

Affekte und Emotionen im rechtspopulistischen Diskurs

Im Beitrag wird der rechtspopulistische Diskurs im Hinblick auf die politische Instrumentalisierung von Emotionen untersucht. Es wird primär die Kodierung von emotionalen Inhalten mithilfe von Bildern und kulturellen Symbolen abgehandelt, wobei auf die Breite der Emotionskala und die zeitliche Dimension von sprachlichen und kommunikativen Strategien des Rechtspopulismus hingewiesen werden soll.

Schlüsselwörter: Rechtspopulismus, politischer Diskurs, Manipulation

Affects and Emotions in the Discourse of the Right-Wing-Populism

The paper deals with the language and discourse of the right-wing populism and it analyzes the instrumentalization of emotions as part of the political marketing. The coding of emotional content using images and cultural symbols is primarily examined. The breadth of the emotional scale and the temporal dimension of linguistic and communicative strategies of right-wing populism should be pointed out.

Keywords: right-wing populism, political discourse, manipulation

Author: Ján Demčíšák, University of St. Cyril and Methodius in Trnava, Nám. J. Herdu 2, 917 01 Trnava, Slovakia, e-mail: jan.demcisak@ucm.sk

Received: 7.12.2019

Accepted: 25.5.2020

1. Einführung

Emotionen und Gemütsbewegungen gehören zur Politik schon seit jeher. Zum einen begleiten sie öffentliche Diskussionen, Kommentare, private Gespräche und Äußerungen unterschiedlichster Art, zum anderen werden sie im politischen Machtkampf geschickt umgesetzt und tragen zum Erfolg der oder jener Partei bei.¹ Einen Triumphzug verzeichnen heutzutage insbesondere rechtspopulistische politische Subjekte, die im Rahmen ihrer Öffentlichkeitsarbeit oft kontroverse und provokante Themen ansprechen und vor allem negative Emotionen schüren.

¹ Trotzdem blieben die Emotionen im Rahmen der Rechts- und Politikwissenschaften für lange Zeit unbeachtet, erst in der neueren Forschung kann von einer „Explosion der Emotionsforschung“ die Rede sein (Huppés-Cluysenaer 2018: 3). Zur Verlinkung der Politik und Emotionalität aus der Sicht der Affekt-Theorien vgl. auch die Aufsätze von Cvetkovich, Berlant, Bargetz, Nay und Michaelsen im Sammelband „Affekt und Geschlecht“ (Baier 2014).

Die folgende Analyse erfolgt im Kontext eines wissenschaftlichen Projekts, das sich der Komparation von sprachlichen Strategien des Rechtspopulismus in Deutschland, Österreich, Tschechien und in der Slowakei widmet und an der Universität der Hl. Cyril und Methodius in Trnava (Slowakei) durchgeführt wird.² Untersucht werden primäre Texte und Bilder der populistischen Parteien aus dem Zeitraum zwischen 2008 und 2013 in den vier Ländern. Die Bilderdatenbank umfasst zur Zeit 1883 Einträge aus Deutschland, 656 aus Österreich und 204 aus der Slowakei und Tschechien. Im Rahmen dieses Beitrags wird das visuelle PR-Material der FPÖ und AfD (und einiger assoziierten Organisationen im Umfeld dieser Parteien) im Hinblick auf die Instrumentalisierung von Emotionen analysiert.³

Die betrachteten politischen Subjekte lassen sich auf den gemeinsamen Nenner des Populismus bringen. Nach Meyer charakterisieren das populistische Denken Angst und Misstrauen der Unter- und Mittelschicht gegenüber den staatlichen Institutionen, Verwendung von einfachen Schablonen, Schwarz-Weiß-Sehen, Freund-Feind-Schematismus und Anklage, Verdächtigung und Beschuldigung, die insgesamt eine zwischenmenschliche Verständigung ersetzen (2006: 81–82). Auf der stilistischen Ebene können teils ähnliche teils unterschiedliche Merkmale und Symptome festgestellt werden. Die Populisten greifen oft auf Common-sense-Argumente zurück, formulieren radikale Lösungen, denken in Feindbildern, arbeiten mit Provokation und Tabubruch, wenden biologistische Metaphern und Gewaltmetaphern an und ihre Sprache begleiten Emotionalisierung und Angstmache (Decker/Lewandowsky 2017: 28–29). Die folgenden Analysen sollen jedoch zeigen, dass die Strategie der Emotionalisierung nicht nur auf negative Aspekte zurückgreift, sondern mit einem breiteren Spektrum von Emotionen und Affekten arbeitet und über eine simplifizierende einseitige Kausalität hinausgeht, darüber hinaus soll die zeitliche Dimension betrachtet werden.

2. Gefühl der Heimatliebe

Als erstes Beispiel kann die Emotion der Liebe angeführt werden. Paul Taggart vertritt die These, dass die populistische Rhetorik von einem idealistischen Konzept ausgeht: „Populist rhetoric uses the language of the people not because this express deeply rooted democratic convictions about the sovereignty of the masses, but because ‘the people’ are the occupants of the heartland and this is what, in essence, populists are trying to evoke“ (Taggart 2000: 95). Seine Auffassung korrigiert die vereinfachte etymologische Grundannahme, dass der Populismus die Stimme des Volkes repräsen-

² Das Projekt Nr. APVV-17-0128 wird finanziell von der Slowakischen Agentur für Forschungsförderung (APVV) unterstützt.

³ Zu der Analyse des Textmaterials aus dem deutschsprachigen Raum vgl. den Beitrag von Simona Fraštiková „Sprachliche Kodierung der emotionalen Einstellungen zu ausgewählten Sachverhalten im politischen Diskurs“ in diesem Band.

tiert. Dass das Konzept des „Herzlandes“ tatsächlich mit einer häufigen emotionalen Strategie in den analysierten politischen Kampagnen korrespondiert, kann u. a. auch an folgenden Beispielen demonstriert werden.



Abb. 1.



Abb. 2.



Abb. 3.

Die Einbeziehung des Rezipienten erfolgt über die Symbolik des Herzens, wobei unterschiedliche Stufen der Teilnahme differenziert werden können. Diese geht von einem eher passiven Zustand (Heimat im Herzen *haben* – Abb. 1) über das aktive Empfinden (*mein Herz schlägt* – Abb. 2) bis hin zur *echten Heimatliebe* (Abb. 3). Ähnlich wie die Abb. 1 mit dem Motiv des Spiegels arbeitet, soll in allen drei Fällen die Emotion der Heimatliebe widergespiegelt werden.⁴ Diese stiftet zum einen das kollektive Gefühl einer Gemeinschaft *wir* (Abb. 1), zum anderen wird sie zum Differenzierungsmerkmal, das zur Unterscheidung zwischen der *echten Heimatliebe* und dem *aufgesetzten Patriotismus* führt (Abb. 3). Die Heimat wird auch oft in die Lage der Bedrohung versetzt – sie scheint auf den Wähler (aber auch den richtigen Kandidaten) angewiesen zu sein, damit sie dem falschen Patriotismus nicht unterliegt. Dafür sind die Empathie und Identifikation des Wählers mit der „richtigen“ Partei notwendig.⁵ Sowohl die affektive Empathie als auch Identifikation helfen laut Lauren Berlant eine Nation aufzubauen. Diese emotionale Basis für die Bildung einer Nation bezeichnet sie mit dem Begriff „nationale Sentimentalität“. Die nationale Sentimentalität sei am Werk, wenn sich relativ privilegierte Bürger mit dem Leid wohlvertrauter Anderer konfrontiert sehen, dabei würden theoretisch diejenigen, die über Macht verfügen, alles Notwendige tun, um das Elend zu beseitigen. Es gehe dabei um die Beseitigung eines systembedingten gesellschaftlichen Schmerzes, dessen Abwesenheit zur Definition der Freiheit werde (2014: 87–91). Die Auffassung der Sentimentalität lässt sich zugleich mit der zeitlichen Dimension der Emotionalisierung verbinden. Dieser Aspekt wird in vielen Untersuchungen zu Sprache und Emotionen außer Acht gelassen. Schwarz-Friesel betrachtet z. B. die Zeitlichkeit vorwiegend im Sinne der Dauer, bzw. der raum-zeitlichen Verankerung der Emotionen (vgl. z. B. Schwarz-Friesel 2013: 35, 70, 71) und spricht über die kausale Richtung der

⁴ Die Spiegelmetaphorik ist vielen weiteren Plakaten zu entnehmen und ist oft auch mit einer Art Verdopplung verbunden (Textteile spiegeln sich in Bildern wider und umgekehrt).

⁵ Auch laut Schwarz-Friesel gelten Empathie und Identifikation als Garant für wirkungsvolle Persuasion (vgl. Schwarz-Friesel 2013: 225).

Sprachproduktion, beschäftigt sich aber kaum mit der zeitlichen Perspektive im Sinne der Vorwärts- bzw. Rückwärtsorientierung.

3. Gefühl der Bedrohung

Das Sentiment kreiert die Vorstellung einer heilen Welt der Vergangenheit nach dem Motto „früher war alles besser“ und ist also rückwärtsgerichtet. Die Gegenwart wird demgegenüber einer permanenten Bedrohung ausgesetzt, wobei das hier und jetzt im Hinblick auf die angsteinjagende Zukunft betrachtet und versprachlicht wird. Die FPÖ möchte in den folgenden Beispielen den Eindruck erwecken, dass der Strom der Einwanderer mehr Vergewaltigungen zur Folge hat (Abb. 4) und den Verlust der Sprache und der kulturellen Werte herbeiführt (Abb. 5 und 6). Die emotionale Komponente wird jedoch hinter dem Vorhang der Rationalität getarnt. Die Verwendung von verschiedenen (Pseudo-)Statistiken soll den Rezipienten davon überzeugen, dass er sich aufgrund seines eigenen Verstandes entscheidet und dass er den anderen (vor allem den politisch anders Gesinnten) an Intelligenz überlegen ist.



Abb. 4.



Abb. 5.



Abb. 6.

Die intellektuelle Überlegenheit soll zugleich die politische Stärke der werbenden Partei proklamieren, für die identifizierten Probleme werden Lösungen angeboten und die Siegeszüge gefeiert. Die Politiker verwandeln sich somit in Helfer und Retter, die den Wähler von allen Sorgen befreien können (Abb. 7 bis 9). Diese Strategie verleiht der populistischen Politik und Rhetorik einen messianistischen Charakter.



Abb. 7.



Abb. 8.



Abb. 9.

4. Religiöses Empfinden

Die emotionalen Wahrnehmungen stehen dem religiösen Empfinden sehr nahe. Die Religiosität wird von den rechtspopulistischen Parteien nicht selten sogar direkt angesprochen (Abb. 10). Wie bei den vorigen Beispielen wird der eigene Glaube, ähnlich wie die Heimat oder die kulturellen Werte, einer Bedrohung ausgesetzt, weshalb wiederum der Glaube (und auch die Heimat) schutzbedürftig sind. Derselbe Gedanke manifestiert sich auf eine mehr verschlüsselte Art und Weise in der Abbildung 11. Die Katze und der Fisch lassen sich als symbolische Repräsentationen des Islams (Katze als Lieblingstier Mohameds) und des Christentums (Fisch als Symbol von Jesus Christus) deuten⁶, wobei die Bedrohung der einen durch die andere Religion offensichtlich ist. Die Angst determiniert dabei auch die sprachliche Ebene und demonstriert sich in der antiislamistischen Sprache, wie es Fraštková (2019) am Beispiel der Texte von FPÖ belegt.



Abb. 10.



Abb. 11.

5. Mit-Gefühl und Mit-Leid

Die bereits besprochenen Kategorien wie Heimat, Bedrohung oder Religion schaffen eine Grundlage für die Entstehung des Gemeinschaftsgefühls und können als identitätsstiftend bezeichnet werden. Das Gruppengefühl ist natürlich auch mit den Mechanismen des Ausschlusses verbunden, wobei unterschieden wird, wer zu der Gruppe gehört und wer nicht (auf die Abgrenzung verweisen u. a. Abbildungen 3, 8, 10 oder 11). Als ein weiteres Element, das die Zusammengehörigkeit kreiert, kann die Empathie betrachtet werden. Dabei geht es in erster Linie um Mitleid.

⁶ Darüber hinaus konnotieren beide Tiere als kulturelle Symbole das Heil und Unheil und weisen auf weitere dichotome Spaltungen hin, vgl. dazu Demčíšák/Fraštková (2019).



Abb. 12.



Abb. 13.



Abb. 14.

Die Abbildungen 12 und 13 zeigen, dass auch tragische Ereignisse wie Terroranschläge oder Naturkatastrophen zum politischen Marketing instrumentalisiert werden können. Bei der Abb. 13 ist der Mitleidsgedanke eher subtil anwesend, auf der Oberfläche wird die Hochachtung für die Freiwilligenarbeit ausgedrückt. Eine ähnliche Idee ist auch der Abb. 14 zu entnehmen. Das Gefühl hochgeachtet und geschätzt zu werden entspricht der vorher erwähnten Idee des utopischen Herzlandes. Die Abbildungen 13 und 14, wie schon die Abb. 3, geben dem Rezipienten Bescheid, dass man auf ihn zählt und dass er gebraucht wird. Neben den Grundbedürfnissen wie Sicherheit appelliert man auf die höheren sozialen Bedürfnisse und die Selbstverwirklichung des Menschen in der Form des gesellschaftlichen und politischen Engagements. Als hilfsbedürftig erscheinen die Heimat, die eigene Kultur und Religion, aber auch Kinder (Abb. 15), ältere Menschen (Abb. 16) oder Tiere (Abb. 17).



Abb. 15.



Abb. 16.



Abb. 17.

Dadurch wird erneut eine Machtkonstellation hervorgebracht, denn die Rezipienten wie auch die politischen Akteure nehmen die Position des eindeutig Stärkeren an und erlangen erst in der Konfrontation mit dem Schwächeren eigene Mündigkeit und Legitimierung. Das Gefühl der sozialen Überlegenheit⁷ wird außerdem ähnlich wie in einigen vorherigen Beispielen mit pseudorationalistischen Argumenten untermauert (vor allem Abb. 15).

Nicht selten sind das Mitgefühl und die Fürsorge Teil einer Zukunftsvision, dies steht natürlich im Gegensatz zu dem vorher erwähnten Konzept der Sentimentalität von Lauren Berlant (2014). Weil sich die Sentimentalität vor allem aus der Vergangenheit speist, kann ihre Wirkung als Ergebnis einer regressiven Konfrontation

⁷ Zu dem sozialen Aspekt vgl. auch die Studie zur Expressivität in der Wahlkampagne von Fraščíková (2020).



Abb. 18.



Abb. 19.

beschrieben werden, demgegenüber steht – wie es die Abb. 18 und 19 belegen – eine progressive Vision, die auf dem Mitgefühl gegenüber den Unmündigen basiert. Der nationalen Sentimentalität kann meines Erachtens etwas wie „nationale Verheißung“ entgegengestellt werden, wobei ich mit dem Begriff „Verheißung“ und seiner teilweise religiösen Konnotation auf den romantisch-utopischen Charakter dieses Entwurfs hinweisen möchte.

6. Psychosomatische Aspekte der Emotionalität

Das Ziel der beschriebenen diskursiven Strategien ist, den potenziellen Wähler nicht nur anzusprechen, sondern ihn auch auf der emotionalen Ebene zu berühren. Die Berührung in diesem Sinne ist nicht nur eine einfache Metapher, sie zeigt eher auf die enge Verbindung zwischen der Emotion und dem Körper. Mehrere von den vorigen Beispielen sind mit einem körperlichen Aspekt verbunden – sei es direkt – das Herz (Abb. 1, 2), die Hände (Abb. 4, 14, 15, 16, 19) oder die Füße (Abb. 19) – oder indirekt – z. B. bei der Abb. 9 verweist das Ziehen der Notbremse auf die Hand, bei der Abb. 15 wird durch die Neigung der beiden Köpfe eine Herzform gebildet, ebenso bei der Abb. 19 durch die Neigung der Füße.



Abb. 20.



Abb. 21.



Abb. 22.

Bei manchen Bildern steht die Körperlichkeit noch mehr im Vordergrund. Hände, Haare oder Gesicht können die Andersartigkeit und die kulturellen Differenzen verdeutlichen – das Nichtreichen einer Hand kann mit Ekel oder Missachtung assoziiert werden (Abb. 21), das Verschleiern von Haaren oder des Gesichts scheint befremdlich zu sein. Während einige Berührungen Liebe und Geborgenheit vermitteln sollen (Abb. 15, 19), sind andere Berührungen unerwünscht und jagen Angst ein oder können sogar mit Wut und Empörung assoziiert werden (Abb. 20 und 22). Generell kann gesagt werden, dass die Emotionen einerseits körperlichen Ursprung haben, andererseits handelt es sich um performative Effekte der Sprache und der kulturellen Symbole und es geht im Prinzip um deren Einverleibung und Verinnerlichung. Was jedoch oft nur auf der Ebene des individuellen Körpers erörtert wird, lässt sich in dem politischen und nationalen Kontext auch auf den sozialen Körper übertragen.

7. Schlussfolgerung

Die Betrachtung der Emotionalisierungsstrategien der Rechtspopulisten bestätigt die These, dass die Gegenwart eine „neue Ökonomie der Affekte“ (Bargetz 2014) kennzeichnet, die an sich die Apathie und Passivität der Postdemokratie konterkariert. An diesem komplexen „Gefühlsregime“ beteiligen sich die Gefühle als Instrumente und Motor des Politischen und als emotionaler politischer Handlungs- und Erkenntnismodus und lassen sich nach Bargetz im Sinne einer „politischen Grammatik der Gefühle“ unter einem nominalen Aspekt (Politik der Gefühle) und einem verbalen Aspekt (Politik fühlen) zusammenzufassen (2014: 117–119). Diese Polarität ist jedoch besser unter dem kommunikativen Aspekt zu fassen, als Prozess von Produktion und Rezeption, der auf beiden Seiten eine aktive Teilnahme der Beteiligten erfordert. Während die linguistischen Sichtweisen auf die Emotionalität u. a. die Kausalitätszusammenhänge erörtern (vgl. Schwarz-Friesel 2013: 132) und damit eine einseitige Wirkungsrichtung voraussetzen, taucht innerhalb der neueren Forschungen der Begriff der affektiven Resonanz auf, der in Wirkungsrelationen auftritt und ein ontologisches Prinzip bezeichnet (Mühlhoff 2018: 157). Dieser scheint auch den hier analysierten Emotionalisierungsstrategien zu entsprechen. Es geht nicht nur um die Reziprozität zwischen dem Produzenten und Rezipienten – und zwar nicht nur bei der Anrufung der Heimatliebe und der nationalen Sentimentalität, sondern auch bei der Instrumentalisierung der Bedrohungsatmosphäre, der religiösen Gefühle, des Mitgefühls und Mitleids. Noch mehr deutlich wird die Nähe zu der Theorie der Resonanz in Anbetracht des psychosomatischen Aspekts der Emotionalität in der rechtspopulistischen Rhetorik, wobei der Körper sowohl im physischen als auch im übertragenen Sinne des sozialen Körpers als Resonanzraum verstanden werden kann. Die Emotionen, die in diesem Raum resonieren, sind dabei vielfältig. Obwohl die Forschungen zum Rechtspopulismus häufig die negativen Emotionen als Beispiele für die Emotionalisierungsstrategien heranziehen (z. B. die Angstmache), konnten

die analysierten Beispiele zeigen, dass genauso häufig auch positiv konnotierte Emotionen eine Rolle spielen. Die Einbeziehung der positiven Gefühle in die politischen Kampagnen betrachtet u. a. auch Heather E. Yates, sie beschäftigt sich aber explizit nur mit Hoffnung und Stolz (Yates 2019: 5), unsere Belege zeugen aber auch von weiteren positiven Gefühlen wie Liebe und Heimatliebe, Mitgefühl, Mitleid oder religiöses Empfinden. Im Zusammenhang mit dem Stolz erwähnt Yates auch den Aspekt der Zeit, ohne jedoch darauf näher einzugehen. Sie konstatiert nur, dass es sich um eine positive Einstellung zur Vergangenheit und Gegenwart handelt. Die zeitliche Dimension spielt dabei eine wichtige Rolle, einerseits geht es um die regressiv gerichtete nationale Sentimentalität im Sinne von Berlant, andererseits konnten aber auch Strategien identifiziert werden, die progressiv orientiert sind und die als nationale Verheißung bezeichnet werden können. Mit dem Konzept der Sentimentalität teilen sie aber einen romantisch-utopischen Charakter, der sich ebenso auf der positiven Seite der Emotionskala befindet.

Literaturverzeichnis

- BAIER, Angelika et al. *Affekt und Geschlecht. Eine einführende Anthologie*. Wien: Zaglossus, 2014. Print.
- BARGETZ, Brigitte. „Jenseits emotionaler Eindeutigkeit. Überlegungen zu einer politischen Grammatik der Gefühle“. *Affekt und Geschlecht. Eine einführende Anthologie*. Hrsg. Angelika Baier et al. Wien: Zaglossus, 2014, 117–136. Print.
- BERLANT, Lauren. „Das Subjekt wahrer Gefühle: Schmerz, Privatheit und Politik“. *Affekt und Geschlecht. Eine einführende Anthologie*. Hrsg. Angelika Baier et al. Wien: Zaglossus, 2014, 87–116. Print.
- DECKER, Frank und Marcel LEWANDOWSKY. „Rechtspopulismus: Erscheinungsformen, Ursachen und Gegenstrategien“. *Dossier: Rechtspopulismus*. Hrsg. Sabrina Baisbauer et al. Bonn: BPB, 2019, 22–35. <https://www.bpb.de/politik/extremismus/rechtspopulismus>. 30.11.2019.
- DEMČIŠÁK, Ján und Simona FRAŠTÍKOVÁ. „The Analysis of Cultural and Visual Symbols in the Political Campaigns of the Right-Wing Populism in German Speaking Countries“. *Reclaiming the future: official conference proceedings: official conference proceedings*. Sakae: International Academic Forum, 2019, 71–88. Print.
- FRAŠTÍKOVÁ, Simona. „Anti-islamic Approach and Its Linguistic Rendering in Specific Articles by the Freedom Party of Austria“. *Jazyk a politika: na pomedzí lingvistiky a politológie: zborník príspevkov zo 4. ročníka medzinárodnej vedeckej konferencie*. Hrsg. Radoslav Štefančík. Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM, 2019, 282–295. Print.
- FRAŠTÍKOVÁ, Simona. „Expresivita vo vybraných prostriedkoch predvolebnej kampane a jej možné negatívne dôsledky“. *Pedagogika Actualis XI*. Hrsg. Mariana Sirotová und Veronika Michvocíková. Trnava: Univerzita sv. Cyrila a Metoda, 2020, 101–111. Print.
- HUPPES-CLUYSENAER, Liesbeth und Nuno M. M. S. COELHO. *Aristoteles on Emotions in Law and Politics*. Cham: Springer, 2018. Print.
- MEYER, Thomas. „Populismus und Medien“. *Populismus. Gefahr für die Demokratie oder nützliches Korrektiv?* Hrsg. Frank Decker. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2006, 81–96. Print.

- MÜHLHOFF, Rainer. *Immersive Macht. Affekttheorie nach Spinoza und Foucault*. Frankfurt und New York: Camups Verlag, 2018. Print.
- SCHWARZ-FRIESEL, Monika. *Sprache und Emotion*. 2 Auflage. Tübingen: Narr Francke Attempto Verlag, 2013. Print.
- TAGGART, Paul. *Populism*. Buckingham (PA): Open University Press, 2000. Print.
- YATES, Heather E. *The Politics of Spectacle and Emotion in the 2016 Presidential Campaign*. Cham: Springer Nature, 2019. eBook.

Abbildungen

- Abb. 1. <https://www.facebook.com/fpoe/photos/a.170548806419730/968049410002995/?type=3&theater>. 6.3.2019.
- Abb. 2. <https://www.facebook.com/FJOesterreich/photos/a.307509049850/10154800544374851/?type=3&theater>. 15.3.2019.
- Abb. 3. <https://www.facebook.com/fpoe/photos/a.170548806419730/782570311884240/?type=3&theater>. 6.3.2019.
- Abb. 4. <https://www.facebook.com/fpoe/photos/a.170548806419730/749634141844524/?type=3&theater>. 6.3.2019.
- Abb. 5. <https://www.facebook.com/fpoe/photos/a.170548806419730/833082603499677/?type=3&theater>. 6.3.2019.
- Abb. 6. <https://www.facebook.com/865985613586144/photos/a.866075096910529/994672034050834/?type=3&theater>. 6.3.2019.
- Abb. 7. <https://www.facebook.com/fpoe/photos/a.170548806419730/850085118466092/?type=3&theater>. 6.3.2019.
- Abb. 8. <https://www.facebook.com/865985613586144/photos/a.866075096910529/994585837392787/?type=3&theater>. 6.3.2019.
- Abb. 9. <https://www.facebook.com/865985613586144/photos/a.866075096910529/989013521283352/?type=3&theater>. 6.3.2019.
- Abb. 10. <http://www.gemeinsamfuerdeutschland.de/index.php/landtagswahl-2018>. 28.1.2019.
- Abb. 11. <https://www.afdbayern.de/wahlen-2018/themenplakate>. 8.12.2018.
- Abb. 12. <https://www.facebook.com/fpoe/photos/a.170548806419730/933911303416806/?type=3&theater>. 6.3.2019.
- Abb. 13. <https://www.facebook.com/fpoe/photos/a.170548806419730/928943530580250/?type=3&theater>. 6.3.2019.
- Abb. 14. <https://www.facebook.com/FJOesterreich/photos/a.307509049850/10155123081559851/?type=3&theater>. 15.3.2019.
- Abb. 15. <https://www.designtagebuch.de/die-plakate-zur-bundestagswahl-2017/afd-plakat-petry/>. 28.1.2019.
- Abb. 16. <https://www.facebook.com/fpoe/photos/a.170548806419730/779604772180794/?type=3&theater>. 6.3.2019.
- Abb. 17. <https://www.facebook.com/fpoe/photos/a.170548806419730/956462331161703/?type=3&theater>. 6.3.2019.
- Abb. 18. <https://www.designtagebuch.de/von-praegnant-bis-lasch-die-wahlplakate-zur-nrw-landtagswahl-2017/afd-wahlplakat-nrw-landtagswahl-2017-4/>. 28.1.2019.
- Abb. 19. <https://www.facebook.com/fpoe/photos/a.170548806419730/928212793986657/?type=3&theater>. 6.3.2019.
- Abb. 20. <https://www.facebook.com/FJOesterreich/photos/a.307509049850/10153564951879851/?type=3&theater>. 15.3.2019.

Abb. 21. <https://www.facebook.com/fpoe/photos/a.170548806419730/930380043769932/?type=3&theater>. 6.3.2019.

Abb. 22. <https://www.facebook.com/rfj.stmk/photos/a.217993564882394/1315100728505000/?type=3&theater>. 14.3.2019.

ZITIERNACHWEIS:

DEMČIŠÁK, Ján. „Affekte und Emotionen im rechtspopulistischen Diskurs“, *Linguistische Treffen in Wrocław* 18, 2020 (II): 71–81. DOI: <https://doi.org/10.23817/lingtreff.18-5>.