeit zu verteidigen. Daran appelliert die AfD, um in ihren visuellen Arrangements den Mitgliedern der amtierenden Elite den Verrat an dieser berechtigten Erwartung vorzuwerfen. Vor allem werden überwiegend Beschuldigungen, nämlich der Verrat der nationalen Interessen und die Korruption jeweils durch die Bildtypen „Geldverschwendung“ und „Korruptionsgeld“ visuell repräsentiert. Die beiden Bildtypen

zeigen das Bildmotiv des Geldes. Das Geld ist ein Symbol im kollektiven Gedächtnis für einen Schatz. Zu den Themen wie einer als von der AfD zu hoch empfundenen Parteienfinanzierung, Steuerverschwendung und den zahlreichen politischen Beschlüssen und Projekten der Eliten als wirtschaftliche Belastung für die deutschen Steuerzahler assoziiert dieses Symbol die Veruntreuung des Staatsschatzes bzw. der von dem „fleißigen Volk“ geleisteten staatlichen Steuereinnahmen. Im Vergleich dazu steht das Geld vor dem thematischen Hintergrund des Lobbyismus für die Bestechungsgelder aus den großen Unternehmen zur persönlichen Bereicherung der Politiker und vermittelt daher die mangelnde moralische Integrität der Eliten. Zudem lässt sich die Meinungsdictatur durch den Bildtyp „Totschweigen“ visualisieren. Dieser Bildtyp besteht aus dem Bildmotiv eines zugehaltenen Mundes. Diese Geste, jemandem den Mund zuzuhalten, um ihn am Sprechen zu hindern, ist mit thematischem Bezug auf das Meinungsmonopol der Eliten eine Metapher für die Unterdrückung der Rede- und Pressefreiheit.

Außerdem wird das Stereotyp der Eliten als Stigmaträger durch ein negatives äußeres Erscheinungsbild der meist vom Betrachter leicht zu identifizierenden Spitzenpolitiker visuell repräsentiert. Dafür wird der Bildtyp der „negativen Personendarstellung“ eingesetzt. Zu diesem Bildtyp zählen Bildmotive (a) nonverbaler Körpersprache, also Gestik, Blickverhalten und Mimik sowie (b) technischer Darstellungsmittel. Diese Bildmotive der Gruppe (a) sind genetisch bedingte Ausdrücke negativer Emotionen oder unbewusste Reaktionen der Menschen auf ungünstige Situationen wie z. B. Unterlegenheit, Unsicherheit, Verlegenheit usw. Diese Körpersprache stellt ein negatives Erscheinungsbild der Eliten dar. Die technischen Darstellungsmittel der Bildmotivgruppe (b) umfassen die räumliche Relation der Bildmotive in einer Montage zueinander, die Qualität eines Porträts in einer Bildmontage und die sogenannte inkonsistente Kommunikation, wobei eine positive Körpersprache eines Vertreters der Elite im thematischen Zusammenhang mit der konkreten Thematisierung von Verrat und Machtmissbrauch auf Seiten der Eliten allgemein den Eindruck von Selbstgefälligkeit und Ignoranz gegenüber den legitimen Interessen des Volkes vermitteln soll. Unter den Bildbeiträgen der AfD stellt also der Bildtyp der „negativen Personendarstellung“ ein negatives Erscheinungsbild der Eliten dar, das meistens einhergeht mit Unterstellungen wie Volksverrat und Rechtsbeugung.

(4) Das kognitive Stereotyp der Eliten als Sündenböcke für die sogenannten zuwanderungsbedingten sozialen Probleme wird ebenso durch negative äußere Erscheinungsbilder der Spitzenpolitiker bzw. auch durch den Bildtyp der „negativen Personendarstellung“ visualisiert. Von diesen sozialen Problemen macht die AfD vier

Schwerpunkte aus. Da ist zum einen die Gefahr der öffentlichen Sicherheit durch die ansteigende Ausländerkriminalität und islamistische Terroristen, zum zweiten die diagnostizierten hohen wirtschaftlichen Belastungen des nationalen Volkes für die von den Zuwanderern in Anspruch genommenen Sozialleistungen, zum dritten der Missbrauch des Asylrechtes durch die Zuwanderer und zum vierten die kulturelle Bedrohung des Wertesystems der Volksgemeinschaft durch den Islam. Im jeweiligen Kontext transportiert das negative äußere Erscheinungsbild das Versagen, die Unfähigkeit und moralische Verwerflichkeit der politischen Eliten als Verantwortungsträger für die genannten sozialen Probleme.

Die Schuldzuweisung äußert sich auch in der metaphorischen Darstellung der sogenannten Migrationskrise durch die Bildtypen „Gewitterwolke“, „Politische Sturmflut“ und „Staatschiff“. Der Bildtyp „Gewitterwolke“ umfasst das Bildmotiv der dunklen Wolkenmasse. Der dargestellte schlechte Zustand des Wetters ist im Kontext eine Metapher für den bedrohlichen Zustand der Gesellschaft in der Migrationskrise, in der sich Vergewaltigungen, Morde und Terror über das Land verbreiteten. Das abgebildete Unwetter und die thematisierte Migrationskrise teilen das Potenzial, den Menschen Schaden zuzufügen. Und der Bildtyp „Politische Sturmflut“ fungiert auch als eine Naturmetapher für die krisenhafte Lage Deutschlands aufgrund der Zuwanderung. In der Darstellungskonvention verweist dieser Bildtyp auf eine unersetzbare Rolle der Regierenden, das Volk vor einer sozialen Krise zu schützen, worin sie nach Auffassung der AfD kläglich versagen. Des Weiteren wird der Bildtyp „Staatschiff“ in Kombination mit dem Bildtyp „Geldverschwendung“ als Metapher eingesetzt, um die politischen Eliten für die diagnostizierte Schieflage in den Sozialversicherungssystemen, entstanden durch die Versorgung von Armutszuwanderern und Flüchtlingen, verantwortlich zu machen. Die Montage dieser beiden Bildtypen zeigt als zentrales Bildmotiv ein Papierschiff aus Geldscheinen. Der Bildtyp „Staatschiff“ zieht in thematischem Bezug mit der Armutseinwanderung einen Vergleich von dem Schiff mit dem Staat, sodass das Schiff aus Steuergeldern als das Sozialversicherungssystem dieses Staates zu interpretieren ist. Da das Papier im Wasser kaum bestehen kann, ist es zum Sinken bestimmt. In diesem Sinn wird das Schiffswrack wiederum mit dem Zusammenbruch des deutschen Sozialversicherungssystems verglichen. In dieser Metapher fungieren die Politiker als Steuermann bzw. als Verursacher, die aufgrund der Steuerungslosigkeit, nämlich der Inkompetenz und der Nachlässigkeit die Sozialsysteme Deutschlands ins Wanken brächten.

(5) Die kognitiven Stereotype der Fremden als Konkurrenten des nationalen Volkes um materielle Ressourcen und als Gesetzesbrecher lassen sich veranschaulichen, indem die Eigenschaftsstigmata mit bestimmten äußeren Erkennungsmerkmalen konnotativ eingeführt

werden. Diese Erkennungsmerkmale entsprechen vielfältig geschürten Vorstellungen von allgemeinen äußeren Kennzeichen der Fremdgruppen. Hier kann zweifelsfrei festgestellt werden, dass in diesen Fällen eine besonders deutliche Form von Stigmatisierung vorliegt. So wie der Begriff Stigma, wie bereits vorgestellt, der altgriechischen Bezeichnung für in den Körper geschnittene Zeichen entstammt, sind die Fremdgruppen durch diese bildlich hervorgehobenen Merkmale Stigmaträger im wahrsten Sinne des Begriffs. Dafür werden die Bildtypen „Zustrom von Geflüchteten“, „Kriminelle“ und „Schwarzer als Gifthändler“ eingesetzt. Der Bildtyp „Zustrom von Geflüchteten“ zeigt das äußere Erkennungsmerkmal der Einwanderer als eine Menschenmasse. Im thematischen Zusammenhang mit der Armutseinwanderung evoziert das Massenbild den bedrohlichen und unkontrollierten Ansturm auf die nationalen Wohlfahrtsysteme. Daher impliziert die massenhaft gefasste äußere Erscheinung der Armutszuwanderer ihre in toto nicht geringe Inanspruchnahme von Sozialleistungen. So wird die Eigenschaft der Fremden als wirtschaftliche Belastung des nationalen Volkes herausgearbeitet. Darüber hinaus wird das Massenbild mit thematischem Bezug auf die illegale Einwanderung verwendet, wobei die verschwommene Masse an die Naturgewalt bzw. eine Sturmflut erinnert, die die Landschaften verwüstet. In diesem Sinne suggeriert das massenhafte Erscheinungsbild die Bedrohung der Zuwanderer für die innere gesetzliche, gesellschaftliche Ordnung.

Zweitens kennzeichnet den Bildtyp „Kriminelle“ die Nicht-Abbildung der Gesichter der dargestellten Personen/Figuren aus. Dieser Bildtyp umfasst nämlich drei Bildmotivgruppen: (a) Schattenmann; (b) Kapuzenmann; (c) Schutzmann gegen Gefährder. Der „Schattenmann“ zeigt im Bildmotiv der dunklen Silhouette. Die Bildmotivgruppe „Kapuzenmann“ besteht aus der Abbildung einer Person, deren Gesicht aufgrund der Bedeckung nicht zu identifizieren ist. Unter die Rubrik „Schutzmann gegen Gefährdete“ fallen Bildmotive mit Bezug zur Polizei, wie z. B. eine Polizeiuniform. Allen drei Bildmotivgruppen ist gemeinsam, die Gesichter der Abgebildeten nicht zu zeigen. Im thematischen Zusammenhang mit der illegalen Einwanderung deutet dieses äußere Merkmal der Anonymität die potenzielle Gefahr für die gesellschaftliche Ordnung an, die von den illegalen Zuwanderern ausgeht.

Drittens stellt der Bildtyp „Schwarzer als Gifthändler“ die Körperlichkeit der Afrikaner zur Schau. Dabei handelt es sich nicht um die äußeren Merkmale des dargestellten einzelnen Kriminellen, sondern um die physische Charakteristik der Ethnie. Die Inszenierung von Körpern der Afrikaner gibt einen Hinweis auf die rassistische Unterstellung, dass es ihnen qua ethnischer Zugehörigkeit an moralischer Integrität fehle. Daher werden die körperlichen Merkmale der afrikanischen männlichen Zuwanderer im Kontext mit Drogendealern versehen,

wobei die Drogendealer als ein Ausdruck krimineller und moralisch verwerflicher Gesinnung gedeutet werden.

(6) Die Stereotype der Fremden einerseits als physische und andererseits als kulturelle Bedrohung für das nationale Volk werden auf die Bildebene übertragen. Dafür werden nicht nur entindividualisierte Darstellungsformen zur Akzentuierung der Feindseligkeit der Fremden im Allgemein herangezogen, sondern auch Symbole bzw. das Gewaltsymbol einer Waffe und das Symbol des Islams als Repräsentation der Einwanderer und der Muslime benutzt. Konkret dient vor allem der Bildtyp „Kriminelle“, wie zuvor erwähnt, der durch anonymisierte Personendarstellungen gekennzeichnet ist, der Visualisierung der Fremden als physische Gefahr. Auf diese Weise werden die Ausländer und die Muslime im thematischen Zusammenhang mit der Ausländerkriminalität und dem islamistischen Terrorismus als gesichtslose Verbrecher veranschaulicht. Diese entindividualisierte Erscheinungsform impliziert die von jedem Migranten potenziell ausgehende Gefahr für die physische Sicherheit der Einheimischen.

Eine weitere Charakterisierung der Fremden als physische Bedrohung auf der Bildebene erfolgt durch den Bildtyp „Der gewalttätige Fremde“, der das Gewaltsymbol einer Waffe umfasst. Dieses Symbol steht im ausländerfeindlichen Kontext für die physische Bedrohung durch die Fremden für die Christen, also für die überwiegend christlich geprägte europäische Bevölkerung. Enggeführt werden hier nun also Religionsgegensätze und die Gefährdung der körperlichen Unversehrtheit. Historisch gibt es dazu eine lange Tradition an Propaganda, beispielsweise das im christlich-europäischen kulturellen Gedächtnis verankerte Drohbild von den feindseligen Juden (die Juden mit Folterwerkzeugen) oder die säbelschwingenden Türken. Unter den Bildern der AfD mit thematischem Bezug auf die Innere Sicherheit steht die Waffe für das Verbrechen und den Bedrohungspotenzial der Einwanderer für die Einheimischen.

Darüber hinaus repräsentiert der Bildtyp „Islam als kulturell andersartig und politisch radikal“ das kognitive Stereotyp der Muslime als physische und kulturelle Gefahr. Dieser Bildtyp umfasst Symbole des Islams, nämlich die islamischen Kleidungsstücke und Gebäude, die unterschiedliche Bedeutungen in verschiedenen Kontexten besitzen. Im thematischen Rahmen des Schutzes der deutschen Kultur ist das ein sichtbares Zeichen für die kulturelle Veränderung Europas und für die kulturelle Rückständigkeit sowie Andersartigkeit der Einwanderer aus den islamischen Ländern, deren Werte mit der Kultur der Einheimischen in Konflikt stünden. Zu dem Thema des islamischen Terrorismus gehören die Anzeige mit der verschleierte Frau als Selbstmordattentäterin, die visuelle Darstellung eines Mannes mit Turban als Dschihadist und die raketenähnlichen Minarette als Waffe des islamistischen

Terrorismus. Die AfD bedient sich solcher Symbole in den islamfeindlichen Kontexten, um einen Zusammenhang zwischen der islamischen Tradition und Religion mit der Unterdrückung der Frauen und mit dem Terrorismus der Islamisten herzustellen bzw. diesen insbesondere allgemein medial kontinuierlich verbreiteten Nexus zu verfestigen. Gleichzeitig sind die islamischen Kleidungsstücke auch eine entindividualisierte Darstellungsform der Muslime. Durch dieses anonyme äußere Erscheinungsbild der Muslime wird massiv unterstellt, dass die Muslime generell eine integrationsunfähige- und unwillige sowie gewaltbereite homogene Gruppe seien.

Zusätzlich zu den herausgearbeiteten Bildtypen ist es zum Ende der Forschungsaufgabe hilfreich zu reflektieren, worin die Potenziale des Visuellen an der Vermittlung der rechtspopulistischen Ideologie bestehen. Und inwieweit könnte diese visuelle Repräsentation für die Demokratie gefährlich sein? Insgesamt ist zu konstatieren, dass sich Bilder als effizientes Instrument erweisen, die rechtspopulistischen Ideen und Weltanschauungen zu übermitteln. Im Folgenden wird der spezifische Beitrag der Bilder an dem ideologischen Transport anhand von fünf identifizierbaren Kategorien erläutert.

(1) Bilder besitzen eine assoziative Kraft, die auf der Grundlage des kollektiven Gedächtnisses hergestellt werden. Im Prozess der Informationsverbreitung hinterlassen Bilder im Vergleich mit den Texten mehr leere Stellen. Die AfD bedient sich der oben genannten Bildtypen, um die selbst zugeschriebenen Eigenschaften der antagonistisch gegenübergestellten Menschengruppen durch visuelle Darstellung zu suggerieren. Darin liegt eine rassistisch und fremdenfeindlich motivierte Komponente, die sich gerade ob der Suggestivkraft der Bilder und fehlender ausführlicher Erläuterungen einem Dialog bzw. einer offenen, breiten öffentlichen Diskussion verschließt. Bilder ersetzen Sprache und rationale Argumente. Auf der visuellen Ebene erfolgen solche demokratiefeindlichen Inhalte in Andeutungsform, um einen Interpretationsspielraum zu bewahren, der eine eindeutig rechtsradikale Handschrift verschleiert. Konkret werden Symbole des nationalen Kollektivs von der AfD eingesetzt, um einen Rassenstolz der völkischen Gemeinschaft zu vermitteln. Darüber hinaus werden Einwanderer und Muslime pauschal als physische, wirtschaftliche und kulturelle Bedrohung für die Einheimischen stigmatisiert. So lässt sich eine historische Kontinuität der diskriminierenden Bezeichnung eines Drohbilds von Ausländern im christlich-europäischen kulturellen Gedächtnis beobachten. Die Fremden im Sinne der rechtspopulistischen Ideologie sind in der Bild-Propaganda der AfD als „ewige Juden“ (Bauer, 2010, S. 8) nachzuweisen. Eine explizite Benennung jedoch fehlt bewusst.

(2) Die Bilder schaffen eine falsche Evidenz für die rechtspopulistische Haltung der AfD, indem das Visuelle als Beweis für etwas Vorgestelltes und nicht mehr Existierendes eingesetzt wird. In den sozialen Medien tut die Partei so, als ob sie eine andere Informationsquelle besäße als die etablierten, speziell die öffentlich-rechtlichen Medien, indem sie mit eigenen, ‚exklusiven‘ Bildern die soziale Wahrheit zu enthüllen vermöge. Konkret gibt die visuelle Präsentation des Gelds Nachweis für die Lobbyarbeit bzw. für den Verrat der Eliten an den Interessen des Volkes. Und die auf dem Bild gezeigten Waffen bezeugen die Täterschaft der Ausländer. Insbesondere dient die visuelle Form von Fotos – Marke: aus erster Hand, z.B. an einem Tatort – der Authentizität des Visuellen. Beispielsweise suggerieren die fotografische Szenen der Lebensrealität der dargestellten Bedürftigen und der Zustände der Gewaltopfer die Beweiskraft für das Leid des nationalen Volkes in der Konfrontation mit den Eliten und den Fremden. Die Anwendung von Fotos, die die Asylbewerber als Ansturm zeigen, unterstreicht das an die sozialdarwinistische Vorstellung vom existenziellen Kampf um die knappen Ressourcen angelehnte Narrativ vom Ressourcenkonflikt zwischen den Armutseinwanderern und den Einheimischen. Und die Fotoaufnahme der Polizeipräsenz hebt die Aktualität der einwanderungsbedingten Probleme im Bereich der sozialen Sicherheit hervor.

(3) Bilder bieten generell eine kognitive Entlastung bei der Zuordnung von Geschehnissen und Situationsabschätzungen, indem die Eigenschaften der antagonistischen Gruppen im Sinne des Rechtspopulismus durch Veranschaulichung einer anderen Figur als Metapher intuitiv bzw. klarer und verständlicher zu vermitteln sind. Die AfD bedient sich visueller Repräsentation der in literarischen Werken auftretenden Figuren sowie realer historischer Figuren, um die antagonistischen Menschengruppen nach Maßgabe des Rechtspopulismus zu charakterisieren. Im Einzelnen wird die Holzfigur aus dem klassischen Kinderbuch Pinocchio dafür genutzt, die Fremden als Lügner visuell zu repräsentieren. Die historischen Figuren der mit leeren Händen kämpfenden Widerständler im Volksaufstand am 17. Juni 1953 in der DDR werden reproduziert, um die Verletzung der persönlichen und wirtschaftlichen Freiheit durch die politischen Eliten mit der Unterdrückung während der DDR-Diktatur zu vergleichen. Dabei wird dem nationalen Volk die mutige und tapfere Gesinnung der erinnerungswürdigen Freiheitskämpfer zugeschrieben. Und das Bildmotiv einer riesigen Greifhand erinnert an eine böse Figur mit tierisch-teuflischer Raffkralle aus der Literatur und dem Film. Auf diese Weise werden die Eliten mit dem ungeheuren Bösen gleichgesetzt, indem sie mittels der Null- und Negativzinspolitik und den aufgezwungenen Mehrkosten beim Energieverbrauch im Zuge der sog. Energiewende die privaten Sparvermögen der ‚kleinen Leute‘ bedrohten.

(4) Die Darstellungsweise der Nicht-Abbildung des Gesichts dient als Hilfsmittel, Distanzierung und Feindschaft gegenüber den Fremden zu vermitteln. Vor allem werden Massenbilder bei der Darstellung der Asylbewerber eingesetzt, in denen sie gerade nicht als identifizierbares Individuum erscheinen, sondern als eine Naturgewalt bzw. eine Wassermasse bzw. als ein besorgnisregender Ansturm. Auf diese Weise sind sie nicht als schutzbedürftige Mitmenschen, sondern als Mob wahrzunehmen. Zudem kennzeichnen sich die visuelle Repräsentation der kriminellen Ausländer als dunkle Silhouette und als Kapuzenmann ebenso durch die Nicht-Abbildung des Gesichtes. So erscheinen nicht nur die thematisierten einzelnen Figuren, sondern auch die Ausländer generell als ein undefinierbarer und ungeheurer Feind, der beim Betrachter Bedrohungsfantasien und Ängste zu wecken vermag. Darüber hinaus lässt sich das Bildmotiv der Vollverschleierung und die Bildmotive der muslimischen Kleidungsstücke in einem Karikatur-Stil als eine entindividualisierte Darstellungsform in der AfD-Propaganda charakterisieren. Folglich werden Muslime über die Abbildung solcher Kleidungsstücke als homogene Feindgruppe gezeichnet und auf der textlichen Ebene darüber hinaus mit diskriminierenden Bezeichnungen verunglimpft.

(5) Folgende Farbtöne werden für die Akzentuierung der Ansichten und Emotionen in der rechtspopulistischen Propaganda der AfD eingesetzt. Vor allem bringt der Sepia-Ton das Gefühl der Eintönigkeit und der Verlorenheit bei der Darstellung des Volkes als wirtschaftlich Benachteiligte zum Ausdruck. Zudem wird mit dem kalten Farbton die Traurigkeit bei der Repräsentation der nationalen Volksgemeinschaft als Gewaltopfer verwendet. Darüber hinaus dient die düstere Farbe sowohl zur Unterstützung des intendierten negativen Images der politischen Eliten als auch einer Akzentuierung der angeblichen Brutalität von ausländischen Kriminellen. Zuletzt ist festzustellen, dass die bläulichen und rötlichen Farbtöne dafür genutzt werden, die massenhaften Einwanderer ins Unrealistische zu verfremden, um das Gefühl der Distanzierung und Abwehr zu schüren.

Mit der Analyse der Bilder bzw. der Bildtypen zielt die vorliegende Arbeit darauf, das Bewusstsein für den visualisierten Rechtspopulismus in Kampagnen der AfD zu schärfen, denn die Visualisierung der rechtspopulistischen Ideologie macht einen wesentlichen Teil der Kommunikationsstrategien der AfD aus. Die Untersuchung weist jedoch Mängel auf. Die Bildbedeutung äußert sich nicht nur in den Bildtypen, sondern auch in den Formen des Bildes wie z. B. einer Karikatur oder einer Fotografie. Insbesondere in den sozialen Medien gilt der Einsatz von Bildern, die sich vielfach durch die kreative Zusammensetzung visueller Elemente in einer Bildmontage auszeichnen, als Schlüsselement zur Aufmerksamkeitsgenerierung mit flexibler Bedeutungszuweisung. Jedoch wurden die Bedeutungen in dieser Arbeit auf die

Methode der politischen Ikonografie im einzelnen Bild als Analysefokus beschränkt. Mit der Bildtypenanalyse wurde der jeweilige Bildtyp codiert, wobei die Art der visuellen Repräsentation unberücksichtigt blieb. Insofern wäre es ein Gewinn, das methodischen Konzept im Rahmen der Bildtypenanalyse durch die Entwicklung eines Inventars der Formen des Bildes zu verfeinern. Denn auf diese Weise ließe sich die inhaltliche Struktur der AfD-Bilder im Sinne ihres mutmaßlichen intentionalen Einsatzes, der Verbreitung der rechtspopulistischen Ideologie, über die formale Bildgestaltung noch genauer untersuchen.

Außerdem besteht ein Desiderat darin, die Forschung auf die Rezeptionsseite der visuellen Kommunikation der AfD auszudehnen. Die bisherigen Untersuchungen nehmen die Überzeugungskraft der textuellen populistischen Botschaften in den Blick (vgl. etwa Bos; Van Der Brug & De Vreese, 2013; Hameleers; Bos & De Vreese, 2017; Hameleers & Schmuck, 2017), wobei die Wirkung der visuellen Repräsentation der rechtspopulistischen Ideologie unzureichend untersucht wird. Außerdem wurden Studien zur Auswirkung der Kommunikation der rechtspopulistischen Parteien generell durchgeführt (vgl. z. B. Matthes & Schmuck, 2017; Reinemann, 2020; Wirz, 2018). Der Einfluss der visuellen Repräsentation des Rechtspopulismus der AfD und die Methode für diese Untersuchung bedürfen weiterer Vertiefung. In Anlehnung an die Forschungsfragen der genannten Studien wäre es unter anderem aufschlussreich zu untersuchen, ob die Emotionen wie Angst und Wut zu einer stärkeren Neigung führen, die rechtspopulistischen visuellen Stereotype zu akzeptieren, ob die visuellen Stereotype negative Einstellungen gegenüber den politischen Eliten und den Einwanderern hervorrufen können, und ob die Visualisierung des Rechtspopulismus die Unterstützung der AfD erhöht. Für diese Fragen leistet diese vorliegende Studie eine unverzichtbare Vorarbeit, nämlich die visuellen Mittel der Bildstrategien der AfD offenzulegen.

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Merkmale des Rechtspopulismus. Quelle: Eigene Zusammenfassung	29
Tabelle 2: Narrationen, Topoi und Themen der AfD in Bezug auf die rechtspopulistische Ideologie. Quellen: Eigene Zusammenfassung	40
Tabelle 3: Stereotypenforschung unter psychologischem und kunsthistorischem Aspekt.	65
Tabelle 4: Bildtypen und ihre entsprechenden Bedeutungen Quelle: Eigene Zusammenfassung	94
Tabelle 5: Bildtypen und ihre entsprechenden Themen. Quelle: Eigene Zusammenfassung ..	95
Tabelle 6: Die Reliabilitätskoeffizienten aller Bildtypen-Kategorien. Quelle: Eigene Zusammenfassung	112
Tabelle 7: Übersicht über die Verwendung der Bildtypen. Quelle: Eigene Zusammenfassung	117
Tabelle 8: Überblick über die Themengebiete der identifizierten Bildtypen. Quelle: Eigene Zusammenfassung	140
Tabelle 9: Kognitive Stereotype und ihre entsprechenden Bildtypen im Untersuchungsmaterial. Quelle: Eigene Zusammenfassung	184

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: <i>Vertikale und horizontale Abgrenzungsachse des Rechtspopulismus</i> . In: Klein, 2011, S. 19.....	13
Abbildung 2: Fotografie aus der Zeitschrift Stern: <i>Strahlende Gesichter: Bundesaußenminister Frank-Walter Steinmeier und der neue russische Präsident Dmitri Medwedew vor drei Wochen in Moskau</i> . (24/2008, S. 58). In: Grittmann & Ammann, 2018, S. 170	63
Abbildung 3: Abstimmungsplakat der SVP: <i>Freipass für alle? Nein</i> (08. Feb. 2009). In: Scarvaglieri, 2018, S. 332	68
Abbildung 4: Jacques-Louis David: <i>Schwur im Ballhaus</i> , unvollendet (1792). In: Kemp, 2011, S. 521.....	71
Abbildung 5: Plakat der NSDAP: <i>Führer wir folgen Dir!</i> (19. Aug. 1934). In: Witamwas, 2016, S. 233.....	71
Abbildung 6: Fotografie aus der Bild-Zeitung: o.T. (20. Jan. 1955). In: Haunschild, 2017, S. 415.....	72
Abbildung 7: Fotografie Frankfurter Allgemeine Zeitung: o.T. 25. 59. (1973). In: Haunschild, 2017, S. 425.....	72
Abbildung 8: Karikatur aus dem Kladderadatsch: <i>Die Schwarze Schmach</i> (30. Mai 1920). In: Wigger, 2009, S. 269.....	75
Abbildung 9: Titelseite des Focus: <i>Frauen klagen an</i> (09. Jan. 2016). In: Bröttcher, 2019, S. 275.....	75
Abbildung 10: Pressefoto in der Welt: Christoph Daum (27. Okt. 2000). In: Petersen, 2001, S. 167.....	77
Abbildung 11: Pressefotos aus dem Spiegel: Helmut Kohl (Nr. 5, 31. Jan. 2000. Links und rechts; Nr. 7, 14. Feb. 2000. Mitte). In: Petersen, 2001, S. 169.....	77
Abbildung 12: Schweizer Abstimmungsplakat: <i>Vermögensabgabe</i> (Dez. 1922). In: Demarmels, 2009d. S. 19.....	81
Abbildung 13: Plakat aus der 68-Bewegung: <i>Sois Jeune Et Tais Toi</i> (1968). In: Bußmann, 2011, S. 43f.	82
Abbildung 14: Protest-Selfies: <i>#FREEAJSTAFF</i> (2014). In: Grohmann, Abdulsalam & Wyss, 2015, S. 34.....	82

Abbildung 15: Titelseite des Spiegels: <i>Ansturm der Armen</i> (H. 26, 26. Jun. 2006). In: Pagenstecher, 2008, S. 612.....	84
Abbildung 16: Luca Turi: <i>Das überfüllte albanische Flüchtlingschiff „Vlora“ vor der italienischen Küste</i> (1991). In: Herbert, 2011, S. 321	84
Abbildung 17: Ausschnitt aus dem Spot der AfD zur Bundestagswahl 2017 (01. Sep. 2017). Quelle: https://www.youtube.com/watch?v=RRoHZ-QKwhk Zugriff: 12. 01. 2021..	86
Abbildung 18: Titelseite der Zeitung The Australian: <i>No vacancy for boatpeople</i> (14. Okt. 2009). In: Bleiker et al, 2013, S. 409	86
Abbildung 19: Holzschnitt zu der Flugschrift: <i>Ein erschrockenlich Geschicht und Mordt/szo von den Juden zu Pösing (ein Marckt in Hungarn gelegen) an einem Neunjährigen Knäblein begangen</i> (1529). In: Krass, 2011, S. 28	86
Abbildung 20: Filmplakat: <i>Der Dritte Mann</i> (1949). Quelle: https://der-film-noir.de/v1/node/60 Zugriff: 24. 09. 2020	89
Abbildung 21: Kurt Strumpf: <i>Olympisches Dorf</i> ; Fotografie; (05. Sep. 1972). In: Forster & Knieper, 2008, S. 435	89
Abbildung 22: Wahlplakat der CDU: <i>Den Bürger schützen - Den inneren Frieden erhalten</i> (1986-1987). In: Jäger, 2005, S. 253	89
Abbildung 23: Die Welt: <i>Das Spiel ist aus</i> (04. Mai. 2004). In: Koch, 2009, S. 71.....	91
Abbildung 24: Plakat der Schweizerischen Volkspartei: <i>Stopp. Ja zum Minarettverbot</i> (2009). In: Liebhart, 2015, S. 91	91
Abbildung 25: Bild aus der Weltwoche: Die schleichende Islamisierung Europas (Nr. 43, 2009, S. 26). In: Zeid, 2016, S. 164	92
Abbildung 26: Untersuchungsdesign (Forschungsablauf quantitative Bildtypenanalyse in Anlehnung an Grittmann & Lobinger, 2018, S. 171; Untersuchungsphase nach Früh, 2017, 96). Quelle: Eigene Darstellung	104
Abbildung 27: Facebook-Bild von der AfD: Mittelmeer-Migranten bedrohen Retter mit dem Tod! (13. 07. 2018) Quelle: https://www.facebook.com/540404695989874/posts/1958647107498952/?substory_index=0 (Zugriff: 21.07.2019).....	109
Abbildung 28: Facebook-Bilder der AfD: Wieder das Berufspolitikertum: Amtszeit begrenzen (31. Jul. 2016). Quelle: https://www.facebook.com/540404695989874/posts/1193413104022360/?substory_index=0 Zugriff: 21. Jul. 2019.....	119
Abbildung 29: Facebook-Bilder der AfD: Bürgerinteressen zählen nicht. CETA kommt! (13. Okt. 2016). Quelle: https://www.facebook.com/540404695989874/posts/1257201317643538/?substory_index=0 Zugriff: 21. Jul. 2019	120
Abbildung 30: Facebook-Bild der AfD: <i>Schuldenkönig ruiniert jetzt großspurig!</i> (03. Apr. 2018). Quelle: https://www.facebook.com/540404695989874/posts/1835376893159308/?substory_index=0 Zugriff: 21. Jul. 2019	122
Abbildung 31: Facebook-Bild der AfD: Diäten-Wahnsinn im Bundestag: Ab 1. Juli steigen die Diäten auf über 10.000 €! (11. Mai 2019). Quelle: https://www.facebook.com/540404695989874/posts/2406523886044603/ Zugriff: 21. Jul. 2019	123
Abbildung 32: Facebook-Bild der AfD: <i>Schuldenkönig ruiniert jetzt großspurig!</i> (03. Apr. 2018). Quelle: https://www.facebook.com/540404695989874/posts/1262468160450187/?substory_index=0 Zugriff: 21. Jul. 2019.....	124
Abbildung 33: Facebook-Bild der AfD: <i>Strompreise dank EEG kaum noch bezahlbar: Der Letzte macht das Licht aus!</i> (06. Mai. 2018). Quelle:	

https://www.facebook.com/540404695989874/posts/1919436011420062/?substory_in dex=0 Zugriff: 21. Jul. 2019.....	126
Abbildung 34: Facebook-Bild der AfD: <i>Wunschziel Deutschland: Unfassbare 42.000.000 wollen zu uns!</i> (02. Jan. 2019). Quelle: https://www.facebook.com/540404695989874/posts/2200403579989969/ Zugriff: 21. Jul. 2019	129
Abbildung 35: Facebook-Bild der AfD: <i>Bayern: Messerattacke auf ein Kind! Eritreer sticht im Wahn auf 11-Jährigen ein!</i> (29. Jul. 2018). Quelle: https://www.facebook.com/540404695989874/posts/1981382885225374/?substory_in dex=0 Zugriff: 21. Jul. 2019	130
Abbildung 36: Facebook-Bild der AfD: <i>Aus dem Entwurf unseres Wahlprogrammes: „Wir wollen unseren Nachkommen ein Land hinterlassen, das noch als unser Deutschland erkennbar ist“</i> (03. Apr. 2017). Quelle: https://www.facebook.com/540404695989874/posts/1445831982113803/?substory_in dex=0 Zugriff: 21. Jul. 2019.....	132
Abbildung 37: Facebook-Bild der AfD: <i>IS-Anschlagsplan überschattet Musikfestival. Geheimoperation verhindert knapp IS-Anschlag!</i> (18. Dez. 2019). Quelle: https://www.facebook.com/540404695989874/posts/2101271536569841/?substory_in dex=0 Zugriff: 21. Jul. 2019.....	133
Abbildung 38: Facebook-Bild der AfD: <i>Mehrfachtäter wird niemals abgeschoben?!</i> (06. Mai. 2018). Quelle: https://www.facebook.com/540404695989874/posts/1993312184032444/?substory_in dex=0 Zugriff: 21. Jul. 2019	134
Abbildung 39: Facebook-Bild der AfD: <i>„Aus ‚Schutzsuchenden‘ werden Schatzsucher, Merkel sieht untätig zu.“</i> (04. Mai. 2017). Quelle: https://www.facebook.com/540404695989874/posts/1483848604978807/?substory_in dex=0 Zugriff: 21. Jul. 2019.....	137
Abbildung 40: Facebook-Bild der AfD: <i>EuGH bestätigt AfD-Position: Masseneinwanderung nach Deutschland war illegal!</i> (26. Jul. 2017). Quelle: https://www.facebook.com/540404695989874/posts/1574602689236731/?substory_in dex=0 Zugriff: 21. Jul. 2019	138
Abbildung 41: Facebook-Bild der AfD: <i>Phantasien von DITIB-Anhängern: „Mein Führer, gibt uns den Befehl und wir zerschlagen Deutschland“</i> (23. Feb. 2017). Quelle: https://www.facebook.com/540404695989874/posts/1404632206233781/?substory_in dex=0 Zugriff: 21. Jul. 2019	139
Abbildung 42: Facebook-Bild von der AfD: <i>Freiheit statt Sozialismus. 17. Juni 1953.</i> (17. Jun. 2019). Quelle: https://www.facebook.com/540404695989874/posts/2474333989263592/ Zugriff: 21. Jul. 2019.	141
Abbildung 43: Wolfgang Albrecht: <i>Aufstand gegen die Regime in der DDR am 17. Juni 1953</i> (1953). In: Erben, 2011, S. 109.	141
Abbildung 44: Erik: <i>Hand Weg!</i> (1943); Deutsches Plakat für die Niederlande. In: Springer, 2011, S. 448.....	143
Abbildung 45: Plakat aus der Schweiz: <i>Schlag in die Wirtschaft</i> (1958). In: Demarmels, 2007, S. 37.....	143
Abbildung 46: Facebook-Bild der AfD: <i>Drohende Strafzinsen: EZB will Dein Sparkonto plündern!</i> (19. Jun. 2019). Quelle: https://www.facebook.com/540404695989874/posts/2478968608800130/ Zugriff: 21. Jul. 2019	143
Abbildung 47: <i>Fels im Sturm</i> - Revers einer Medaille in Bologna, Italien (1529). Quelle: Warnke, 1992, S. 164	145

- Abbildung 48: Facebook-Bild von der AfD: *Hinweise komplett ignoriert: Kriegsverbrecher überfluten unser Land!* (7. Mär. 2019). Quelle: <https://www.facebook.com/540404695989874/posts/2308337762529883/> Zugriff: 21. Jul. 2019. 145
- Abbildung 49: Facebook-Bild der AfD: *Dreistes Lügen im Asylverfahren muss Konsequenzen haben!* (22. Jan. 2019). Quelle: <https://www.facebook.com/540404695989874/posts/2240803935949933/> Zugriff: 21. Jul. 2019 146
- Abbildung 50: Wahlplakat der CDU/CSU Plakat: *Alle Wege des Marxismus führen nach Moskau! Darum CDU* (1953). In: Paul, 2008, S. 89 148
- Abbildung 51: Facebook-Bild der AfD: *Big Recep is watching you! Ditib-Imame spionieren in Deutschland für Erdogan!* (9. Dez. 2016). Quelle: https://www.facebook.com/540404695989874/posts/1318664554830547/?substory_index=0 Zugriff: 21. Jul. 2019 148
- Abbildung 52: Facebook-Bild der AfD: *Kein Witz: Görlitzer-Park-Dealer erhalten offizielle Stellplätze!* (09. Mai 2019). Quelle: <https://www.facebook.com/540404695989874/posts/2406201756076816/> Zugriff: 21. Jul. 2019 149
- Abbildung 53: Laif Türemis: *Mutmaßlicher Drogendealer (in Düsseldorf): „Kriminelle raus, aber schnell“*; Fotografie (Nr. 48, S. 33, 23. Nov. 1998). In: Hunsicker, 2018, S. 256 149
- Abbildung 54: Facebook-Bild der AfD: *Lobbyismus eindämmen* (17. Jul. 2016). Quelle: https://www.facebook.com/540404695989874/posts/1181459895217681/?substory_index=0 Zugriff: 21. Jul. 2019. 153
- Abbildung 55: Facebook-Bild der AfD: *Der Islam gehört nicht zu Deutschland* (16. Jul. 2016). Quelle: https://www.facebook.com/540404695989874/posts/1182779481752389/?substory_index=0 Zugriff: 21. Jul. 2019. 153
- Abbildung 56: Facebook-Bild der AfD: *Deutschland muss aus der Währungsunion austreten!* (05. Mai 2017). Quelle: <https://www.facebook.com/540404695989874/posts/1706072436089755/> Zugriff: 21. Jul 2019 155
- Abbildung 57: Facebook-Bild der AfD: *Radikaler Islam raus aus unseren Städten.* (12. Mai 2018). Quelle: https://www.facebook.com/540404695989874/posts/1876150279081969/?substory_index=0 Zugriff: 21. Jul. 2019..... 155
- Abbildung 58: Facebook-Bild der AfD: *Man nimmt den Menschen auch noch Stolz und Selbstwertgefühl* (26. Nov. 2016). Quelle: https://www.facebook.com/540404695989874/posts/1301219536575049/?substory_index=0 Zugriff: 21. Jul. 2019 158
- Abbildung 59: Facebook-Bild der AfD: *Opfer auf dem Altar der Willkommenskultur!* (06. Mar. 2017). Quelle: https://www.facebook.com/540404695989874/posts/1415640391799629/?substory_index=0 Zugriff: 21. Jul. 2019 158
- Abbildung 60: Facebook-Bild der AfD: *Macht Merkels Politik Deutschland krank?* (05. Dez. 2017). Quelle: <https://www.facebook.com/540404695989874/posts/1705897659440566/> Zugriff: 21. Jul. 2019. 160
- Abbildung 61: Facebook-Bild von der AfD: *Begründung von Vivians Schlächter ist völlig irre!* (22. Aug. 2018) Quelle:

- https://www.facebook.com/540404695989874/posts/2027516583945337/?substory_in dex=0 Zugriff: 21. Jul. 2019..... 160
- Abbildung 62: Max Beckmann: Selbstportrait (1901). In: Schmölders, 2011, S. 31 160
- Abbildung 63: Facebook-Bild der AfD: *Selbstbedienungsladen GroKo fordert 25 Millionen Euro extra!* (07. Jun. 2018). Quelle: https://www.facebook.com/540404695989874/posts/1903370586359938/?substory_in dex=0 Zugriff: 21. Jul. 2019. 163
- Abbildung 64: Facebook-Bild der AfD: *Seehofer wusste vom Asylbetrug beim BAMF!* (17. Mai 2018). Quelle: https://www.facebook.com/540404695989874/posts/1880426941987636/?substory_in dex=0 Zugriff: 17. Jul. 2019..... 163
- Abbildung 65: Facebook-Bild der AfD: *CDU reguliert unsere Meinung? WIR REGULIEREN AMTSZEITEM!* (29. Mai. 2019). Quelle: <https://www.facebook.com/540404695989874/posts/2439566679406990/> Zugriff: 21. Jul. 2019. 165
- Abbildung 66: Facebook-Bild der AfD: *Jahrelange Lobbyarbeit macht sich bezahlt!* (18. Mai. 2018). Quelle: https://www.facebook.com/540404695989874/posts/1880654025298261/?substory_in dex=0 Zugriff: 21. Jul. 2019..... 165
- Abbildung 67: Plakat der NSDAP: *Schluss mit der Korruption!* (08. Dez. 1929). In: Witamwas, 2016, S. 209..... 165
- Abbildung 68: Facebook-Bild der AfD: *Sozialsysteme explodieren!* (18. Ari. 2017). Quelle: https://www.facebook.com/540404695989874/posts/1464305613599773/?substory_in dex=0 Zugriff: 21. Jul. 2019..... 168
- Abbildung 69: Facebook-Bild der AfD: *ANGELA MERKEL HAT IHREN EID GEGENÜBER DEM DEUTSCHEN VOLK GEBROCHEN!* (16. Sep. 2017). Quelle: https://www.facebook.com/540404695989874/posts/1625467757483557/?substory_in dex=0 Zugriff: 21. Jul. 2019..... 168
- Abbildung 70: Facebook-Bild von der AfD: *Wofür bitte verdient Merkel einen Ehrenpreis?* (29. Sep. 2018). Quelle: https://www.facebook.com/540404695989874/posts/2074773985886263/?substory_in dex=0 Zugriff: 21. Jul. 2019..... 170
- Abbildung 71: Carl Rottmann: Marathon; (1848). In: Wessolowski, 2011, S. 185..... 170
- Abbildung 72: Facebook-Bild der AfD: *Unfassbarer Negativ-Rekord für 2018: Kindergeld ins Ausland: Wir blechten über 400 Millionen Euro!* (15. Jan. 2019). Quelle: <https://www.facebook.com/540404695989874/posts/2230321900331470/> Zugriff: 21. Jul. 2019 172
- Abbildung 73: Facebook-Bild der AfD: *EU-Armutseinwanderung: Der deutsche Steuerzahler ist der Dumme.* (08. Aug. 2016). Quelle: https://www.facebook.com/540404695989874/posts/1199516096745394/?substory_in dex=0 Zugriff: 21. Jul. 2019 175
- Abbildung 74: Facebook-Bild der AfD: *90.000 Sozialhilfeempfänger monatlich mit Ziel Deutschland?* (08. Mai. 2017). Quelle: https://www.facebook.com/540404695989874/posts/1487832147913786/?substory_in dex=0 Zugriff: 21. Jul. 2019..... 175
- Abbildung 75: Facebook-Bild von der AfD: *Polizisten suchen Schutz vor „Schutzsuchendem“!* (08. Mai. 2018). Quelle: https://www.facebook.com/540404695989874/posts/1872140292816301/?substory_in dex=0 Zugriff: 21. 07. 2019 176
- Abbildung 76: Facebook-Bild der AfD: *8 Migranten fallen über 13-Jährige her!* (13. Jun. 2018). Quelle:

- https://www.facebook.com/540404695989874/posts/1910641298966200/?substory_index=0 Zugriff: 21.07.2019 178
- Abbildung 77: Facebook-Bild von der AfD: Verfassungsschutz entlarvt politisches Totalversagen! (20. Aug. 2018). Quelle: https://www.facebook.com/540404695989874/posts/1933716319992031/?substory_index=0 Zugriff: 21.07.2019. 178
- Abbildung 78: Facebook-Bild der AfD: Dschihadisten abschieben & Bevölkerung schützen! (13. Apr. 2018). Quelle: https://www.facebook.com/540404695989874/posts/1846735578690106/?substory_index=0 Zugriff: 21.07.2019 180
- Abbildung 79: Facebook-Bild der AfD: Unterdrückung von Frauen wird völlig verharmlost! (01. Feb. 2019). Quelle: <https://www.facebook.com/540404695989874/posts/2256103164420010/> Zugriff: 21.07.2019 180
- Abbildung 80: Facebook-Bild von der AfD: Anzahl gefährlicher Islamisten in 5 Jahren verdoppelt: Nicht zählen – sondern abschieben! (5. Apr. 2018). Quelle: https://www.facebook.com/540404695989874/posts/1837569809606683/?substory_index=0 Zugriff: 21. Jul. 2018 182
- Abbildung 81: Mohammed-Karikatur von der Zeitung Jyllands-Posten (30. Sep. 2005). In: Schiffer & Gleißner, 2008, S. 751 182

Literatur

- Adorno, Theodor W.; Bettelheim, Bruno; Frenkel-Brunswik, Else; Gutermann, Norbert; Janowitz, Morris; Levinson, Daniel J. & Sanford, Nevitt. (1968a). *Der autoritäre Charakter. Studien über Autorität und Vorurteil (Band 1)*. Amsterdam: de Munter.
- Adorno, Theodor W.; Bettelheim, Bruno; Frenkel-Brunswik, Else; Gutermann, Norbert; Janowitz, Morris; Levinson, Daniel J. & Sanford, Nevitt. (1968b). *Der autoritäre Charakter. Studien über Autorität und Vorurteil (Band 2)*. Amsterdam: de Munter.
- Adorno, Theodor W.; Frenkel-Brunswik, Else; Levinson, Daniel J. & Sanford, Nevitt (1950). *The Authoritarian personality [Elektronische Ressource]* (1st ed Auflage). New York: Harper.
- AfD. (2013) Wahlprogramm Alternative für Deutschland. Online unter https://www.abgeordnetenwatch.de/sites/abgeordnetenwatch.de/files/afd_1.pdf. Zuletzt aufgerufen am 02.08.2019.
- AfD. (2016a. 09. Dez.). Big Recep is watching you! Ditib-Imame spionieren in Deutschland für Erdogan! . Online verfügbar auf: https://www.facebook.com/540404695989874/posts/1318664554830547/?substory_index=0. Zuletzt aufgerufen am 21. Jul. 2019.
- AfD. (2016b. 13. Oct.). Bürgerinteressen zählen nicht. CETA kommt! Online verfügbar auf: https://www.facebook.com/540404695989874/posts/1257201317643538/?substory_index=0. Zuletzt aufgerufen am 21.07.2019.
- AfD. (2016c. 16. Jul.). Der Islam gehört nicht zu Deutschland. Online verfügbar auf: https://www.facebook.com/540404695989874/posts/1182779481752389/?substory_index=0. Zuletzt aufgerufen am 21. Jul. 2019.
- AfD. (2016d. 08. Aug.). EU-Armutseinwanderung: Der deutsche Steuerzahler ist der Dumme. . Online verfügbar auf:

- https://www.facebook.com/540404695989874/posts/1199516096745394/?substory_index=0. Zuletzt aufgerufen am 21. Jul. 2019.
- AfD. (2016e. 17. Jul.). Lobbyismus eindämmen. Online verfügbar auf: https://www.facebook.com/540404695989874/posts/1181459895217681/?substory_index=0. Zuletzt aufgerufen am 21.07.2019.
- AfD. (2016f. 26. Nov.). Man nimmt den Menschen auch noch Stolz und Selbstwertgefühl Online verfügbar auf: https://www.facebook.com/540404695989874/posts/1301219536575049/?substory_index=0. Zuletzt aufgerufen am 21.07.2019.
- AfD. (2016g. 18. Okt.). Presserat rügt Medien wegen Täterbeschreibung. Online verfügbar auf: https://www.facebook.com/540404695989874/posts/1262468160450187/?substory_index=0. Zuletzt aufgerufen am 21.07.2019.
- AfD. (2016h) Programm für Deutschland. Das Grundsatzprogramm der Alternative für Deutschland. Online unter https://www.afd.de/wp-content/uploads/sites/111/2018/01/Programm_AfD_Druck_Online_190118.pdf. Zuletzt aufgerufen am 02.08.2019.
- AfD. (2016i. 31. Jul.). Wider das Berufspolitikertum: Amtszeit begrenzen. Online verfügbar auf: https://www.facebook.com/540404695989874/posts/1193413104022360/?substory_index=0. Zuletzt aufgerufen am 21. Jul. 2019.
- AfD. (2017a. 08. Mai). 90.000 Sozialhilfeempfänger monatlich mit Ziel Deutschland? . Online verfügbar auf: https://www.facebook.com/540404695989874/posts/1487832147913786/?substory_index=0. Zuletzt aufgerufen am 21. Juli. 2019.
- AfD. (2017b. 16. Sep.). Angela Merkel hat ihren Eid gegenüber dem deutschen Volk gebrochen! Online verfügbar auf: https://www.facebook.com/540404695989874/posts/1625467757483557/?substory_index=0. Zuletzt aufgerufen am 21. Jul. 2019.
- AfD. (2017c. 05. Apr.). „Aus ‚Schutzsuchenden‘ werden Schatzsucher, Merkel sieht untätig zu“. Online verfügbar auf: https://www.facebook.com/540404695989874/posts/1483848604978807/?substory_index=0. Zuletzt aufgerufen am 21. Jul. 2019.
- AfD. (2017d. 03. Apr.). Aus dem Entwurf unseres Wahlprogrammes: „Wir wollen unseren Nachkommen ein Land hinterlassen, das noch als unser Deutschland erkennbar ist.“. Online verfügbar auf: https://www.facebook.com/540404695989874/posts/1445831982113803/?substory_index=0. Zuletzt aufgerufen am 21.07.2019.
- AfD. (2017e. 05. Mai). Deutschland muss aus der Währungsunion austreten! Online verfügbar auf: <https://www.facebook.com/540404695989874/posts/1706072436089755/>. Zuletzt aufgerufen am 21.07.2019.
- AfD. (2017f. 26. Jul.). EuGH bestätigt AfD-Position: Masseneinwanderung nach Deutschland war illegal! Online verfügbar auf: https://www.facebook.com/540404695989874/posts/1574602689236731/?substory_index=0. Zuletzt aufgerufen am 21.07.2019.
- AfD. (2017g. 05. Dez.). Macht Merkels Politik Deutschland krank? Online verfügbar auf: <https://www.facebook.com/540404695989874/posts/1705897659440566/>. Zuletzt aufgerufen am 21. Jul. 2019.
- AfD. (2017h. 23. Feb.). Phantasien von DITIB-Anhängern: „Mein Führer, gibt uns den Befehl und wir zerschlagen Deutschland.“. Online verfügbar auf:

- https://www.facebook.com/540404695989874/posts/1404632206233781/?substory_index=0. Zuletzt aufgerufen am 21.07.2019.
- AfD. (2017i) Programm für Deutschland. Wahlprogramm der Alternative für Deutschland für die Wahl zum Deutschen Bundestag am 24. September 2017. Online unter https://www.afd.de/wp-content/uploads/sites/111/2017/06/2017-06-01_AfD-Bundestagswahlprogramm_Onlinefassung.pdf. Zuletzt aufgerufen am 02.08.2019.
- AfD. (2017j. 18. Apr.). Sozialsysteme explodieren! Online verfügbar auf: https://www.facebook.com/540404695989874/posts/1464305613599773/?substory_index=0. Zuletzt aufgerufen am 21. Juli. 2019.
- AfD. (2018a. 13. Jun.). 8 Migranten fallen über 13-Jährige her! Online verfügbar auf: https://www.facebook.com/540404695989874/posts/1910641298966200/?substory_index=0. Zuletzt aufgerufen am 21. Jul. 2019.
- AfD. (2018b. 22. Aug.). Abdullah A. schlitze ihr den Bauch 40 cm auf und brach ihre Rippen: Begründung von Vivians Schlächter ist völlig irre! Online verfügbar auf: https://www.facebook.com/540404695989874/posts/2027516583945337/?substory_index=0. Zuletzt aufgerufen am 21. Jul. 2019.
- AfD. (2018c. 05. Apr.). Anzahl gefährlicher Islamisten in 5 Jahren verdoppelt: Nicht zählen – sondern abschieben! Online verfügbar auf: https://www.facebook.com/540404695989874/posts/1837569809606683/?substory_index=0. Zuletzt aufgerufen am 21. Jul. 2019.
- AfD. (2018d. 29. Jul.). Bayern: Messerattacke auf ein Kind! Eritreer sticht im Wahn auf 11-Jährigen ein. Online verfügbar auf: https://www.facebook.com/540404695989874/posts/1981382885225374/?substory_index=0. Zuletzt aufgerufen am 21.07.2019.
- AfD. (2018e. 13. Apr.). Dschihadisten abschieben & Bevölkerung schützen! Online verfügbar auf: https://www.facebook.com/540404695989874/posts/1846735578690106/?substory_index=0. Zuletzt aufgerufen am 21. Jul. 2019.
- AfD. (2018f. 18. Okt.). IS-Anschlagsplan überschattet Musikfestival. Geheimoperation verhindert knapp IS-Anschlag! Online verfügbar auf: https://www.facebook.com/540404695989874/posts/2101271536569841/?substory_index=0. Zuletzt aufgerufen am 21.07.2019.
- AfD. (2018g. 18. Mai). Jahrelange Lobbyarbeit macht sich bezahlt! Siemens-Alstom – bereichert sich Gabriel erneut? Online verfügbar auf: https://www.facebook.com/540404695989874/posts/1880654025298261/?substory_index=0 Zuletzt aufgerufen am 21. Jul. 2019.
- AfD. (2018h. 05. Aug.). Mehrfachtäter wird niemals abgeschoben?! Online verfügbar auf: https://www.facebook.com/540404695989874/posts/1993312184032444/?substory_index=0. Zuletzt aufgerufen am 21.07.2019.
- AfD. (2018i. 08. Mai.). Polizisten suchen Schutz vor „Schutzsuchendem“! Online verfügbar auf: https://www.facebook.com/540404695989874/posts/1872140292816301/?substory_index=0. Zuletzt aufgerufen am 21.07.2019.
- AfD. (2018j. 5. Dez.). Radikaler Islam raus aus unseren Städten. Online verfügbar auf: https://www.facebook.com/540404695989874/posts/1876150279081969/?substory_index=0. Zuletzt aufgerufen am 21.07.2019.
- AfD. (2018k. 03. Apr.). Schuldenkönig ruiniert jetzt großspurig! Online verfügbar auf: https://www.facebook.com/540404695989874/posts/1835376893159308/?substory_index=0. Zuletzt aufgerufen am 21. Jul. 2019.

- AfD. (2018l. 17. Mai). Seehofer wusste vom Asylbetrug beim BAMF! Online verfügbar auf: https://www.facebook.com/540404695989874/posts/1880426941987636/?substory_index=0. Zuletzt aufgerufen am 21.07.2019.
- AfD. (2018m. 07. Jun.). Selbstbedienungsladen GroKo fordert 25 Millionen Euro extra! Online verfügbar auf: https://www.facebook.com/540404695989874/posts/1903370586359938/?substory_index=0. Zuletzt aufgerufen am 21.07.2019.
- AfD. (2018n. 19. Jun.). Strompreise dank EEG kaum noch bezahlbar: Der Letzte macht das Licht aus! Online verfügbar auf: https://www.facebook.com/540404695989874/posts/1919436011420062/?substory_index=0. Zuletzt aufgerufen am 21.07.2019.
- AfD. (2018o. 06. Aug.). „Wir wissen nicht, wer eingereist ist“: Verfassungsschutz entlarvt politisches Totalversagen! Online verfügbar auf: https://www.facebook.com/540404695989874/posts/1933716319992031/?substory_index=0. Zuletzt aufgerufen am 21.07.2019.
- AfD. (2018p. 27. Jun.). Wofür bitte verdient Merkel einen Ehrenpreis? Online verfügbar auf: https://www.facebook.com/540404695989874/posts/2074773985886263/?substory_index=0. Zuletzt aufgerufen am 21. Jul. 2019.
- AfD. (2019a. 13. Feb.). Abschiebungen retten Leben! . Online verfügbar auf: <https://www.facebook.com/540404695989874/posts/2273710652659261/>. Zuletzt aufgerufen am 21.07.2019.
- AfD. (2019b. 28. Mai). CDU reguliert unsere Meinung? WIR REGULIEREN AMTSZEITEM! Online verfügbar auf: <https://www.facebook.com/540404695989874/posts/2439566679406990/>. Zuletzt aufgerufen am 21. Juli. 2019.
- AfD. (2019c. 11. Mai). Diäten-Wahnsinn im Bundestag: Ab 1. Juli steigen die Diäten auf über 10.000 €! Online verfügbar auf: <https://www.facebook.com/540404695989874/posts/2406523886044603/>. Zuletzt aufgerufen am 21.07.2019.
- AfD. (2019d. 22. Jan.). Dreistes Lügen im Asylverfahren muss Konsequenzen haben! Online verfügbar auf: <https://www.facebook.com/540404695989874/posts/2240803935949933/>. Zuletzt aufgerufen am 21.07.2019.
- AfD. (2019e. 19. Jun.). Drohende Strafzinsen: EZB will Dein Sparkonto plündern! Online verfügbar auf: <https://www.facebook.com/540404695989874/posts/2478968608800130/>. Zuletzt aufgerufen am 21. Jul. 2019.
- AfD. (2019f) Europawahlprogramm. Programm der Alternative für Deutschland für die Wahl zum 9. Europäischen Parlament 2019. Online unter https://www.afd.de/wp-content/uploads/sites/111/2019/03/AfD_Europawahlprogramm_A5-hoch_web_150319.pdf. Zuletzt aufgerufen am 02.08.2019.
- AfD. (2019g. 17. Jun.). Freiheit statt Sozialismus. 17. Juni 1953. Online verfügbar auf: <https://www.facebook.com/540404695989874/posts/2474333989263592/>. Zuletzt aufgerufen am 12. Dez. 2020.
- AfD. (2019h. 09. Mai). Kein Witz: Görlitzer-Park-Dealer erhalten offizielle Stellplätze! Online verfügbar auf: <https://www.facebook.com/540404695989874/posts/2406201756076816/>. Zuletzt aufgerufen am 21. Jul. 2019.

- AfD. (2019i. 07. Mar.). Kriegsverbrecher überfluten unser Land! . Online verfügbar auf: https://www.facebook.com/540404695989874_1012646592099013com/540404695989874/posts/2308337762529883/. Zuletzt aufgerufen am 21.07.2019.
- AfD. (2019j. 15. Jan.). Unfassbarer Negativ-Rekord für 2018: Kindergeld ins Ausland: Wir bleichten über 400 Millionen Euro! Online verfügbar auf: <https://www.facebook.com/540404695989874/posts/2230321900331470/>. Zuletzt aufgerufen am 21. Jul. 2019.
- AfD. (2019k. 01. Feb.). Unterdrückung von Frauen wird völlig verharmlost! Online verfügbar auf: <https://www.facebook.com/540404695989874/posts/2256103164420010/>. Zuletzt aufgerufen am 21.07.2019.
- AfD. (2019l. 02. Jan.). Wunschziel Deutschland: Unfassbare 42.000.000 wollen zu uns! Online verfügbar auf: <https://www.facebook.com/540404695989874/posts/2200403579989969/>. Zuletzt aufgerufen am 21.07.2019.
- Albertazzi, Daniele & McDonnell, Duncan. (2008). Introduction: the Sceptre and the Spectre. In: Albertazzi, Daniele & McDonnell, Duncan (Hg.), *Twenty-First Century Populism – the Spectre of Western European Democracy* (S. 1-14). New York: Palgrave Macmillan.
- Allport, Gordon. (1954). *The nature of prejudice*. Reading, Mass: Addison-Wesley Publ.
- Allport, Gordon. (1971). *Die Natur des Vorurteils*. Köln: Kiepenheuer & Witsch.
- Allport, Gordon. (1979). *ABC's of scapegoating*. New York: Anti-Defamation League of B'nai B'rith.
- Ammann, Ilona & Grittmann, Elke. (2013). Das Trauma Anderer betrachten - zehn Jahre 9/11 im Bild eine empirische Analyse zur rituellen Funktion des Journalismus im transnationalen Gedenken an ein Medienereignis. *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 3, 368-386.
- Ammann, Ilona; Krämer, Benjamin & Engesser, Seven. (2010). Bildhafte Themen und kuriose Typen. Die Bedeutung der Fotos der Bild-Leserreporter. *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 1, 83-101.
- Aronson, Elliot; Wilson, Timothy & Akert, Robin. (2014). *Sozialpsychologie*. Hallbergmoos: Pearson.
- Arzheimer, Kai. (2015). The AfD: Finally a Successful Right-Wing Populist Eurosceptic Party for Germany? *West European Politics*, 38(3), 535-556.
- Barrett, Andrew & Barrington, Lowell. (2005). Is a Picture Worth a Thousand Words? Newspaper Photographs and Voter Evaluations of Political Candidates. *Harvard International Journal of Press/Politics*, 10(4), 98-113.
- Bartlett, Jamie. (2014). Populism, social media and democratic strain. *European populism and winning the immigration debate*, 99-114.
- Bauer, Werner. (2010). *Rechtspopulismus in Europa. Vergängliches Phänomen oder auf dem Weg zum politischen Mainstream*. Internet: Friedrich-Ebert-Stiftung.
- Bebnowski, David. (2015). *Die Alternative für Deutschland. Aufstieg und gesellschaftliche Repräsentanz einer rechten populistischen Partei*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.
- Bebnowski, David. (2016a). *Die Alternative für Deutschland- Aufstieg und gesellschaftliche Repräsentanz einer rechten populistischen Partei*. Wiesbaden: Springer VS.
- Bebnowski, David. (2016b). „Gute“ Liberale gegen „böse“ Rechte? Zum Wettbewerbspopulismus der AfD als Brücke zwischen Wirtschaftsliberalismus und Rechtspopulismus und dem Umgang mit der Partei. In: Häusler, Alexander (Hg.), *Die*

- Alternative für Deutschland: Programmatik, Entwicklung und politische Verortung* (S. 25-35). Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.
- Berbuir, Nicole; Lewandowsky, Marcel & Siri, Jasmin. (2015). The AfD and its Sympathisers: Finally a Right-Wing Populist Movement in Germany? *German Politics*, 24(2), 154-178.
- Bergsdorf, Harald. (2000). Rhetorik des Populismus am Beispiel rechtsextremer und rechtspopulistischer Parteien wie der „Republikaner“, der FPÖ und des „Front National“. *Zeitschrift für Parlamentsfragen*, 31(3), 620-626.
- Bernhardt, Petra & Liebhart, Karin. (2017). Politik auf Instagram. Bildstrategien von Norbert Hofer und Alexander Van der Bellen im Bundespräsidentenwahlkampf 2016. *SWS-Rundschau*, 57, 146-167.
- Bernhardt, Petra; Liebhart, Karin & Pribersky, Andreas. (2019). Visuelle Politik. Perspektiven eines politikwissenschaftlichen Forschungsbereichs. *Österreichische Zeitschrift für Politikwissenschaft (ÖZP)*, 48(2), 43-54.
- Biegoń, Dominika & Nullmeier, Frank. (2014). Narrationen über Narrationen. Stellenwert und Methodologie der Narrationsanalyse. In: Gadinger, Frank; Jarzebski, Sebastian & Yildiz, Taylan (Hg.), *Politische Narrative. Konzepte – Analysen – Forschungspraxis* (S. 39-65). Wiesbaden: Springer Fachmedien.
- Bierhoff, Hans & Rohmann, Elke. (2008). Sozialisation. In: Petersen, Lars-Eric & Six, Bernd (Hg.), *Stereotype, Vorurteile und soziale Diskriminierung. Theorien, Befunde und Interventionen* (S. 301-310). Weinheim, Basel: Beltz.
- Bilandzic, Helena. (2014). Wirkungsforschung. In: Karmasin, Matthias; Rath, Matthias & Thomaß, Barbara (Hg.), *Kommunikationswissenschaft als Integrationsdisziplin* (S. 159-178). Springer VS.
- Bitzer, Lucca. (2016). *Alternative für Deutschland (AfD): an analysis of media used by the party to support their politics*. (Bachelorarbeit), Hochschule Mittweida, Mittweida. Retrieved from <https://monami.hs-mittweida.de/frontdoor/index/index/docId/7434>
- Blaicher, Günther. (1987). *Erstarrtes Denken. Studien zu Klischee, Stereotyp und Vorurteil in englischsprachiger Literatur*. Tübingen: Gunter Narr.
- Bleiker, Roland; Campbell, David; Hutchison, Emma & Hicholson, Xzarina. (2013). The visual dehumanisation of refugees. *Australian Journal of Political Science*, 48(4), 398-416.
- Boes, Ulf. (2019). Copy-Strategien. Analysen zu den Wahlwerbepots 2017 der im Bundestags vertretenden Parteien. In: Schicha, Christian (Hg.), *Wahlwerbepots zur Bundestagswahl 2017. Analysen und Anschlussdiskurse über parteipolitische Kurzfilme in Deutschland* (S. 333-349). Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.
- Bornscheuer, Lothar. (1976). *Topik. Zur Struktur der gesellschaftlichen Einbildungskraft*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Bornschiefer, Simon. (2007). Social Structure, Collective Identities, and Patterns of Conflict in Party Systems. Conceptualizing the Formation and Perpetuation of Cleavages. online verfügbar auf: https://www.zora.uzh.ch/id/eprint/3048/2/Bornschiefer_HelsinkiV.pdf. zuletzt aufgerufen am 04.05.2019.
- Bos, Linda; Van Der Brug, Wouter & De Vreese, Claes H. (2013). An experimental test of the impact of style and rhetoric on the perception of right-wing populist and mainstream party leaders. *Acta Politica*, 48(2), 192-208.
- Brantner, Cornelia; Götzenbrucker, Gerit; Lobinger, Katharina & Schreiber, Maria (Eds.). (2020). *Vernetzte Bilder. Visuelle Kommunikation in Sozialen Medien*. Köln: Herbert von Halem Verlag.

- Brassat, Wolfgang. (2011). Allegorie, politische. In: Fleckner, Uwe; Warnke, Martin & Ziegler, Hendrik (Hg.), *Handbuch der politischen Ikonographie. Band I: Abdankung bis Huldigung* (S. 47-54). München: Verlag C. H. Beck.
- Braun, Caroline. (2018). *Armutsdarstellungen im frühen Film (1907-1913) und ihr Anteil an der Etablierung des Kinos in Deutschland*. (Dissertation), Universität Trier, Trier.
- Bröttcher, Alexander. (2019). Alte Bilder neu konstruiert? Überlegungen zur Wirkung und Rolle des Bildes in geschichtlicher Perspektive bis zur Kölner Silvesternacht 2015/16. In: Bröttcher, Alexander; Hill, Marc; Rotter, Anita; Schacht, Frauke; Wolf, Maria & Yildiz, Erol (Hg.), *Migration bewegt und bildet. Kontrapunktische Betrachtungen* (S. 261-283). München: innsbruck university press.
- Brown, Indre. (2009). Muslimische Frauen und das Kopftuch. Hijab und Islamischer Feminismus. In: Berghahn, Sabine & Rostock, Petra (Hg.), *Der Stoff, das dem Konflikte sind* (S. 437-463). Bielefeld: transcript.
- Burke, Peter. (2003). *Augenzeugenschaft. Bilder als historische Quelle*. Berlin: Verlag Klaus Wagenbach.
- Bußmann, Frédéric. (2011). Agitation. In: Fleckner, Uwe; Warnke, Martin & Ziegler, Hendrik (Hg.), *Handbuch der politischen Ikonographie. Band I: Abdankung bis Huldigung* (S. 36-46). München: Verlag C. H. Beck.
- Butterwegge, Christoph; Hentges, Gudrun & Wiegel, Gerd. (2019). *Rechtspopulisten im Parlament. Polemik, Agitation und Propaganda der AfD*. Frankfurt/Main: Westend Verlag.
- Canovan, Margaret. (1981). *Populism*. London: Junction Books.
- Canovan, Margaret. (1999). Trust the People! Populism and the Two Faces of Democracy. *Political Studies*, 47(1), 16.
- Canovan, Margaret. (2002). Taking politics to the people: Populism as the ideology of democracy *Democracies and the populist challenge* (S. 25-44): Springer.
- Coleman, Renita & Banning, Stephen. (2006). Network TV news' affective framing of the presidential candidates: evidence for a second-level agenda-setting effect through visual framing. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 83(2), 313-328.
- Corcoran, Katja & Mussweiler, Thomas. (2011). Der wichtige andere: Soziale Vergleichsprozesse und relative Deprivation. In: Frey, Dieter & Bierhoff, Hans-Werner (Hg.), *Sozialpsychologie - Interaktion und Gruppe* (S. 19-39). Göttingen u.a.: Hogrefe.
- Darwin, Charles. (2015). *Der Ausdruck der Gemüthsbewegungen bei dem Menschen und den Thieren*. Leipzig: CreateSpace Independent Publishing Platform.
- Decker, Frank. (2000). *Parteien unter Druck. Der neue Rechtspopulismus in den westlichen Demokratien*. Opladen: Leske + Budrich.
- Decker, Frank. (2004). *Der neue Rechtspopulismus* (2., überarb. Aufl. Auflage). Wiesbaden: Springer Fachmedien.
- Decker, Frank. (2006). Die populistische Herausforderung. Theoretische und ländervergleichende Perspektiven. In: Decker, Frank (Hg.), *Populismus. Gefahr für die Demokratie oder nützliches korrektiv?* (S. 9-32). Wiesbaden: VS, Verl. für Sozialwiss.
- Decker, Frank. (2011). *Parteien und Parteiensysteme in Deutschland*. Stuttgart: Kohlhammer.
- Decker, Frank. (2016). Die „Alternative für Deutschland“ aus der vergleichenden Sicht der Parteienforschung. In: Häusler, Alexander (Hg.), *Die Alternative für Deutschland. Programmatik, Entwicklung und politische Verortung* (S. 7-23). Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.
- Decker, Frank. (2017). Die Ankunft des neuen Rechtspopulismus im Parteiensystem der Bundesrepublik. In: Bieber, Christoph; Blätte, Andreas; Korte, Karl-Rudolf & Switek,

- Niko (Hg.), *Regieren in der Einwanderungsgesellschaft. Impulse zur Integrationsdebatte aus Sicht der Regierungsforschung* (S. 55-61). Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.
- Demarmels, Sascha. (2009a). Die Darstellungen des Bösen auf politischen Plakaten. In: Petersen, Thomas & Schwender, Clemens (Hg.), *Visuelle Stereotype* (S. 31-42). Köln: Herbert von Halem Verlag.
- Demarmels, Sascha. (2009b). *Ja. Nein. Schweiz. Schweizer abstimmungsplakate im 20 Jahrhundert*. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft.
- Diehl, Paula. (2012). Populismus und Massenmedien. *Aus Politik und Zeitgeschichte*, 62(5-6), 16-22.
- Diehl, Paula. (2018). Die Symbolisierung des Volkes in der Demokratie. Eine ikonografische Spurensuche. In: Huhnholz, Sebastian & Hausteiner, Eva Marlene (Hg.), *Politische Ikonographie und Differenzrepräsentation* (S. 23-47). Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft.
- Diers, Michael. (1997). *Schlagbilder: zur politischen Ikonographie der Gegenwart* (Originalausg. Auflage). Frankfurt am Main: Fischer-Taschenbuch-Verl.
- Dillenburger, Marion; Holtz-Bacha, Christina & Lessinger, Eva-Maria. (2005). It's Yourope! Die Plakatkampagnen der Parteien im Europawahlkampf 2004. In: Holtz-Bacha, Christina (Hg.), *Europawahl 2004. Die Massenmedien im Europawahlkampf* (S. 35-64). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften/GWV Fachverlage GmbH.
- Dröge, Franz. (1967). *Publizistik und Vorurteil*. Münster: Regensburg.
- Duden. (2010). *Das Fremdwörterbuch*. Mannheim-Zürich: Dudenverlag.
- Dumitrescu, Delia; Gidengil, Elisabeth & Stolle, Dietlind. (2015). Candidate confidence and electoral appeal: An experimental study of the effect of nonverbal confidence on voter evaluations. *Political Science Research and Methods*, 3(1), 43-52.
- Edwards, Elizabeth. (2003). Andere ordnen. Fotografie, Anthropologien und Taxonomien. In: Wolf, Herta (Hg.), *Diskurse der Fotografie. Fotokritik am Ende des fotografischen Zeitalters* (S. 335-355). Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Ekman, Paul. (2014). *Gefühle lesen. Wie Sie Emotionen erkennen und richtig interpretieren*. Heidelberg: Spektrum Akademischer Verlag.
- Ekman, Paul & Friesen, Wallace. (2003). *Unmasking the face. A guide to recognizing emotions from facial clues*. Los Altos: Ishk.
- Elliott, Deni. (2003). Terrorists we like and terrorists we don't like. In: Lester, Paul Martin & Ross, Susan Dente (Hg.), *Images that injure. Pictorial stereotypes in the Media* (S. 51-55). Westport, USA: Praeger Publishers.
- Engesser, Sven; Ernst, Nicole; Esser, Frank & Büchel, Florin. (2017). Populism and social media: How politicians spread a fragmented ideology. *Information, Communication & Society*, 20(8), 1109-1126.
- Erben, Dietrich. (2011). Aufstand. In: Fleckner, Uwe; Warnke, Martin & Ziegler, Hendrik (Hg.), *Handbuch der politischen Ikonographie. Band I: Abdankung bis Huldigung* (S. 103-111). München: Beck.
- Esses, Victoria M.; Jackson, Lynne M. & Armstrong, Tamara L. (1998). Intergroup Competition and Attitudes Toward Immigrants and Immigration. An Instrumental Model of Group Conflict. *Journal of Social Issues*, 54(4), 699-724.
- Fahrenberg, Jochen & Steiner, John M. (2004). Adorno und die autoritäre Persönlichkeit. *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*, 56, 127-152.
- Falkenhausen, Susanne von. (2000). Das Bild des Volkes. Vom Zentralismus zur Totalität in Italien und Deutschland. In: Janz, Oliver; Schiera, Pierangelo & Siegrist, Hannes (Hg.),

- Zentralismus und Förederalismus im 19. und 20. Jahrhundert. Deutschland und Italine im Vergleich* (S. 493-502). Berlin: Duncker & Humblot.
- Feagin, Joe & Eckberg, Douglas. (1980). Discrimination. Motivation, Action, Effekts, and Context. *Annual Review of Sociology*, 6, 1-20.
- Fischer, Peter; Asal, Kathrin & Krueger, Joachim. (2011). *Sozialpsychologie für Bachelor. Lesen, Hören, Lernen im Web*. Berlin, Heidelberg: Springer Verlag.
- Fleckner, Uwe. (2011). Flagge. In: Fleckner, Uwe; Warnke, Martin & Ziegler, Hendrik (Hg.), *Handbuch der politischen Ikonographie. Band I: Abdankung bis Huldigung* (S. 324-330). München: Beck.
- Fleckner, Uwe; Warnke, Martin & Ziegler, Hendrik (Eds.). (2011a). *Handbuch der politischen Ikonographie. Band I: Abdankung bis Huldigung*. München: Beck.
- Fleckner, Uwe; Warnke, Martin & Ziegler, Hendrik (Eds.). (2011b). *Handbuch der politischen Ikonographie. Band II: Imperator bis Zwerg*. München: Verlag C. H. Becker.
- Fleischer, Andreas. (2009). Die Kampagne ‚Feind hört mit‘ und ihr visuelles Symbol. In: Paul, Gerhard (Hg.), *Das Jahrhundert der Bilder. 1900 bis 1949 (Bd. 1)*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.
- Fleissner, Karin. (2004). Vor der Kür ist nach der Kür? Bundestageswahl 2002: Die Kandidatendebatte der Union im Spiegel der Pressefotografie. In: Knieper, Thomas & Müller, Marion (Hg.), *Visuelle Wahlkampf Kommunikation* (S. 129-147). Köln: Herber von Halem Verlag.
- Forster, Klaus & Knieper, Thomas. (2008). Das Blutbad von München. Terrorismus im Fernsehzeitalter. In: Paul, Gerhard (Hg.), *Das Jahrhundert der Bilder. 1949 bis heute (Bd. 2)* (S. 434-441). Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.
- Frey, Siegfried. (2000). *Die Macht des Bildes. Der Einfluss der nonverbalen Kommunikation auf Kultur und Politik*. Bern, Göttingen, Toronto und Seattle: Verlag Hans Huber.
- Fröhlich, Werner & Wellek, Stefan. (1972). Der begrifflich-theoretische Hintergrund der Sozialisationsforschung. In: Graumann, Carl (Hg.), *Sozialpsychologie/Bd. 2. Forschungsbereiche* (S. 661-682). Göttingen: Verl. für Psychologie Hogrefe.
- Fröhlich-Steffen, Susanne. (2006). Rechtspopulistische Herausforderer in Konkordanzdemokratien. Erfahrungen aus Österreich, der Schweiz und den Niederlanden. In: Decker, Frank (Hg.), *Populismus – Gefahr für die Demokratie oder nützliches Korrektiv?* (S. 144-164). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Früh, Werner. (2017). *Inhaltsanalyse. Theorie und Praxis* (5. Auflage). Konstanz und München: UVK Verlag.
- Gadinger, Frank & Simon, Elena. (2019). Kalkulierte Ambivalenz, mobilisierte Ängste und volksnahe Inszenierung. Rechtspopulistische Erzählstrategien in Wahlkampagnen und Regierungspraxis. *Zeitschrift für Politikwissenschaft*, 29, 23-52.
- Geden, Oliver. (2006). *Diskursstrategien im Rechtspopulismus – Freiheitliche Partei Österreichs und Schweizerische Volkspartei zwischen Opposition und Regierungsbeteiligung*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Geden, Oliver. (2007). *Rechtspopulismus: Funktionslogiken - Gelegenheitsstrukturen - Gegenstrategien*. Berlin: Stiftung Wissenschaft und Politik.
- Geise, Stephanie. (2011). *Vision that matters. Die Funktions- und Wirkungslogik Visueller Politischer Kommunikation am Beispiel des Wahlplakats*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften / Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH.
- Geise, Stephanie & Rössler, Patrick. (2012). Visuelle Inhaltsanalyse. Ein Vorschlag zur theoretischen Dimensionierung der Erfassung von Bildinhalten. *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 60(3), 341-361.

- Gemmill, Gary. (1989). The dynamics of scapegoating in small groups. *Small Group Research*, 20(4), 406/418.
- Gimenez, Elsa & Schwarz, Natalie. (2016). The visual construction of “the people” and “proximity to the people” on the online platforms of the National Front and Swiss People’s Party. *Österreichische Zeitschrift für Soziologie*, 41(2), 213-242.
- Goffman, Erving. (1971). *Interaktionsrituale. Über Verhalten in direkter Kommunikation* (1. Aufl. Auflage). Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Goffman, Erving. (2018). *Stigma. Über Techniken der Bewältigung beschädigter Identität*. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag.
- Gombrich, Ernst. (1962). *Art and illusion. A study in the psychology of pictorial representation*. London: Phaidon Press.
- Grabow, Karsten & Hartleb, Florian. (2013). *Europa - Nein Danke?* Konrad-Adenauer-Stiftung e. V.: Sankt Augustin/Berlin.
- Grande, Edgar & Kriesi, Hanspeter. (2012). The transformation power of globalization and the structure of political conflict in Western Europe. In: Kriesi, Hanspeter; Grande, Edgar; Dolezal, Martin; Helbling, Marc; Höglinger, Dominic; Hutter, Swen & Wüest, Bruno (Hg.), *Political Conflict in Western Europe* (S. 3-35). Cambridge u.a.: Cambridge Univ. Press.
- Grimm, Robert. (2015). The rise of the German Eurosceptic party Alternative für Deutschland, between ordoliberal critique and popular anxiety. *International Political Science Review*, 36(3), 264-278.
- Grittmann, Elke. (2001). Fotojournalismus und Ikonographie. Zur Inhaltsanalyse von Pressefotos. In: Wirth, Werner (Hg.), *Inhaltsanalyse: Perspektiven, Probleme, Potentiale* (S. 262-279). Köln: Halem.
- Grittmann, Elke. (2007). *Das politische Bild: Fotojournalismus und Pressefotografie in Theorie und Empirie*. Köln: Halem.
- Grittmann, Elke & Ammann, Ilona. (2009). Die Methode der quantitativen Bildtypenanalyse: Zur Routinisierung der Bildberichterstattung am Beispiel von 9/11 in der journalistischen Erinnerungskultur. In: Petersen, Thomas & Schwender, Clemens (Hg.), *Visuelle Stereotype* (S. 141-158). Köln: Herbert von Halem Verlag.
- Grittmann, Elke & Ammann, Ilona. (2018). Quantitative Bildtypenanalyse. In: Petersen, Thomas & Schwender, Clemens (Hg.), *Die Entschlüsselung der Bilder. Methoden zur Erforschung visueller Kommunikation*. (S. 163-178). Köln: Herbert von Halem Verlag.
- Grittmann, Elke & Lobinger, Katharina. (2018). Quantitative Bildinhaltsanalyse. In: Petersen, Thomas & Schwender, Clemens (Hg.), *Die Entschlüsselung der Bilder: Methoden zur Erforschung visueller Kommunikation* (S. 145-162). Köln: von Halem.
- Grohmann, Miriam; Abdulsalam, Layla & Wyss, Eva. (2015). Selfie-Protteste – eine emergente Praktik des Protests im Web 2.0. *Aptum. Zeitschrift für Sprachkritik und Sprachkultur*, 11(1), 21-47.
- Haller, André & Seeber, Lucas. (2020). Social-Media-Kampagnen im Europawahlkampf. Eine empirische Auswertung der Facebook-Seiten deutscher Parteien während des Wahlkampfes 2019. In: Holtz-Bacha, Christina (Hg.), *Europawahlkampf 2019. Zur Rolle der Medien* (S. 53-85). Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH.
- Hameleers, Michael; Bos, Linda & De Vreese, Claes H. (2017). “They did it”: The effects of emotionalized blame attribution in populist communication. *Communication Research*, 44(6), 870-900.

- Hameleers, Michael & Schmuck, Desirée. (2017). It's us against them: A comparative experiment on the effects of populist messages communicated via social media. *Information, Communication & Society*, 20(9), 1425-1444.
- Hannken-Illjes, Kati. (2002). *Argumentation. Einführung in die Theorie und Analyse der Argumentation*. Tübingen: Narr Francke Attempto.
- Happ, Samantha & Tripps, Felix. (2017). „Ich bin ja kein Nazi, aber...“ Diskursstrategien rechtspopulistischer Propaganda in Facebook: eine Analyse von Facebook-Posts und Kommentaren der AfD und NPD im Kontext der Flüchtlingsdebatte. *kommunikation.medien: Open-Access-Journal für den wissenschaftlichen Nachwuchs*, Nr. 8.
- Harper, Robert. (1985). Power, dominance, and nonverbal behavior. An overview. In: Ellyson, Steve & Dovidio, John F (Hg.), *Power, dominance, and nonverbal behavior* (S. 29-48): Springer.
- Hartleb, Florian. (2005). *Rechtspopulistische Parteien*. Berlin: Konrad-Adenauer-Stiftung.
- Hartleb, Florian. (2011). *Nach ihrer Etablierung – Rechtspopulistische Parteien in Europa*. Sankt Augustin/Berlin: Konrad-Adenauer-Stiftung e.V.
- Haunschild, Meike. (2017). „Elend im Wunderland“. *Armutsvorstellungen und Soziale Arbeit in der Bundesrepublik 1955-1975*. Baden-Baden: Tectum Verlag.
- Hauser, Arnold. (2018). *Sozialgeschichte der Kunst und Literatur*. München: C.H. Beck.
- Häusler, Alexander. (2015). *Die AfD. Partei des rechten Wutbürgertums am Scheideweg*. Berlin: Friedrich-Ebert-Stiftung, Forum Berlin, Projekt gegen Rechtsextremismus.
- Heintz, Peter. (1957). *Soziale Vorurteile. Ein Problem der Persönlichkeit, der Kultur und der Gesellschaft*. Köln: Verl. für Politik und Wirtschaft.
- Herbert, Ulrich. (2011). Die Asylkampagne. Flüchtlinge, Grundgesetz und Öffentlichkeit 1983-1993. In: Universität Trier, Städtisches Museum Trier & Rheinisches Landesmuseum Trier (Hg.), *Armut. Perspektiven in Kunst und Gesellschaft* (S. 318-325). Darmstadt: Primus.
- Herkner, Werner. (2004). *Lehrbuch Sozialpsychologie*. Bern, Göttingen, Toronto und Seattle: Verlag Hans Huber.
- Herzog, Anja. (2006). Stereotype. In: Hans-Bredow-Institut (Hg.), *Medien von A bis Z* (S. 328-332). Hamburg: VS Verlag für Sozialwissenschaft.
- Hoffmann, Dagmar. (2007). Plädoyer für eine integrative Mediensozialisationstheorie. In: Hoffmann, Dagmar & Mikos, Lothar (Hg.), *Mediensozialisationstheorien. Modelle und Ansätze in der Diskussion* (S. 11-26). Wiesbaden: VS, Verl. für Sozialwiss.
- Hofmann, Wilhelm; Dose, Nicolai & Wolf, Dieter. (2015). *Politikwissenschaft* (3., überarb. Aufl. Auflage). Konstanz und München: UVK Verlagsgesellschaft.
- Hofstätter, Peter. (1960). *Die Psychologie der oeffentlichen Meinung* (2. Aufl Auflage). Wien: Braumueller.
- Hofstätter, Peter. (1965). Was man vom Psychologen erwartet. In: Hardesty, Francis & Eyferth, Klaus (Hg.), *Forderungen an die Psychologie*. Bern und Suttgart: Verlag Hans Huber.
- Hofstätter, Peter & Werner, Tack. (1963). *Das Bild des Beamten in der Öffentlichkeit*. Bad Godesberg: Deutscher Beamtenverlag.
- Holtz-Bacha, Christina & Lessinger, Eva-Maria. (2006). Politische Farbenlehre. Plakatwahlkampf 2005. In: Holtz-Bacha, Christina (Hg.), *Die Massenmedien im Wahlkampf. Die Bundestagswahl 2005* (S. 80-125). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaft.
- Holtz-Bacha, Christina & Wiorkowski, Anne. (2005). Und es lohnt sich doch. Personalisierungsstrategien im Europawahlkampf. In: Holtz-Bacha, Christina (Hg.),

- Europawahl 2004. Die Massenmedien im Europawahlkampf* (S. 174-196). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften/GWV Fachverlage GmbH.
- Hunsicker, Katrin. (2018). Weiße Gemeinschaft und Schwarze „Gifthändler“. Bilder rassifizierter und vergeschlechtlichter Kollektiv- und Fremdkörper in asylpolitischen Diskursen des Magazin Der Spiegel. In: Rass, Christoph & Ulz, Melanie (Hg.), *Migration ein Bild geben. Visuelle Aushandlungen von Diversität* (S. 241-268). Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.
- Irrgang, Ulrike. (2011). Beyond Sarrazin? Zur Darstellung von Migration in deutschen Medien am Beispiel der Berichterstattung in SPIEGEL und BILD. *Global Media Journal: German Edition*, 1(2), 1-31.
- Jäger, Jens. (2011). Polizei. In: Fleckner, Uwe; Warnke, Martin & Ziegler, Hendrik (Hg.), *Handbuch der politischen Ikonographie. Band II: Imperator bis Zwerg* (S. 249-255). München: Beck.
- Jansen, Sue Curry. (2008). Walter Lippmann, Straw Man of Communication Research. In: Park, David & Pooley, Jefferson (Hg.), *The history of media and communication research. Contested Memories* (S. 71-112). New York: Peter Lang Publishing.
- Jaschke, Hans-Gerd. (2012). *Wann ist der rechtspopulistische Moment? Rechtspopulismus: Begriff, Geschichte, Perspektiven*. Proceedings, Rechtspopulismus in Ostmitteleuropa. Demokratien im Umbruch? Brandenburg, 12-19. online verfügbar auf: https://www.boell-brandenburg.de/sites/default/files/120529_web_rechtspopulismus_boell.pdf. Access zuletzt aufgerufen am 26.06.2019.
- Jonas, Klaus; Stroebe, Wolfgang & Hewstone, Miles. (2014). *Sozialpsychologie [Elektronische Ressource]* (6., vollst. überarb. Aufl. Auflage). Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg.
- Katz, Daniel & Braly, Kenneth. (1933). Racial Stereotypes of One Hundred College Students. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 28(3), 280-290.
- Kemp, Wolfgang. (2011). Volksmenge. In: Fleckner, Uwe; Warnke, Martin & Ziegler, Hendrik (Hg.), *Handbuch der politischen Ikonographie. Band II: Imperator bis Zwerg* (S. 521-529). München: Verlag C. H. Becker.
- Kemper, Andreas. (2016). Antiemanzipatorische Netzwerke und die Geschlechter- und Familienpolitik der Alternative für Deutschland. In: Häusler, Alexander (Hg.), *Die Alternative für Deutschland – Programmatik, Entwicklung und politische Verortung* (S. 81-89). Wiesbaden: Springer VS.
- Kessler, Thomas & Harth, Nicole. (2008). Die Theorie relativer Deprivation. In: Petersen, Lars-Eric & Six, Bernd (Hg.), *Stereotype, Vorurteile und soziale Diskriminierung. Theorien, Befunde und Interventionen* (S. 249-258). Weinheim, Basel: Beltz.
- Kessler, Thomas & Immo, Fritsche. (2018). *Sozialpsychologie*. Wiesbaden: Springer Fachmedien.
- Klein, Markus; Heckert, Fabian & Peper, Yannic. (2018). Rechtspopulismus oder rechter Verdruss? Eine empirische Analyse der Unterstützung der AfD im Vorfeld der Bundestageswahl 2017. *Kölner Zeitschrift für Soziologie & Sozialpsychologie*, 70, 391-417.
- Klein, Tanja. (2012). *Rechtspopulistische Parteien in Regierungsbildungsprozessen. Die Niederlande, Belgien und Schweden im Vergleich*. Potsdam: Univ.-Verl.
- Klineberg, Otto. (1951). The Scientific Study of National Stereotypes. In: UNESCO-Studie (Hg.), *International Social Science Bulletin. National Stereotypes and International Understanding* (Vol. 3, S. 505-515).

- Koch, Ansgar. (2009). Visuelle Stereotype im öffentlichen Zuwanderungsdiskurs? Pressefotos von Migranten in deutschen Tageszeitungen. In: Petersen, Thomas & Schwender, Clemens (Hg.), *Visuelle Stereotype* (S. 58-78). Köln: Herbert von Halem Verlag.
- König, Helmut. (2020). *Lüge und Täuschung in den Zeiten von Putin, Trump et Co.* Bielefeld: transcript Verlag.
- Kopp-Schmidt, Gabriele. (2004). *Ikonographie und Ikonologie. Eine Einführung.* Köln: Deubner.
- Korff, Gottfried. (1997). Bemerkungen zur aktuellen Ikonographie der Armut. In: Müller, Siegfried & Otto, Ulrich (Hg.), *Armut im Sozialstaat. Gesellschaftliche Analysen und sozialpolitische Konsequenzen* (S. 281-301). Neuwied, Kriftel, Berlin: Luchterhand.
- Krass, Urte. (2011). Juden, bewaffnete. In: Fleckner, Uwe; Warnke, Martin & Ziegler, Hendrik (Hg.), *Handbuch der politischen Ikonographie. Band II: Imperator bis Zwerg* (S. 26-35). München: Beck.
- Kriesi, Hanspeter; Grande, Edgar; Dolezal, Martin; Helbling, Marc; Höglinger, Dominic; Hutter, Swen & Wüest, Bruno (Eds.). (2012). *Political conflict in Western Europe* (1. publ. ed.). Cambridge u.a.: Cambridge Univ. Press.
- Kriesi, Hanspeter; Grande, Edgar; Lachat, Romain; Dolezal, Martin; Bornschie, Simon & Frey, Timotheos. (2008). *West European politics in the age of globalization.* Cambridge u.a.
- Kruschinski, Simon & Haßler, Jörg. (2017). Die Instrumentalisierung partizipativer Öffentlichkeit durch die AfD bei der rheinland-pfälzischen Landtagswahl 2016. *Medienjournal-Zeitschrift für Medien- und Kommunikationsforschung*, 41(2), 97-112.
- Kurzban, Robert & Leary, Mark R. (2001). Evolutionary Origins of Stigmatization. The Functions of Social Exclusion. *Psychological Bulletin*, 127(2), 187-208.
- Lachat, Romain & Dolezal, Martin. (2008). Demand side: dealignment and realignment of the structural political potentials. In: Kriesi, Hanspeter; Grande, Edgar; Lachat, Romain; Dolezal, Martin; Bornschie, Simon & Frey, Timotheos (Hg.), *West European politics in the age of globalization* (S. 237-265). Cambridge u.a.: Cambridge Univ. Press.
- Lachat, Romain & Kriesi, Hanspeter. (2008). Supply Side: the positioning of the political parties in a restructuring space. In: Kriesi, Hanspeter; Grande, Edgar; Lachat, Romain; Dolezal, Martin; Bornschie, Simon & Frey, Timotheos (Hg.), *West European politics in the age of globalization* (S. 267-295). Cambridge u.a.: Cambridge Univ. Press.
- Langenbacher, Nora & Schellenberg, Britta. (2011). Einleitung: Ein Sammelband zu Erscheinungsformen und Entwicklung der radikalen Rechten in Europa. In: Langenbacher, Nora & Schellenberg, Britta (Hg.), *Europa auf dem „Rechten“ Weg? Rechtsextremismus und Rechtspopulismus in Europa* (S. 11-28). Bonn: Bonner Universitäts-Buch-druckerei.
- Lederer, Andreas. (2007). „It’s Advertising, Stupid!“ – Strategien und Praktiken politischer Werbung im Nationalratswahlkampf 2006. In: Plasser, Fritz & Ulram, Peter A (Hg.), *Wechselwahlen. Analysen zur Nationalratswahl 2006* (S. 39-80). Wien: Facultas Verlags- und Buchhandels AG.
- Lederer, Andreas. (2010). Politische Werbung in der Wahlkampfarena. In: Plasser, Fritz (Hg.), *Politik in der Medienarena* (S. 241-272). Wien: Facultas Verlag- und Buchhandels AG.
- Lehner, Sabine & Wodak, Ruth. (2020). Nationalismus und Rechtspopulismus. In: de Cillia, Rudolf; Wodak, Ruth; Rheindorf, Markus & Lehner, Sabine (Hg.), *Österreichische Identitäten im Wandel. Empirische Untersuchungen zu ihrer diskursiven Konstruktion 1995-2015* (S. 168-204). Wiesbaden: Springer VS.
- Leibfried, Stephan; Gaines, Susan & Frisina, Lorraine. (2009). Das Schiff Europa - Europe's Ship of States. Über eine Kippfigur der Integration. *Leviathan*, 37, 389-427.

- Leif, Thomas. (2017). Tabubruch, Provokation, Opferstatus: Wie die AfD jenseits ihrer „bürgerlichen“ Fassade Politik betreibt, offenbart ihr Strategiepapier für das Wahljahr 2017. *Forschungsjournal Soziale Bewegungen*, 30(2), 33.
- Lessinger, Eva-Maria & Holtz-Bacha, Christina. (2010). „Wir haben mehr zu bieten“. Die Plakatkampagnen zu Europa- und Bundestagswahl. In: Holtz-Bacha, Christina (Hg.), *Die Massenmedien im Wahlkampf. Das Wahljahr 2009* (S. 67-116). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaft.
- Lessinger, Eva-Maria & Holtz-Bacha, Christina. (2019). Nicht von gestern. Die Parteienplakate im Bundestagswahlkampf 2017. In: Holtz-Bacha, Christina (Hg.), *Die (Massen-) Medien im Wahlkampf. Die Bundestagswahl 2017* (S. 125-164). Wiesbaden: Springer Fachmedien.
- Lewandowsky, Marcel. (2014). Populismus in sozialen Netzwerken: Die Beispiele AfD und pro Deutschland. In: Januschek, Franz & Reisinger, Martin (Hg.), *Populismus in der digitalen Mediendemokratie* (S. 19-46). Duisburg: Univ.-Verl. Rhein-Ruhr.
- Lewandowsky, Marcel; Giebler, Heiko & Wagner, Aiko. (2016). Rechtspopulismus in Deutschland. Eine empirische Einordnung der Parteien zur Bundestagswahl 2013 unter besonderer Berücksichtigung der AfD. *Politische Vierteljahresschrift*, 57(2), 247-275.
- Liebhart, Karin. (2015). Visuelle Repräsentationen antipluralistischer Politik am Beispiel der Islam- und Muslimenfeindlichkeit. *Österreichische Zeitschrift für Politikwissenschaft*, 44(2), 87.
- Liebhart, Karin & Bernhardt, Petra. (2017). Political Storytelling on Instagram. Key Aspects of Alexander Van der Bellen's Successful 2016 Presidential Election Campaign. *Media and Communication*, 5(4), 15-25.
- Linder, Bernadette. (2011). *Terror in der Medienberichterstattung*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Lingelbach, Gabriele. (2007). Entwicklung des Spendenmarktes in der Bundesrepublik Deutschland. Von der staatlichen Regulierung zur medialen Lenkung. *Geschichte und Gesellschaft*, 33(1), 127-157.
- Lippmann, Walter. (2018). *Die öffentliche Meinung. Wie sie entsteht und manipuliert wird*. Frankfurt / Main: Westend Verlag GmbH.
- Lipset, Seymour Martin & Rokkan, Stein. (1990). Cleavage Structures, Party Systems and Voter Alignments. In: Mair, Peter (Hg.), *The West European Party System* (S. 91-138). Oxford: Oxford University Press.
- Llanque, Marcus. (2014). Metaphern, Metanarrative und Verbindlichkeitsnarrationen. Narrative in der Politischen Theorie. In: Hofmann, Wilhelm; Renner, Judith & Teich, Katja (Hg.), *Narrative Formen der Politik* (S. 7-29). Wiesbaden: Springer Fachmedien.
- Lobinger, Katharina. (2012). *Visuelle Kommunikationsforschung: Medienbilder als Herausforderung für die Kommunikations- und Medienwissenschaft*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Lobinger, Katharina & Brantner, Cornelia. (2015). Likable, funny or ridiculous? A Q-sort study on audience perceptions of visual portrayals of politicians. *Visual Communication*, 14(1), 15-40.
- Loch, Dietmar & Heitmeyer, Wilhelm. (2001). Einleitung: Globalisierung und autoritäre Entwicklungen In: Loch, Dietmar & Heitmeyer, Wilhelm (Hg.), *Schattenseiten der Globalisierung: Rechtsradikalismus, Rechtspopulismus und separatistischer Regionalismus in westlichen Demokratien* (S. 11-37). Frankfurt am Main: Suhrkamp.

- Lucardie, Paul. (2018). Zur Typologie der politischen Parteien. In: Decker, Frank & Neu, Viola (Hg.), *Handbuch der deutschen Parteien* (S. 41-56). Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.
- Mai, Ekkehard. (2011). Minister. In: Fleckner, Uwe; Warnke, Martin & Ziegler, Hendrik (Hg.), *Handbuch der politischen Ikonographie. Band II: Imperator bis Zwerg* (S. 149-156). München: Beck.
- Mann, Lena & Tosch, Jana. (2005). *Armut im Blickfeld. Darstellung und Wahrnehmung durch die Medien*. Armut und Geschlecht.
- Manz, Wolfgang. (1968). *Das Stereotyp. zur Operationalisierung eines sozialwissenschaftlichen Begriffs*. Hain: Meisenheim am Glan.
- Marquart, Franziska. (2013). Rechtspopulismus im Wandel. Wahlplakate der FPÖ von 1978-2008. *Österreichische Zeitschrift für Politikwissenschaft (ÖZP)*, 42(4), 353-371.
- Matthes, Jörg & Schmuck, Desirée. (2017). The effects of anti-immigrant right-wing populist ads on implicit and explicit attitudes. A moderated mediation model. *Communication Research*, 44(4), 556-581.
- Maurer, Marcus. (2010). Der Einfluss verbaler und visueller Informationen auf die Urteilsbildung über Politiker. In: Schemer, Christian; Wirth, Werner & Wunsch, Carsten (Hg.), *Politische Kommunikation. Wahrnehmung, Verarbeitung, Wirkung* (S. 53-70). Baden-Baden: Nomos.
- Maurer, Marcus. (2016). *Nonverbale politische Kommunikation*. Wiesbaden: Springer Fachmedien.
- Meditz, Michèle & Säckl, Andrea. (2018). Kandidat vor Inhalt? Eine Analyse der Wahlplakatkampagnen zur Landtagswahl in Nordrhein-Westfalen 2017. In: Schippkack, Bernd (Hg.), *Professionalisierte politische Kommunikation. Empirische Analysen der Wahlkampfkommunikation auf Länderebene* (S. 113-149). Wiesbaden Springer Fachmedien Wiesbaden.
- Mitulla, Claudia. (1997). *Die Barriere im Kopf. Stereotype und Vorurteile bei Kindern gegenüber Ausländern*. Opladen: Leske + Budrich.
- Moffitt, Benjamin & Tormey, Simon. (2014). Rethinking populism: Politics, mediatisation and political style. *Political Studies*, 62(2), 381-397.
- Molcho, Samy. (1983). *Körpersprache*. München: Mosaik.
- Mudde, Cas. (2004). The Populist Zeitgeist. *Government and Opposition*, 39(4), 541-563.
- Mudde, Cas. (2007). *Populist radical right parties in Europe*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Mudde, Cas. (2008). Radikale Parteien in Europa. *Aus Politik und Zeitgeschichte*, 47, 15-19.
- Mudde, Cas & Rovira Kaltwasser, Cristóbal. (2017). *Populism: a very short introduction*. New York: Oxford University Press.
- Müller, Marion. (1997). *Politische Bildstrategien im amerikanischen Präsidentschaftswahlkampf 1828 - 1996*. Berlin: Akademie Verlag.
- Müller, Marion. (2003). *Grundlagen der visuellen Kommunikation. Theorieansätze und Analysemethoden*. Konstanz: UVK-Verl.-Ges.
- Müller, Marion. (2018). Ikonografie und Ikonologie, visuelle Kontextanalyse, visuelles Framing. In: Petersen, Thomas (Hg.), *Die Entschlüsselung der Bilder: Methoden zur Erforschung visueller Kommunikation* (S. 28-55). Köln: von Halem.
- Müller, Marion & Geise, Stephanie. (2015). *Grundlagen der visuellen Kommunikation* (2., völlig überarb. Aufl. Auflage). Konstanz: UVK-Verl.-Ges. [u.a.].

- Nagel, Friederike. (2012). *Die Wirkung verbaler und nonverbaler Kommunikation in TV-Duellen. Eine Untersuchung am Beispiel von Gerhard Schröder und Angela Merkel*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaft.
- Nagel, Friederike; Maurer, Marcus & Reinemann, Carsten. (2015). Is there a visual dominance in political communication? How verbal, visual, and vocal communication shape viewer' impressions of political candidates. . *Journal of Communication*, 62(5), 833-850.
- Pagenstecher, Cord. (2008). „Das Boot ist voll“ Schreckensvision des vereinten Deutschland. In: Paul, Gerhard (Hg.), *Das Jahrhundert der Bilder. 1949 bis heute (Bd. 2)* (S. 606-613). Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.
- Panofsky, Erwin. (1991a). Ikonographie und Ikonologie. In: Kaemmerling, Ekkehard (Hg.), *Ikonographie und Ikonologie. Theorien, Entwicklung, Probleme* (S. 207-225). Köln: DuMont.
- Panofsky, Erwin. (1991b). Zum Problem der Beschreibung und Inhaltsdeutung von Werken der bildenden Kunst (1932/1964). In: Kaemmerling, Ekkehard (Hg.), *Ikonographie und Ikonologie. Theorien, Entwicklung, Probleme* (S. 185-206). Köln: DuMont.
- Pasquino, Gianfranco. (2008). Populism and Democracy. In: Albertazzi, Daniele & McDonnell, Duncan (Hg.), *Twenty-First Century Populism – the Spectre of Western European Democracy* (S. 16-29). Neu York: PALGRAVE MACMILLAN.
- Paul, Gerhard. (2008). „Alle Wege des Marxismus führen nach Moskau“ Schlagbilder antikommunistischer Bildrhetorik. In: Paul, Gerhard (Hg.), *Das Jahrhundert der Bilder. 1949 bis heute (Bd. 2)* (S. 88-97). Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.
- Pehe, Jiří. (2012). *Medien und die Öffentlichkeit im Umgang mit dem Rechtspopulismus*. Proceedings, Rechtspopulismus in Ostmitteleuropa – Demokratien im Umbruch? Brandenburg, 92-94. online verfügbar auf: https://www.boell-brandenburg.de/sites/default/files/120529_web_rechtspopulismus_boell.pdf. Access zuletzt aufgerufen am 12.06.2019.
- Pelinka, Anton. (2012). Die FPÖ in der vergleichenden Parteienforschung. Zur typologischen Einordnung der Freiheitlichen Partei Österreichs. *Österreichische Zeitschrift für Politikwissenschaft*, 3, 281-290.
- Petersen, Lars-Eric. (2008). Die Theorie der sozialen Identität. In: Petersen, Lars-Eric & Six, Bernd (Hg.), *Stereotype, Vorurteile und soziale Diskriminierung. Theorien, Befunde und Interventionen* (S. 223-230). Weinheim, Basel: Beltz.
- Petersen, Lars-Eric. (2011). Stereotype, Vorurteile und soziale Diskriminierung. In: Bierhoff, Hans-Werner & Frey, Dieter (Hg.), *Sozialpsychologie - Individuum und soziale Welt* (S. 233-252). Göttingen u.a.: Hogrefe.
- Petersen, Lars-Eric & Six, Bernd (Eds.). (2008). *Stereotype, Vorurteile und soziale Diskriminierung. Theorien, Befunde und Interventionen*. Weinheim, Basel: Beltz.
- Petersen, Thomas. (2001). Der Test von Bildsignalen in Repräsentativumfragen. Vorschlag für ein Forschungsprogramm. In: Knieper, Thomas & Müller, Marion (Hg.), *Kommunikation visuell. Das Bild als Forschungsgegenstand - Grundlagen und Perspektiven* (S. 159-175). Köln: von Halem.
- Petersen, Thomas & Jandura, Olaf. (2004). Der Test von Bildsignalen in Repräsentativumfragen und seine Verknüpfung mit Medieninhaltsanalysen im Bundestagswahlkampf 2002. In: Knieper, Thomas & Müller, Marion (Hg.), *Visuelle Wahlkampf Kommunikation* (S. 148-167). Köln: Herber von Halem Verlag.
- Pfahl-Traughber, Armin. (1994). *Des Volkes Stimme? Rechtspopulismus in Europa*. Bonn: Dietz.

- Priester, Karin. (2007). *Populismus. Historische und aktuelle Erscheinungsformen*. Frankfurt/Main u.a.: Campus Verl.
- Priester, Karin. (2012). Wesensmerkmale des Populismus. *Aus Politik und Zeitgeschichte*, 62(5-6), 3-9.
- Reinemann, Carsten. (2020). The Missung Link. Effects of Populist Communication on Citizens. In: Krämer, Benjamin & Holtz-Bacha, Christina (Hg.), *Perspectives on Populism and the Media* (S. 215-234). Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft.
- Reinemann, Carsten & Maurer, Marcus. (2007). Populistisch und unkonkret. Die unmittelbare Wahrnehmung des TV-Duells. In: Maurer, Marcus; Reinemann, Carsten; Maier, Jürgen & Maier, Michaela (Hg.), *Schröder gegen Merkel. Wahrnehmung und Wirkung des TV-Duells 2005 im Ost-West-Vergleich* (S. 53-89). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Reisigl, Martin. (2002). „Dem Volk aufd Maul schauen, nach dem Mund reden und Angst und Bange machen“ Von populistischen Anrufungen, Anbieterungen und Agitationsweisen in der Sprache österreichischer PolitikerInnen. In: Eismann, Wolfgang (Hg.), *Rechtspopulismus. Österreichische Krankheit oder europäische Normalität* (S. 149-198). Wien: Czernin Verlag.
- Reisigl, Martin. (2005). Oppositioneller und regierender Rechtspopulismus: Rhetorische Strategien und diskursive Dynamiken in der Demokratie. In: Frölich-Steffen, Susanne & Rensmann, Lars (Hg.), *Populisten an der Macht. Populistische Regierungsparteien in West- und Osteuropa* (S. 51-68). Wien: Braumüller.
- Reisigl, Martin. (2012). Rechtspopulistische und faschistische Rhetorik: ein Vergleich. *Totalitarismus und Demokratie*, 9(2), 303-323.
- Rensmann, Lars. (2006). Populismus und Ideologie. In: Decker, Frank (Hg.), *Populismus in Europa – Gefahr für die Demokratie oder nützliches Korrektiv?* (S. 59-80). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Reuter, Gerd. (2009). *Rechtspopulismus in Belgien und den Niederlanden – Unterschiede im niederländischsprachigen Raum*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Röhrlich, Lutz. (2003). *Lexikon der sprichwörtlichen Redensarten. Band 3 Salamander - Zylinder*. Freiburg, Basel, Wien: Herder.
- Rosenfelder, Joel. (2017). Die Programmatik der AfD: Inwiefern hat sie sich von einer primär euroskeptischen zu einer rechtspopulistischen Partei entwickelt? *Zeitschrift für Parlamentsfragen*, 48(1), 123-140.
- Rössler, Patrick. (2005). *Inhaltsanalyse*. Konstanz: UVK-Verl.-Ges.
- Rössler, Patrick. (2017). *Inhaltsanalyse* (3. Auflage). Konstanz: UVK Verlag.
- Rössler, Patrick & Geise, Stephanie. (2013). Grundprinzip, Einsatz und Anwendung. In: Möhring, Wiebke & Schlütz, Daniela (Hg.), *Handbuch standardisierte Erhebungsverfahren in der Kommunikationswissenschaft* (S. 269-286). Wiesbaden: Springer Fachmedien.
- Rückle, Horst. (1991). *Körpersprache verstehen und deuten*. Niedernhausen/Ts: Falken-Verlag GmbH.
- Ruhose, Fedor. (2019). *Die AfD im Deutschen Bundestags. Zum Umgang mit einem neuen politischen Akteur*. Wiesbaden: Springer Fachmedien.
- Sahin, Reyhan. (2014). *Die Bedeutung des muslimischen Kopftuchs. Eine kleidungssemiotische Untersuchung Kopftuch tragender Musliminnen in der Bundesrepublik Deutschland*. Berlin: Lit.
- Saxer, Ulrich. (1988). Sozialisation durch Massenmedien. *Publizistik*, 33(2-3), 195-196.

- Scarvaglieri, Claudio. (2018). Das Fremde in der Linguistic Landscape. In: Rass, Christoph & Ulz, Melanie (Hg.), *Migration ein Bild geben. Visuelle Aushandlungen von Diversität* (S. 327-355). Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.
- Schäfer, Bernd. (1988). Entwicklungslinien der Stereotypen- und Vorurteilsforschung. In: Schäfer, Bernd & Petermann, Franz (Hg.), *Vorurteile und Einstellungen. Sozialpsychologische Beiträge zum Problem sozialer Orientierung* (S. 11-65). Köln: Dt. Instituts-Verl.
- Scharenberg, Albert. (2006). Brücke zum Mainstream - Mainstream als Brücke. Europäische Rechtsparteien und ihre Politik gegen Einwanderung. In: Greven, Thomas & Grumke, Thomas (Hg.), *Globalisierter Rechtsextremismus? Die extremistische Rechte in der Ära der Globalisierung* (S. 70-111). Wiesbaden: VS, Verl. für Sozialwiss.
- Schicha, Christian & Skoblies, Miriam. (2019). Rekonstruktion und Analyse von Wahlwerbepots der CDU, CSU, SPD, LINKE, FDP, BÜNDNIS 90/ DIE GRÜNEN und AfD zur Bundestagswahl 2017. In: Schicha, Christian (Hg.), *Wahlwerbepots zur Bundestagswahl 2017. Analysen und Anschlussdiskurse über parteipolitische Kurzfilme in Deutschland* (S. 43-83). Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.
- Schiffer, Sabine & Gleißner, Xenia. (2008). Das Bild des Propheten. Der Streit um die Mohammed-Karikaturen. In: Paul, Gerhard (Hg.), *Das Jahrhundert der Bilder. 1949 bis heute (Bd. 2)* (S. 750-759). Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.
- Schleichert, Hubert. (2016). *Wie man mit Fundamentalisten diskutiert, ohne den Verstand zu verlieren. Anleitung zum subversiven Denken*. München: Beck.
- Schmitt, Thomas. (2013). Moschee-Konflikte und deutsche Gesellschaft. In: Halm, Dirk & Meyer, Hendrik (Hg.), *Islam und die deutsche Gesellschaft* (S. 145-166).
- Schmitt-Beck, Rüdiger. (2014). Euro-Kritik, wirtschaftspessimismus und Einwanderungskepsis: Hintergründe des Beinah-Wahlerfolges der Alternative für Deutschland (AfD) bei der bundestagswahl 2013. *Zeitschrift für Parlamentsfragen (ZParl)*, 1, 94-112.
- Schmitz-Berning, Cornelia. (2007). *Vokabular des Nationalsozialismus* (2., durchges. und überarb. Aufl. Auflage). Berlin u.a.: de Gruyter.
- Schmölders, Claudia. (2011). Affekte. In: Fleckner, Uwe; Warnke, Martin & Ziegler, Hendrik (Hg.), *Handbuch der politischen Ikonographie. Band I: Abdankung bis Huldigung* (S. 29-35). München: Beck.
- Schulze, Winfried. (1978). *Reich und Türkengefahr im späten 16. Jahrhundert. Studien zu den politischen und gesellschaftlichen Auswirkungen einer äußeren Bedrohung* (1. Aufl. Auflage). München: Beck.
- Schwender, Clemens & Petersen, Thomas. (2019). Visuelle Stereotype in der Kommunikationsforschung. In: Lobinger, Katharina (Hg.), *Handbuch Visuelle Kommunikationsforschung* (S. 1-23). Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.
- Smith, Heather & Ortiz, Daniel. (2002). Is it just me? The different consequences of personal and Group relative deprivation. In: Walker, Iain & Smith, Heather (Hg.), *Relative deprivation. specification, development, and integration* (S. 91-115). Cambridge u.a.: Cambridge Univ. Press.
- Smith, Heather; Spears, Russell & Oyen, Martin. (1994). „People Like Us:“ The Influence of Personal Deprivation and Group Membership Salience on Justice Evaluations. *Journal of experimental social psychology*, 30, 277-299.
- Sodhi, Kripal Singh & Bergius, Rudolf. (1953). *Nationale Vorurteile. Eine sozialpsychologische Untersuchung an 881 Personen*. Berlin: Duncker & Humblot.

- Spieker, Christoph. (2005). Polizeibilder unter SS-Runen. Der Film- und Bildstelle der Ordnungspolizei. In: Mecking, Sabine & Schröder, Stefan (Hg.), *Kontrapunkt. Vergangenheitsdiskurse und Gegenwartsverständnis* (S. 83-98). Essen: Klartext Verlag.
- Spier, Tim. (2006). Populismus und Modernisierung. In: Decker, Frank (Hg.), *Populismus in Europa – Gefahr für die Demokratie oder nützliches Korrektiv?* (S. 33-58). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Springer, Peter. (2011). Hand. In: Fleckner, Uwe; Warnke, Martin & Ziegler, Hendrik (Hg.), *Handbuch der politischen Ikonographie. Band I: Abdankung bis Huldigung* (S. 443-450). München: Beck.
- Stahlberg, Dagmar; Petersen, Lars-Eric & Dauheimer, Dauheimer. (1999). Preferences for and evaluation of self-relevant information depending on the elaboration of the self-schemata involved. *European Journal of Social Psychology*, 29, 489-502.
- Stephan, Walter & Renfro, Lausanne. (2016). The role of threat in intergroup relations. In: Mackie, Diane & Smith, Eliot (Hg.), *From prejudice to intergroup emotion. Differentiated reactions to social groups* (S. 191-207). New York: Psychology Press.
- Stier, Sebastian; Posch, Lisa; Bleier, Arnim & Strohmaier, Markus. (2017). When populists become popular. Comparing Facebook use by the right-wing movement Pegida and German political parties. *Information, Communication & Society*, 20(9), 1365-1388.
- Stouffer, Samuel; Suchman, Edward; Devinney, Leland; Star, Shirley & Williams, Robin. (1949). *The American soldier. Adjustment during army life (Vol. 1)*. Princeton, New Jersey: Princeton University Press.
- Stratmann, Gerd. (1987). "Classlessness" - Die kurze Karriere eines Klischees (1955-1965). In: Blaicher, Günther (Hg.), *Erstartetes Denken. Studien zu Klischee, Stereotyp u. Vorurteil in englischsprachiger Literatur* (S. 363-372). Tübingen: Gunter Narr.
- Stroebe, Wolfgang. (1982). Vorwort zur deutschen Ausgabe. In: Tajfel, Henri (Hg.), *Gruppenkonflikt und Vorurteil. Entstehung und Funktion sozialer Stereotypen* (S. 7-10). Bern: Huber.
- Sülflow, Michael. (2020). *Der Einfluss des Blickverhaltens auf die Urteilsbildung über Politiker*. Baden-Baden: Nomos.
- Taggart, Paul. (2004). Populism and representative politics in contemporary Europe. *Journal of Political Ideologies*, 9(3), 269-288.
- Tajfel, Henri. (1964). Die Entstehung der kognitiven und affektiven Einstellungen. In: Bracken, Mit einem Geleitwort von Professor Dr. René König und einer Einführung von Professor Dr. Dr. Helmut von (Hg.), *Vorurteile. Ihre Erforschung und ihre Bekämpfung* (S. 81-89). Frankfurt a. M.: Europ. Verl.-Anst.
- Tajfel, Henri. (1978). *Differentiation between social groups. Studies in the social psychology of intergroup relations*. London u.a.: Academic Press.
- Tajfel, Henri. (1981). *Human groups and social categories. Studies in social psychology*. Cambridge u.a.: Cambridge Univ. Pr.
- Tajfel, Henri. (1982). *Gruppenkonflikt und Vorurteil. Entstehung und Funktion sozialer Stereotypen*. Bern: Huber.
- Theye, Thomas. (1989). „Wir wollen nicht glauben, sondern schauen.“ Zur Geschichte der ethnographischen Fotografie im deutschsprachigen Raum im 19. Jahrhundert. In: Theye, Thomas (Hg.), *Der geraubte Schatten. Die Photographie als ethnographisches Dokument* (S. 60-119). München: Bucher.
- Thiele, Martina. (2015). *Medien und Stereotype. Konturen eines Forschungsfeldes [Elektronische Ressource]*. Bielefeld: transcript.

- Thiele, Matthias. (2005). *Flucht, Asyl und Einwanderung im Fernsehen*. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft mbH.
- Tröster, Heinrich. (2008). Stigma. In: Petersen, Lars-Eric & Six, Bernd (Hg.), *Stereotype, Vorurteile und soziale Diskriminierung. Theorien, Befunde und Interventionen* (S. 140-148). Weinheim, Basel: Beltz.
- Ueding, Gert. (1994). *Grundriß der Rhetorik. Geschichte, Technik, Methode* (3., aktualisierte Aufl. Auflage). Stuttgart u.a.: Metzler.
- Vitouch, Peter. (1998). *In Medias Res. Gedanken hinter einer Kolumne*. Wien: Holzhausen Verlag.
- von Baeyer-Katte, Wanda; Baumert, Gerhard; Jacobsen, Walter; Moebus, Gerhard; Scharmman, Theodor & Wiesbrock, Heinz (Eds.). (1964). *Vorurteile. Ihre Erforschung und ihre Bekämpfung*. Frankfurt a. M.: Europäische Verlagsanstalt.
- Vorberg, Laura. (2019). Dystopische Szenarien und alternative Zukunftsvisionen. Audiovisuelle Inszenierungsstrategien rechtspopulistischer Narrative in aktuellen deutschen und US-amerikanischen Wahlkampfspots. In: Schicha, Christian (Hg.), *Wahlwerbespots zur Bundestagswahl 2017. Analysen und Anschlussdiskurse über parteipolitische Kurzfilme in Deutschland* (S. 471-489). Wiesbaden: Springer VS.
- Vowe, Lilja-Ruben & Vowe, Gerhard. (2019). Viel Heute, wenig Morgen, kein Gestern? Tradition und Erinnerung in der Wahlkampfkommunikation. In: Schicha, Christian (Hg.), *Wahlwerbespots zur Bundestagswahl 2017. Analysen und Anschlussdiskurse über parteipolitische Kurzfilme in Deutschland* (S. 248-269). Wiesbaden: Springer VS.
- Wachowski, Goulmara. (2019). Metonymie, Synekdoche, Hyperbel, Antonomasie, Euphemismus und ihre Formen und Funktionen in der politischen Rede. In: Burkhardt, Armin (Hg.), *Handbücher politische Rhetorik* (S. 625-648). Berlin/Boston: Walter de Gruyter.
- Warburg, Aby. (1922). Italienische Kunst und internationale Astrologie im Palazzo Schifanoja zu Ferrara. *L'Italia e l'arte straniera*, 179-193.
- Warburg, Aby Moritz. (2010). Italienische Kunst und internationale Astrologie im Palazzo Schifanoja zu Ferrara (1922). In: Venturi, Adolfo (Hg.), *Werke in einem Band* (S. 207-225). Berlin.
- Warke, Martin. (1992). Politische Ikonographie. In: Arrouye, Jean & Beyer, Andreas (Hg.), *Die Lesbarkeit der Kunst. Zur Geistes-Gegenwart der Ikonologie* (S. 23-28). Berlin: Wagenbach.
- Warnke, Martin. (1980). Vier Stichworte. Ikonologie - Pathosformel - Polarität und Ausgleich - Schlagbilder und Bilderfahrzeuge. In: Hofmann, Werner; Syamken, Georg & Warnke, Martin (Hg.), *Die Menschenrechte des Auges. Über Aby Warburg* (S. 53-83). Frankfurt a. M.: Europ. Verl.-Anst.
- Warnke, Martin. (1992a). Politische Ikonographie. In: Arrouye, Jean & Beyer, Andreas (Hg.), *Die Lesbarkeit der Kunst. Zur Geistes-Gegenwart der Ikonologie* (S. 23-28). Berlin: Wagenbach.
- Warnke, Martin. (1992b). *Politische Landschaft. Zur Kunstgeschichte der Natur*. München & Wien: Carl Hanser Verlag.
- Warnke, Martin. (1993a). Die Bibliothek Warburg und ihr Forschungsprogramm. In: Warnke, Martin (Hg.), *Porträt aus Büchern. Bibliothek Warburg und Warburg Institute* (S. 29-34). Hamburg: Dölling u. Galitz.
- Warnke, Martin. (1993b). *Porträt aus Büchern. Bibliothek Warburg und Warburg Institute*. Hamburg: Dölling u. Galitz.

- Warnke, Martin. (1994). Politische Ikonographie. Hinweise auf eine sichtbare Politik. In: Leggewie, Claus (Hg.), *Wozu Politikwissenschaft? Über das Neue in der Politik* (S. 170-178). Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft.
- Weber, Wibke. (2019). Multidisziplinäre Forschungsperspektiven auf Infografiken und Datenvisualisierung. In: Lobinger, Katharina (Hg.), *Handbuch visuelle Kommunikationsforschung* (S. 335-359). Wiesbaden: Springer Fachmedien.
- Welker, Martin & Wünsch, Carsten. (2010). Methode der Online-Forschung. In: Schweiger, Wolfgang & Beck, Klaus (Hg.), *Handbuch Online-Kommunikation*. Wiesbaden: VS-Verl.
- Werner, Alban. (2015). Vor der Zerreißprobe: Wohin treibt die AfD? *Blätter für deutsche und internationale Politik*, 2, 83-90.
- Werner, Elke. (2011). Feindbild. In: Fleckner, Uwe; Warnke, Martin & Ziegler, Hendrik (Hg.), *Handbuch der politischen Ikonographie* (S. 301-305). München: C.H.Beck.
- Werner, Stefanie Kristina. (2011). Staatsräson. In: Fleckner, Uwe; Warnke, Martin & Ziegler, Hendrik (Hg.), *Handbuch der politischen Ikonographie. Band II: Imperator bis Zwerg* (S. 381-387). München: Beck.
- Wessolowski, Tanja. (2011). Naturkatastrophe. In: Fleckner, Uwe; Warnke, Martin & Ziegler, Hendrik (Hg.), *Handbuch der politischen Ikonographie. Band II: Imperator bis Zwerg* (S. 182-187). München: Beck.
- Wigger, Iris. (2007). *Die „Schwarze Schmach am Rhein“. Rassistische Diskriminierung zwischen Geschlecht, Klasse, Nation und Rasse*. Münster: Westfälisches Dampfboot.
- Wigger, Iris. (2009). „Die schwarze Schmach“ Afrikaner in der Propaganda der 1920er Jahre. In: Paul, Gerhard (Hg.), *Das Jahrhundert der Bilder 1900 bis 1949* (S. 268-276).
- Wilke, Jürgen. (2007). Nicht nur ein Theoretiker der Öffentlichen Meinung: Walter Lippmann Revisited. *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 55(4), 595-612.
- Wilpert, Gero von. (2001). *Sachwörterbuch der Literatur* (8., verb. und erw. Aufl. Auflage). Stuttgart: Kröner.
- Wirz, Dominique. (2018). Persuasion through emotion? An experimental test of the emotion-eliciting nature of populist communication. *International Journal of Communication*, 12, 1114-1138.
- Witamwas, Birgit. (2016). *Geklebte NS-Propaganda. Verführung und Manipulation durch das Plakat*. Berlin/Boston: Walter De Gruyter GmbH.
- Wodak, Ruth & Köhler, Katharina. (2010). Wer oder was ist „fremd“? Diskurshistorische Analyse fremdenfeindlicher Rhetorik in Österreich. *SWS-Rundschau*, 50(1), 33-55.
- Wolf, Tanja. (2017). *Rechtspopulismus: Überblick über Theorie und Praxis*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.
- Wolff, Vera. (2011). Schiff. In: Fleckner, Uwe; Warnke, Martin & Ziegler, Hendrik (Hg.), *Handbuch der politischen Ikonographie. Band II: Imperator bis Zwerg* (S. 325-331). München: Beck.
- Zeid, Amr Abu. (2016). *Islam und Orient im Bild der Presse. Zur Suggestivkraft multimodeller Berichterstattung*. Marburg: Tectum.
- Zick, Andreas & Küpper, Beate. (2008). Rassismus. In: Six, Peteresen (Hg.), *Stereotype, Vorurteile und soziale Diskriminierung. Theorie, Befunde und Interventionen* (S. 111-120). Beltz Verlag: Weinheim, Basel.
- Zimmermann, Anja. (2011). Frau. In: Fleckner, Uwe; Warnke, Martin & Ziegler, Hendrik (Hg.), *Handbuch der politischen Ikonographie. Band I: Abdankung bis Huldigung* (S. 366-371). München: C.H.Beck.

Ich versichere an Eides Statt, dass die Dissertation von mir selbständig und ohne unzulässige fremde Hilfe unter Beachtung der „Ordnung über die Grundsätze zur Sicherung guter wissenschaftlicher Praxis an der Heinrich- Heine-Universität Düsseldorf“ erstellt worden ist.