



„Bunt genug“ – Persuasive Strategien der rechten Diskriminierung marginalisierter Gruppen durch AfD-Anhänger*innen auf TikTok

Audiovisuelle und rhetorische Einflussnahme zwischen der Europawahl 2024 und der deutschen Bundestagswahl 2025

Fachbereich:	Medienproduktion
Hochschule:	Technische Hochschule Ostwestfalen-Lippe
	Standort Detmold
Name:	Lena Marie Sandkühler
Erstprüfer:	Prof. Dr. phil. Tobias Schmohl
Zweitprüferin:	B. A. Carolin Krallmann
CC-Lizenz:	CC BY-SA (4.0)

Inhaltsverzeichnis

1 Einleitung	1-5
1.1 Aktualität und Relevanz von Rechtspopulismus & Rechtsextremismus	
1.1.1 Zuspruch in Europa und Deutschland	
1.1.2 Die Rolle der Alternative für Deutschland (AfD) auf TikTok	
1.1.3 Gefahrenpotenzial des rechten Spektrums	
1.1.4 Ende der ‘Ampel-Koalition’ in Deutschland	
1.1.5 Fall der ‘Brandmauer’ und Rufe nach Remigration	
1.2 Forschungslücke	
1.3 Ziel der Arbeit	
1.4 Konkrete Fragestellung	
 2 Stand der Forschung	 5-10
2.1 Definition von Rechtspopulismus & Rechtsextremismus	
2.2 Entwicklung und Einordnung der AfD	
2.3 Politische Persuasion in den Medien & mediale Strategien der AfD	
2.4 Verbreitung diskriminierender Inhalte durch die AfD	
2.5 Besonderheiten des Mediums TikTok und die Nutzung durch die AfD	
 3 Methodik	 10-12
3.1 Literaturreview	
3.2 Analyse von Fallbeispielen	
3.3 Reflexion kritischer Inhalte	

4.1 Fallbeispiel 1: Festnahme eines Menschen durch die Polizei

4.1.1 Kurze Zusammenfassung des Videos

4.1.2 Einordnung des Accounts

4.1.3 Sexualisierter antimuslimischer Rassismus & Islamfeindlichkeit

4.1.4 Ableismus

4.2 Fallbeispiel 2: Ausschnitt aus dem Mitteldeutschen Rundfunk (MDR)

4.2.1 Ableismus

4.2.2 Medienfeindlichkeit

4.3 Fallbeispiel 3: Christlicher Fundamentalismus & antimuslimischer Rassismus

4.4 Fallbeispiel 4: Unterstützung des Wahlkampfs von Alice Weidel

4.5 Fallbeispiel 5: Montage zur AfD und Alice Weidel

4.5.1 Heroisierung

4.5.2 Künstliche Intelligenz (KI) & Deepfakes

4.5.3 Weitere Heroisierung

4.5.4 Propaganda & Instrumentalisierung des Christentums

4.6 Fallbeispiel 6: Deepfake-Video zu Ricarda Lang

4.6.1 Wertekodex des dazugehörigen Accounts

4.6.2 Zuspruch zur AfD

4.6.3 Ablehnung der Antifa

4.6.4 Ablehnung der Partei Bündnis 90/Grünen (Die Grünen)

4.6.5 Deepfake

4.6.6 Fettfeindlichkeit & Body Shaming

4.6.7 Misogynie & Sexismus

4.6.8 Elitenfeindlichkeit & Antifeminismus

5 Fazit **43-44**

5.1 Zusammenfassung der Ergebnisse

5.2 Rückgriff auf die Fragestellung

5.3 Limitationen der Untersuchung

5.4 Ausblick

Literaturverzeichnis **45-71**

Anhang **72**

Transkript zu einem der analysierten TikTok-Videos

Abbildungsverzeichnis

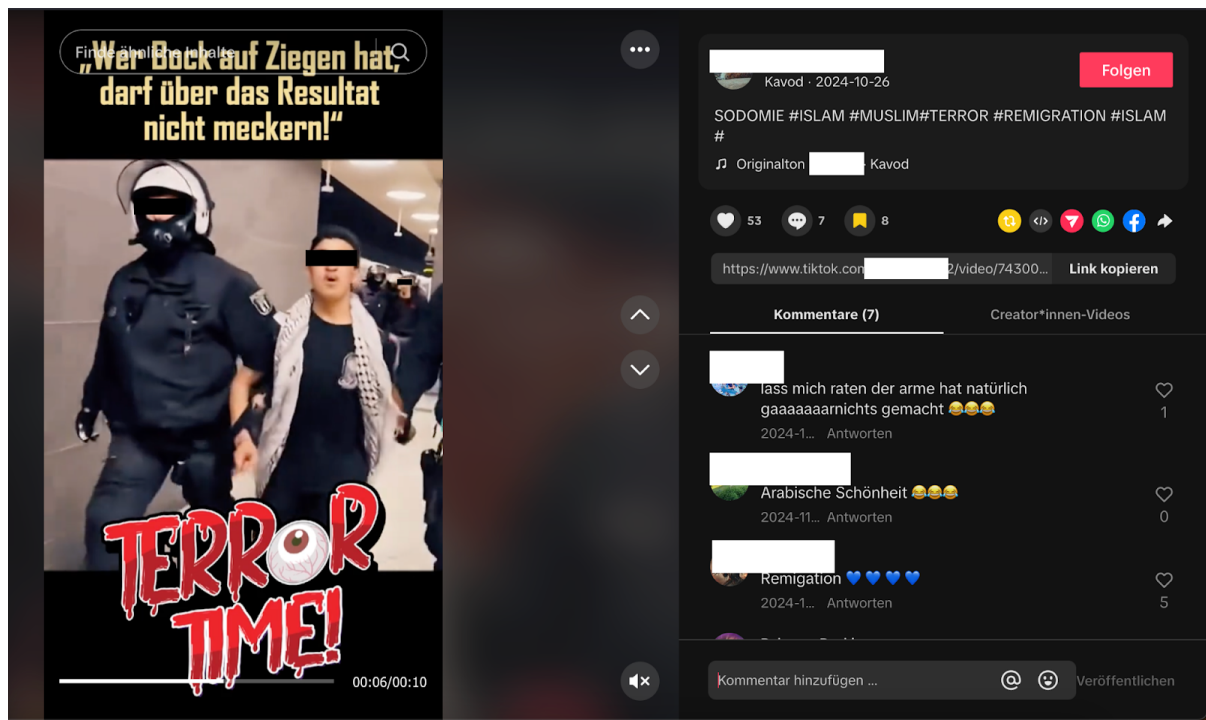


Abbildung 01. Screenshot von TikTok - Verhaftungsvideo.

TikTok-Video von [@Platzhalter_1], 26. Oktober 2024. Abrufbar unter:

<https://www.tiktok.com/@cosynus22/video/7430093425048882464> (letzter Zugriff: 10.02.2025).

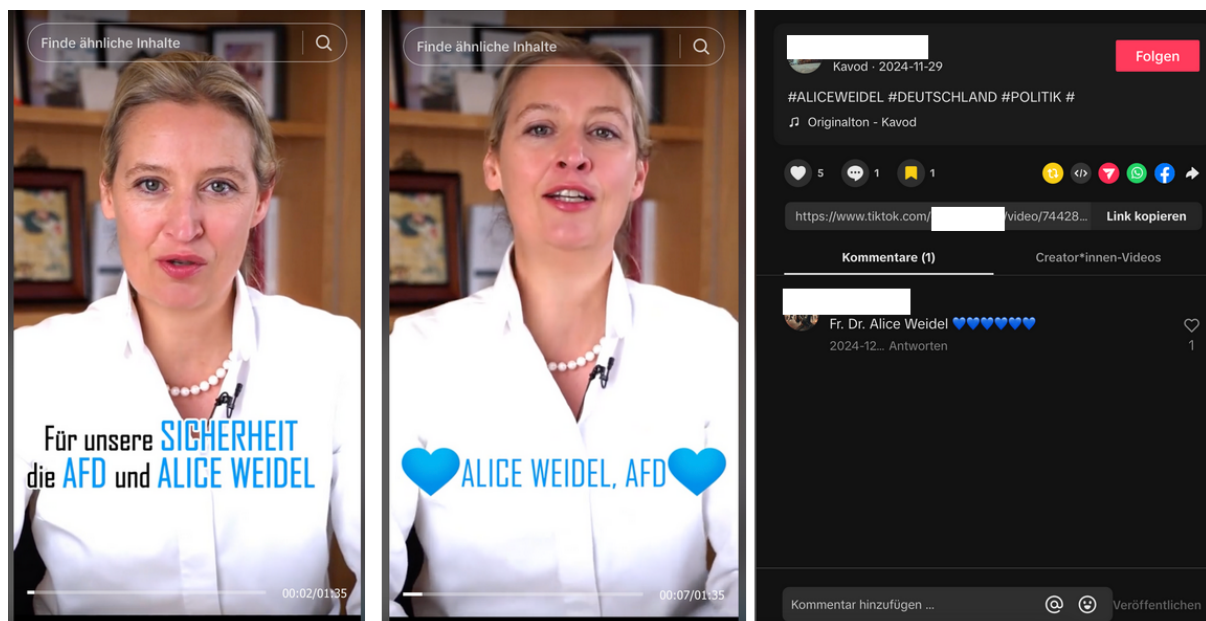


Abbildung 02. Screenshot von TikTok.

TikTok-Video von [@Platzhalter_1], 29. November 2024. Abrufbar unter:

<https://www.tiktok.com/@cosynus22/video/7442837662202891553> (letzter Zugriff: 10.02.2025).

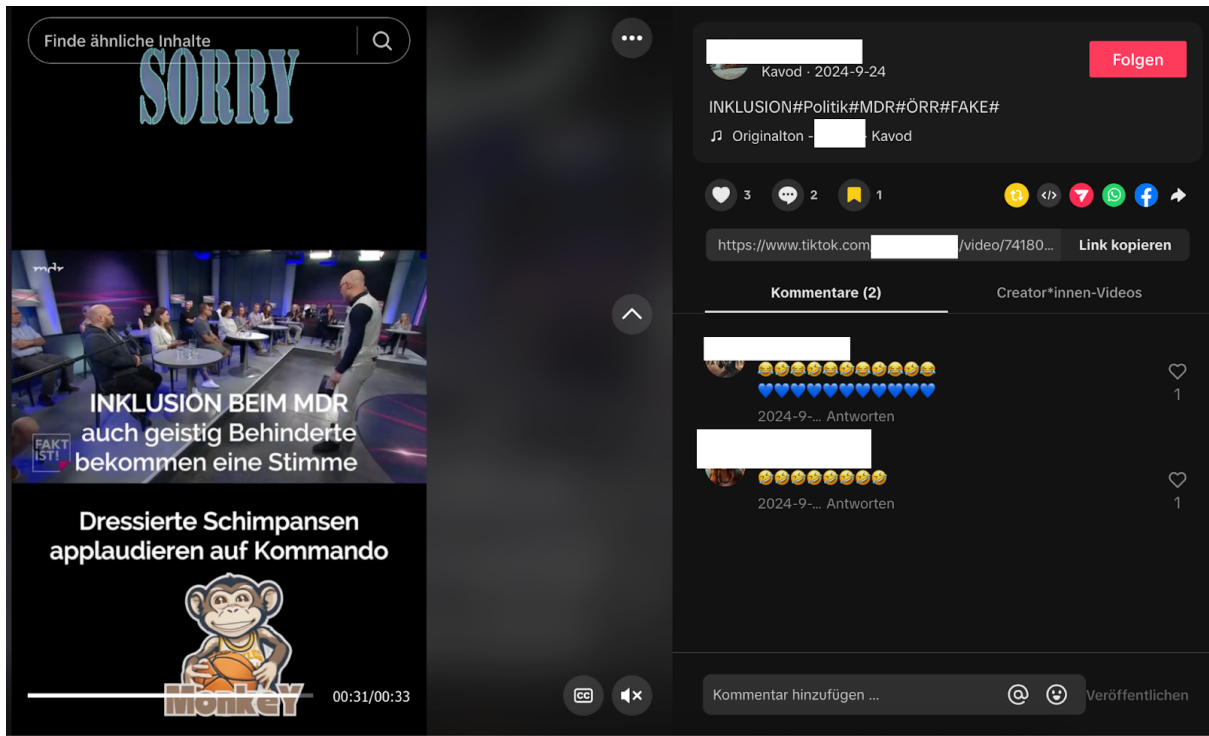


Abbildung 03. Screenshot von TikTok. Ableismus.

TikTok-Video von [@Platzhalter_1], 24. September 2024. Abrufbar unter:

<https://www.tiktok.com/@cosynus22/video/7418054482145135904> (letzter Zugriff: 10.02.2025).

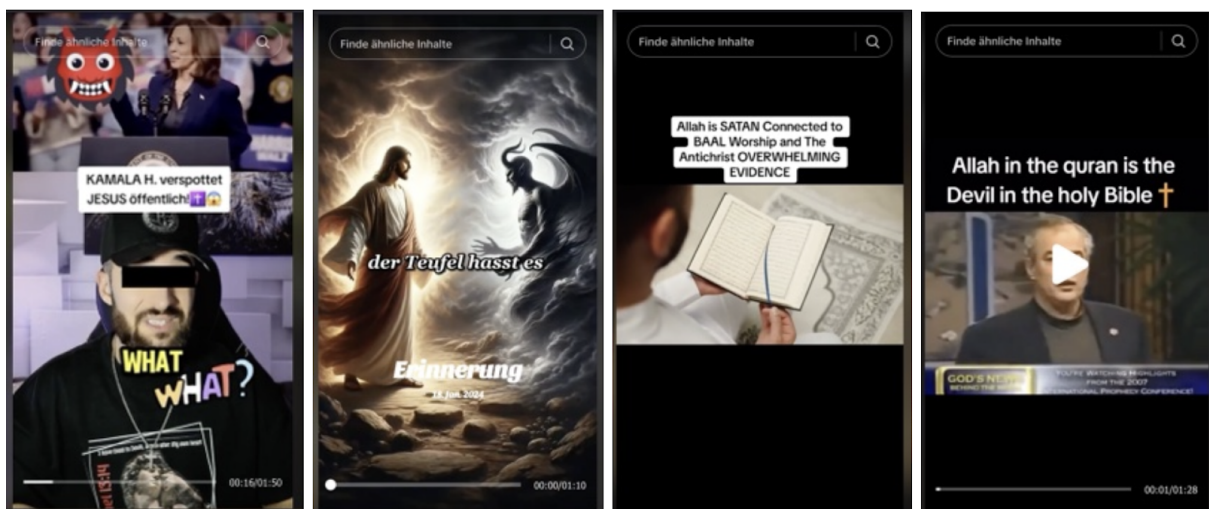


Abbildung 04. Screenshotcollage von TikTok - Satan.

TikTok-Video von [@Platzhalter_1], 28. Oktober 2024. Abrufbar unter:

<https://www.tiktok.com/@cosynus22/video/7430770740430966049> (letzter Zugriff: 10.02.2025).

TikTok-Video von [@Platzhalter_1], 18. Januar 2025. Abrufbar unter:

<https://www.tiktok.com/@cosynus22/video/7461032413884468502> (letzter Zugriff: 10.02.2025).

TikTok-Video von [@Platzhalter_1], 11. Mai 2024. Abrufbar unter:

<https://www.tiktok.com/@cosynus22/video/7367729892986850592> (letzter Zugriff: 10.02.2025).

TikTok-Video von [@Platzhalter_1], 24. Mai 2024. Abrufbar unter:

<https://www.tiktok.com/@cosynus22/video/7372367887002078497> (letzter Zugriff: 10.02.2025).

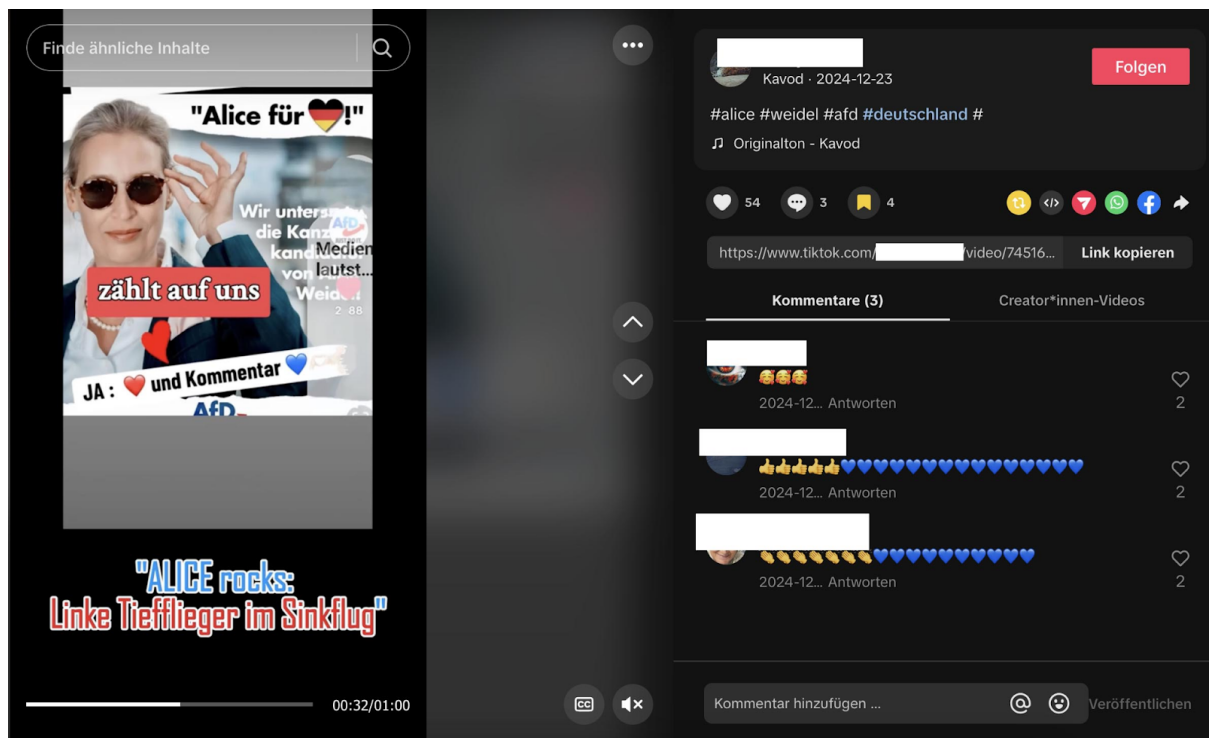


Abbildung 05. Screenshot von TikTok. Alice zählt auf uns.

TikTok-Video von [@Platzhalter_1], 23. Dezember 2024. Abrufbar unter:

<https://www.tiktok.com/@cosynus22/video/7451637742028541217> (letzter Zugriff: 10.02.2025).

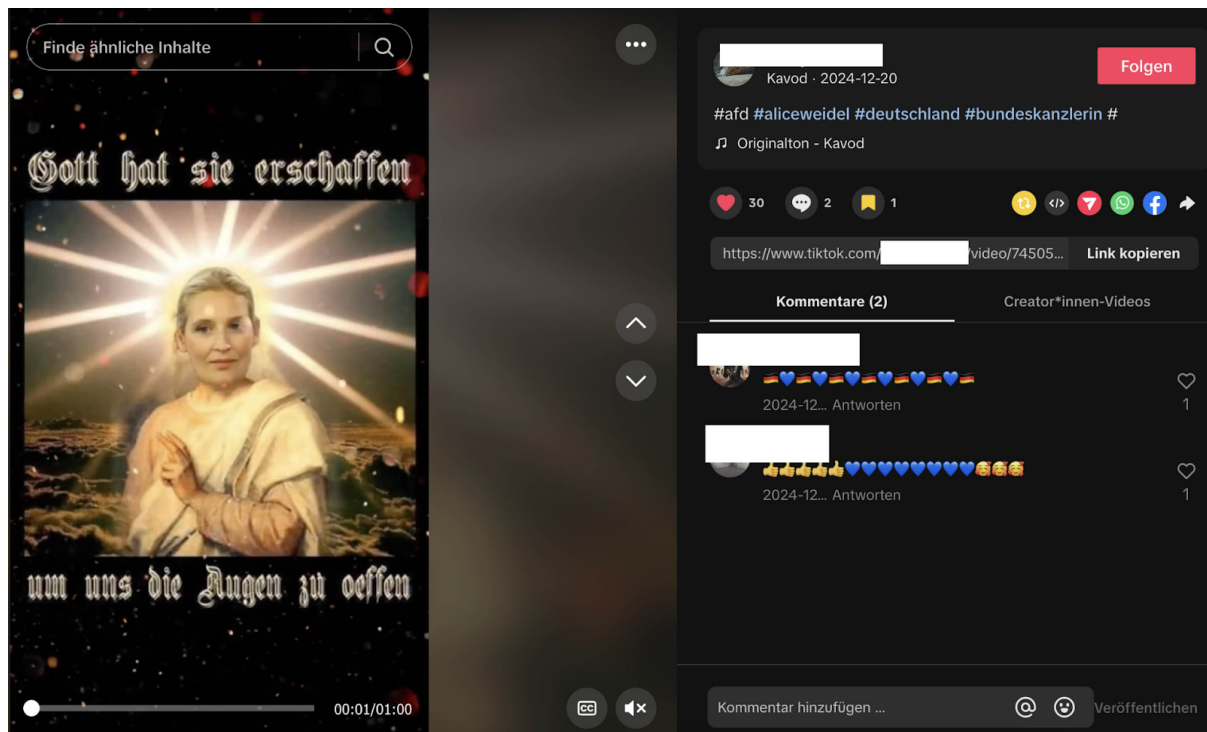


Abbildung 06. Screenshot von TikTok. Göttlich.

TikTok-Video von [@Platzhalter_1], 20. Dezember 2024. Abrufbar unter:

<https://www.tiktok.com/@cosynus22/video/7450563833363582241> (letzter Zugriff: 10.02.2025).

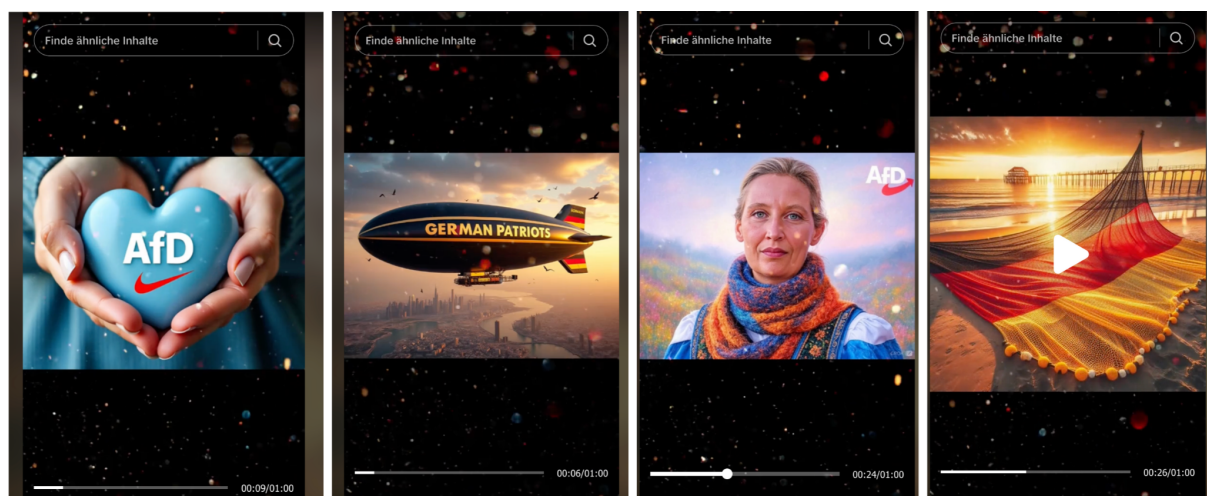


Abbildung 07. Collage aus Screenshots von TikTok. Heroisierung.

TikTok-Video von [@Platzhalter_1], 20. Dezember 2024. Abrufbar unter:

<https://www.tiktok.com/@cosynus22/video/7450563833363582241> (letzter Zugriff: 10.02.2025).

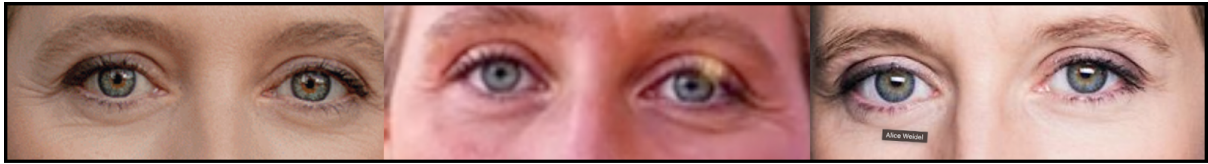


Abbildung 08. Collage aus Screenshots von TikTok, der Alice Weidel Homepage und des Deutschen Bundestags.

Augenpartie.

Mitte: TikTok-Video von [@Platzhalter_1], 20. Dezember 2024. Abrufbar unter:

<https://www.tiktok.com/@cosynus22/video/7450563833363582241> (letzter Zugriff: 10.02.2025).

Links: Bild von Alice Weidel. Abrufbar unter: <https://alice-weidel.de/unterstuetzen/> (letzter Zugriff:

10.02.2025).

Rechts: Bild von Dr. Alice Weidel/Hagen Schnauss. Abrufbar unter:

https://www.bundestag.de/abgeordnete/biografien/W/weidel_alice-858184 (letzter Zugriff: 10.02.2025).

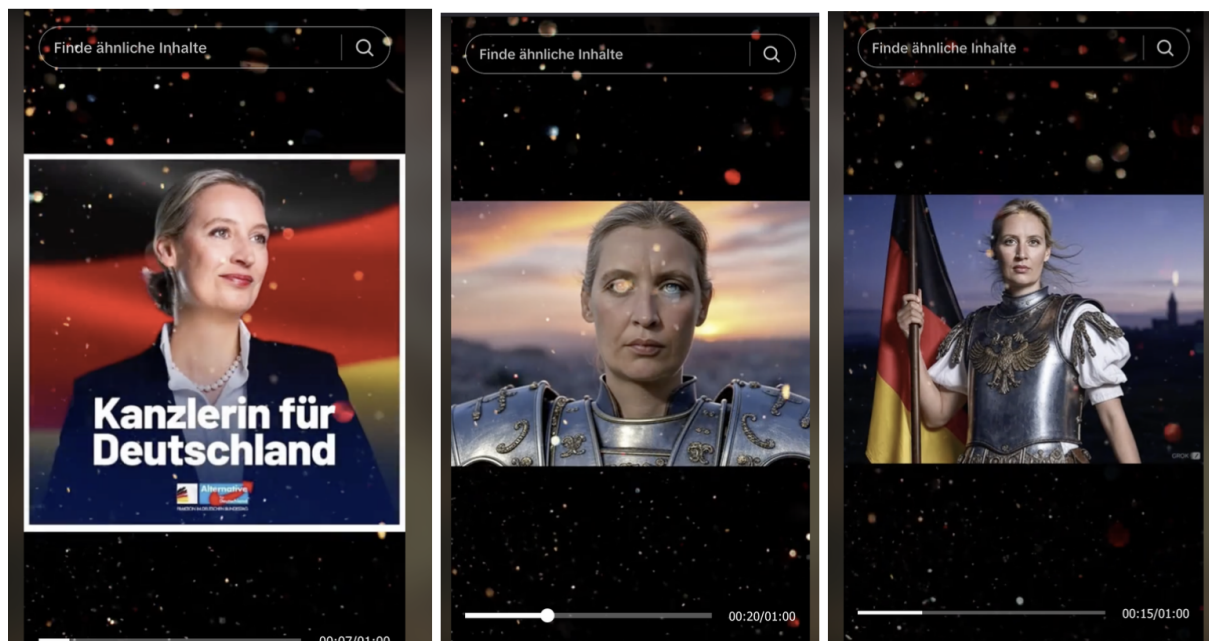


Abbildung 09. Collage aus Screenshots von TikTok. Heroisierung und Jeanne d'Arc.

TikTok-Video von [@Platzhalter_1], 20. Dezember 2024. Abrufbar unter:

<https://www.tiktok.com/@cosynus22/video/7450563833363582241> (letzter Zugriff: 10.02.2025).



Abbildung 10. Screenshot von TikTok. AfD-Zuspruch.

TikTok-Profil von [@Platzhalter_2], 30. Oktober 2024. Abrufbar unter:

https://www.tiktok.com/@m_rhee2024 (letzter Zugriff: 10.02.2025).

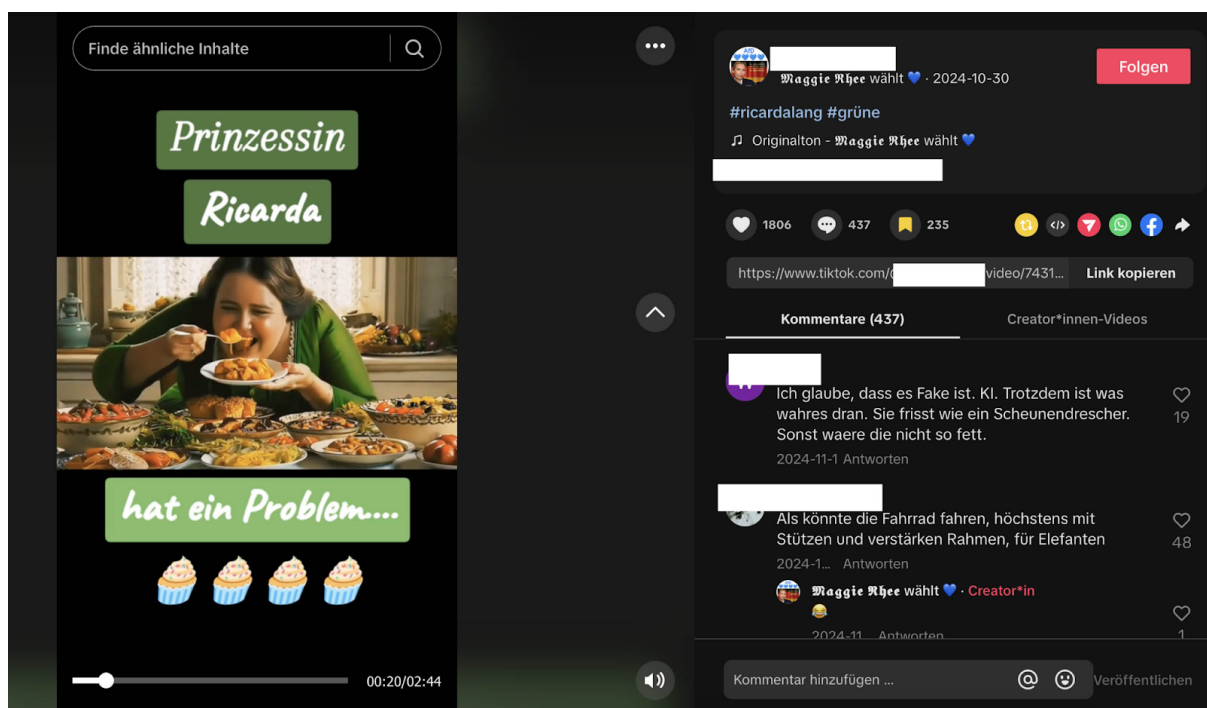


Abbildung 11. Screenshot von TikTok. Lang-Diffamierung.

TikTok-Video von [@Platzhalter_2], 30. Oktober 2024. Abrufbar unter:

https://www.tiktok.com/@m_rhee2024/video/7431545184707513633 (letzter Zugriff: 10.02.2025).

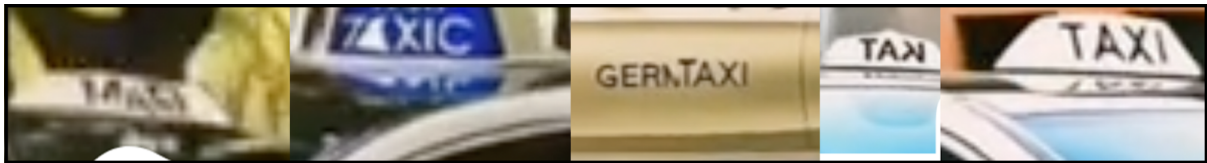


Abbildung 12. Collage aus Screenshots von TikTok. Taxi.

TikTok-Video von [@Platzhalter_2], 30. Oktober 2024. Abrufbar unter:

https://www.tiktok.com/@m_rhee2024/video/7431545184707513633 (letzter Zugriff: 10.02.2025)

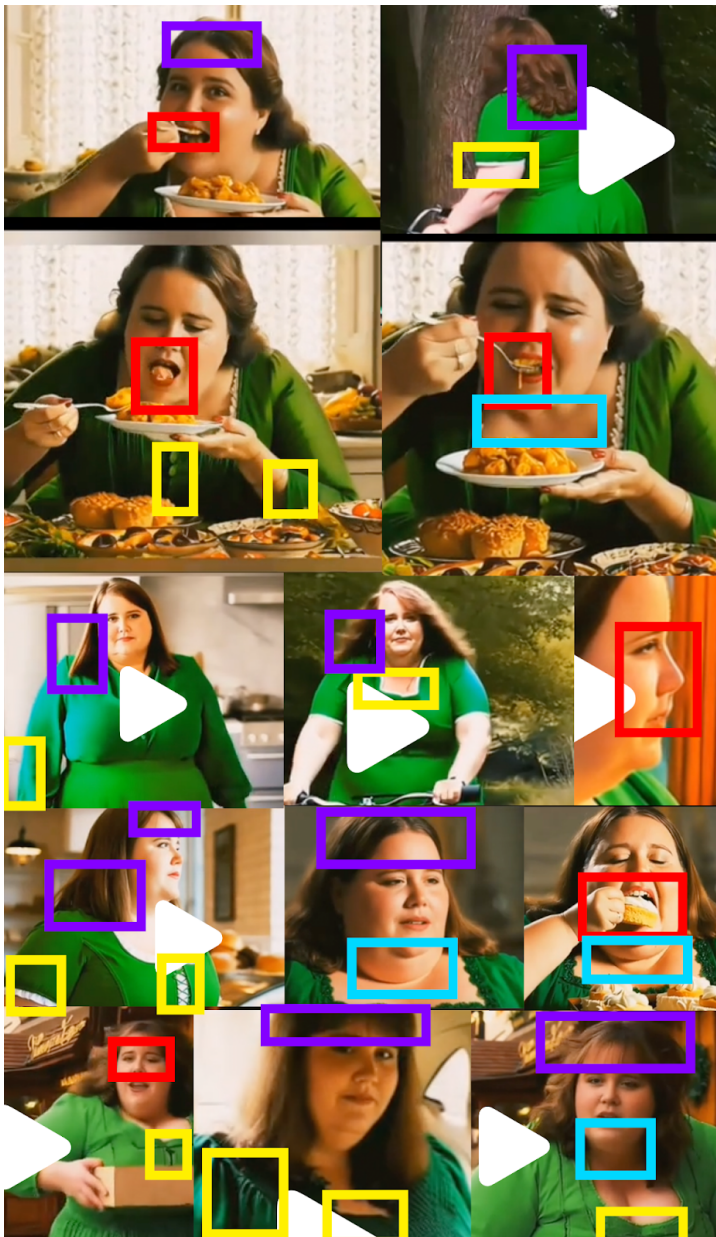


Abbildung 13. Collage aus Screenshots von TikTok. Lang-Deepfake.

TikTok-Video von [@Platzhalter_2], 30. Oktober 2024. Abrufbar unter:

https://www.tiktok.com/@m_rhee2024/video/7431545184707513633 (letzter Zugriff: 10.02.2025).

“Wörter nutzen sich ab. Das Publikum stumpft ab. Mahnungen wiederholen, doch sie lohnen sich allein um später Genugtuung zu verspüren: Die Geschichte kann sich wiederholen, die ersten Folgen der neuen Staffel haben wir schon hinter uns.”

(Mohamed Amjahid, Autor & Journalist, 2025)

1 Einleitung

1.1 Aktualität und Relevanz von Rechtspopulismus & Rechtsextremismus

1.1.1 Zuspruch in Europa und Deutschland

Nach der Jahrtausendwende und auch ab den 2010er-Jahren erlebten Parteien des linken Spektrums einen deutlichen Rückgang ihrer Wählerstimmen in Westeuropa samt ehemaliger sozialistischer und sozialdemokratischer Hochburgen wie Deutschland, während rechtspopulistische Parteien wiederum an Zuspruch gewannen (Snegovaya, 2024, S. 2f). (Gross, 2023, S. 489) sekundiert, dass sich im letzten Jahrzehnt ein starker Zuwachs der Bekanntheit von Rechtspopulismus im Großteil Europas erkennen lässt. So ist auch der Zuspruch von jungen Wähler*innen zur Partei *Alternative für Deutschland*, kurz AfD, hoch, wie sich am Beispiel der vergangenen thüringischen Landtagswahl am 01.09.2024 erkennen lässt, denn „[i]n Thüringen erreichte sie mit 38 Prozent unter den 18- bis 24-Jährigen ihr stärkstes Ergebnis“ (Vorländer et al., 2024). Bereits im Jahre 2018 stellten Berning et al. (2019, S. 111f) fest, dass insbesondere jüngere Menschen sowie Männer im Allgemeinen größere Sympathien zu radikalen rechtspopulistischen Parteien hegen. Auch bei der Europawahl im Sommer 2024 hatte die AfD bei den unter 30-Jährigen einen überdurchschnittlichen Stimmenanteil bei den unter 30-Jährigen (European Center for Populism Studies (ECPS) & Arzheimer, 2024).

1.1.2 Die Rolle der *Alternative für Deutschland* (AfD) auf TikTok

Zuletzt tauchte nicht nur innerhalb wissenschaftlicher Kreise, sondern auch in den breiten Massenmedien die Beobachtung auf, dass die AfD TikTok zu ihrem Vorteil nutzt. So schrieben (Vogel & Schmitt, 2024, o. S.) im Nachrichtenportal *SWR Aktuell*, dass „TikTok eine Waffe im Wahlkampf“ sei und die AfD „dort um Stimmen junger Menschen“ werbe. Da TikTok bekanntermaßen eine hohe Beliebtheit bei jungen Menschen aufweist, ist die Korrelation zwischen dem Zuspruch zur AfD und der Nutzung von TikTok für diese Arbeit von hoher Bedeutung. In diesem Zusammenhang zeigt sich das „AFD-Paradox“ (Fratzscher,

2024, S. 1) als relevant, welches besagt, dass „[e]in Rechtsruck [...] vor allem den AfD-Wähler*innen [selbst] und der jungen Generation [schadet]“ (ebd.). Aus diesem Grunde soll diese Arbeit auf die Gefahr für marginalisierte Gruppen durch die Diskriminierung hinweisen, die von den AfD Videos auf TikTok potentiell auszugehen scheint.

1.1.3 Gefahrenpotenzial des rechten Spektrums

Weiterhin ist zu beachten, dass „Rechtspopulismus [...] als manifeste Gefährdung für die Demokratie anzusehen [ist]“, wie Pickel (2022, S. 355) im Zusammenhang mit „antidemokratische[n] Aktivität[e]n“ argumentiert. Jänicke & Porath verweisen 2024 (S. 2f) im *Handbuch Rechtsextremismus* zwar auf die notwendige Abgrenzung von *Hate Speech*, welche “sich auf sprachliche oder bildsprachliche Angriffe in Form menschenverachtender Aussagen gegenüber Einzelnen oder Gruppen meist im digitalen Raum bezieht”, zum Begriff rechter Gewalt im Sinne eines “Sammelbegriff[s] für Gewalttaten, die auf historisch gewachsenen Macht- und Herrschaftsverhältnissen, insbesondere geprägt durch Kolonialismus und Nationalsozialismus, auf gesellschaftlich verankerten Ausgrenzungsideologien und menschenverachtenden Ungleichwertigkeitsvorstellungen basieren”, akzentuieren aber dennoch, dass dieser “ebenfalls Ausgrenzungsideologien, mit dem Ziel, die Würde und die Rechte von Menschen einzuschränken” zu Grunde liegen.

1.1.4 Ende der ‘Ampel-Koalition’ in Deutschland

Am 07.11.2024 kam es in der seit 2021 bestehenden sogenannten Ampel-Koalition aus SPD, Bündnis 90/Die Grünen und der FDP zu einem Bruch zwischen SPD-Kanzler Olaf Scholz und FDP-Finanzminister Christian Lindner, infolge dessen die Koalition zerbrach. (Tagesschau, 07.11.2024, o. S.). Robert Habeck, zu diesem Zeitpunkt Vizekanzler und Wirtschaftsminister, von den Grünen mahnte in Bezug auf die weltpolitische Situation an: "Dies ist die schlechteste Zeit, dass die Regierung scheitert" (Habeck, 2024 in Tagesschau, 07.11.2024, o. S.).

Im Verlauf der folgenden Wochen wurden, nach dem Stellen der Vertrauensfrage am 16.12.2024, Neuwahlen für den 23.02.25 angesetzt (Müller, 2024, o. S.).

1.1.5 Fall der ‘Brandmauer’ und Rufe nach Remigration

Der Parteivorsitzende Friedrich Merz der stärksten Oppositionspartei Christlich Demokratische Union Deutschlands (CDU) sprach bereits 2022 von einer metaphorischen ‘Brandmauer’, welche die Partei von der AfD trennt (Seidel, 2025, o. S.). Am 29.01.2025 versuchte er jedoch seinen sogenannten “Antrag der CDU-CSU-Fraktion zur Abweisung von Asylsuchenden an deutschen Grenzen” mit Hilfe der Stimmen der AfD zu einer legitimen Mehrheit zu gelangen, was auch zunächst gelang, dann aber im Bundestag scheiterte (ebd.).

Hierzu äußerte er sich in der Öffentlichkeit mit den Worten: "Was in der Sache richtig ist, wird nicht falsch, wenn die Falschen zustimmen." (Merz, 2025, zitiert n. Seidel, 2025, o. S.). Merz Vorgehen traf im AfD-Lager in Bezug auf die 'Zusammenarbeit' auf Begeisterung und Zustimmung, wohingegen sowohl von den anderen Parteien als auch von einzelnen Parteimitgliedern aus der CDU scharfe Kritik geäußert wurde (Christmann et al., Tagesspiegel, 2025, o. S.). So machte der jüdische Publizist am 30.01.2025 öffentlich, dass er als Antwort auf Friedrich Merz Alleingang die Partei verlassen würde, da ein solches Vorgehen nicht mit seinen Werten übereinstimme (Tagesschau, 30.01.2025, o. S.).

Bereits im Mai 2024 gab es einen *xenophobischen*, d. h. fremdenfeindlichen (Küchler, 1996, S. 248), Vorfall auf Sylt, bei dem junge Menschen rassistische Parolen wie "Ausländer raus" und "Deutschland den Deutschen" zum Lied L'Amour Toujours von Gigi D'Agostino gerufen beziehungsweise gesungen haben sowie eine männliche Person mutmaßlich mittels seiner Gestik den Hitler-typischen Oberlippenbart nachgeahmt hat (Tagesschau, 2024).

Schröder (2018, S. 19) betont: "[E]gal ob sich Ausländerfeindlichkeit in niedriger oder höhergestellten Schichten zeigt, sie geht immer mit einer stärkeren Unterstützung der AfD einher".

Dies legt den Schluss nahe, dass AfD-Unterstützer nicht per se besorgter um die eigene und allgemeine wirtschaftliche Lage, sowie Kriminalität und sozialen Zusammenhalt sind, sondern weil sie negative Konsequenzen durch Flüchtlinge und Zuwanderung fürchten. Zugespißt kann man deswegen sagen, dass AfD-Unterstützer Ausländern gegenüber feindlich eingestellt sind, sich ansonsten aber kaum von sonstigen Deutschen unterscheiden. Da die AfD-Unterstützer eher Bedenken gegenüber einer kulturellen Unterwanderung als vor ökonomischem Schaden äußern, dürften sie auch nicht von ihrer AfD-Präferenz abzubringen sein, indem man ihnen wirtschaftliche Vorteile von Zuwanderung nahelegt. (Schröder, 2018, S.18)

Extrem rechte und eher rechts Denkende haben sehr hohe Zustimmungswerte bei den Dimensionen Nationalchauvinismus (39%) und Fremdenfeindlichkeit (41%). Ein manifest rechtsextremes Weltbild ist bei [...] 24% bei den Anhängern der AfD (rechts/eher rechts Denkende 22%). Ein manifest rechtsextremes Weltbild ist bei 4% der Grünen-Anhänger vorhanden (5% bei links/eher links Denkenden) gegenüber 24% bei den Anhängern der AfD (rechts/eher rechts Denkende 22%). Auffällig ist auch der deutliche Anstieg in der Bevölkerung in Bezug auf ein manifest rechtsextremes Weltbild (Zusammenfassung der sechs Dimensionen): von 2.5 Prozent (2014) auf 8.3 Prozent (2023); 2023 befürworteten auch 6.6 Prozent der Deutschen eine Diktatur mit starkem Führer und einer starken einzigen Partei. (Hampel, 2023, S. 5f)

1.2 Forschungslücke

Traditionell wird argumentiert, dass die generelle Einstellung zu Migration starken Einfluss auf die Zustimmung zur AfD innehat (Andersen & Mayerl, 2024; Klein & Springer, 2020; Arzheimer & Berning, 2019)

In den letzten 10 Jahren wurden zwar deutlich mehr Informationen zur Nutzung der Social Media Plattform TikTok von AfD-Akteur*innen veröffentlicht worden, allerdings beziehen sich diese zumeist auf die offiziellen AfD-Vertreter*innen und nur selten auf die Anhänger*innen der AfD

Es existieren zwar bereits zahlreiche wissenschaftliche Arbeiten über die medialen Strategien insbesondere der rechten Partei *Alternative für Deutschland*, aber es gibt vergleichsweise sehr wenig Forschung darüber, welche genauen Stilmittel dabei genutzt werden und inwiefern diese konkret zur Diskriminierung marginalisierter Gruppen beitragen.

Diesbezüglich lässt sich somit eine Forschungslücke erkennen, welche innerhalb der vorliegenden Arbeit bearbeitet werden soll

1.3 Ziel der Arbeit

“Regenbogenflagge? Wir sagen ‘Schwarz, Rot, Gold’ ist uns bunt genug” (TikTok-Video von @Platzhalter_0, TikTok, 2024)

Ziel dieser Arbeit ist es, darüber aufzuklären und zu informieren, ob und wie genau rechtspopulistische bis rechtsextreme Postings von AfD-Unterstützer*innen im sozialen Medium TikTok in einer suggestiven Art und Weise auf Nutzer*innen einwirken können und wie diese dabei verschiedene Formen von Diskriminierung reproduzieren. Hierzu zählen möglicherweise wie insbesondere Rassismus samt Unterformen wie antimuslimischer Rassismus, Migrationsfeindlichkeit, Antisemitismus und das Themenfeld Queerfeindlichkeit samt den dazugehörigen Phänomenen wie Antigenderismus, Transphobie sowie Homophobie und außerdem weitere Diskriminierungsformen wie Ableismus, Misogynie und Fettfeindlichkeit. Welche Formen tatsächlich auftreten, zeigt der Analyseteil der vorliegenden Arbeit.

1.4 Konkrete Fragestellung

Die folgende Arbeit beschäftigt sich daher mit der Fragestellung, welche konkreten Strategien von rechten Anhänger*innen der AfD genutzt werden, um ihre Videos auf TikTok zu verbreiten und welche rhetorischen und audiovisuellen Mittel dabei in Form einer persuasiven Einflussnahme auf Nutzer*innen dieses Mediums zwecks einer Diskriminierung marginalisierter Gruppen zum Einsatz kommen. Überdies sollen durch die Analyse exemplarisch konkrete Diskriminierungsformen der AfD-Unterstützer*innen sichtbar

gemacht werden, um auf eine mögliche Gefahr durch diese rechten Strategien aufmerksam zu machen.

Hierbei soll der Fokus der wissenschaftlichen Untersuchung besonders auf den Zeitraum zwischen der Europawahl 2024 und der deutschen Bundestagswahl 2025 gelegt werden.

2 Stand der Forschung

2.1 Definition von Rechtspopulismus & Rechtsextremismus

Zunächst gilt es zu klären, wie sich für den Zwecke der vorliegenden Arbeit Rechtspopulismus definieren lässt. Zur Definition von Rechtspopulismus macht Pickel (2022, S. 339) deutlich, dass „antimuslimischer Rassismus, ein überzeugter Antifeminismus sowie eine generelle Ablehnung und Abwertung von sexueller und geschlechtlicher Vielfalt“ ebenso wie bei Rechtsextremismus Hauptbestandteile von diesem sind. Ergänzend hierzu unterstreicht Pickel (2022, S. 337) unter Berufung auf Priester (2007, S. 75) und andere nicht näher benannte Wissenschaftler*innen im Forschungsgebiet die ohne klare Abgrenzung ineinander übergehende Verbindung zwischen Rechtspopulismus und Rechtsextremismus.

Pickel (2022, S. 355f) verdeutlicht die nur scheinbare Unbedenklichkeit von Rechtspopulismus im Vergleich zu Rechtsextremismus und beschreibt die Gefahr, die von der „Selbstverharmlosung“ rechtspopulistischer Parteien wie der AfD in Bezug auf die Demokratie, Pluralisierung und damit indirekt für Muslim*innen und queere Menschen ausgeht. Im Jahre 2018 zeigt sich eine konkrete Gefahr für als geflüchtet gelesene Menschen, als die AfD zusammen mit anderen rechten Gruppierungen und Beteiligten nach einer tödlichen Gewalttat gegen einen Deutsch-Kubaner durch die Streuung von *Fake News* und Hetze gegen Geflüchtete „rassistische Hetzjagden und gewalttätige Angriffe“ ausgelöst hat (Jänicke und Porath, 2024, S. 21). Glaser & Rahner (2022, S. 311) „verstehen sogenannten Rechtspopulismus als (modernisierten) Teil der extremen Rechten“, betonen, dass das „Phänomen [Rechtspopulismus] [...] zur extremen Rechten [gehört] und [...] regen zu einer kritischen Begriffsverwendung gegen die Vorstellung eines ‚Rechtsextremismus light‘ an.“.

2.2 Entwicklung und Einordnung der AfD

Laut Spissinger (2024, S. 245) hat sich die AfD „programmatisch, personell und rhetorisch radikalisiert“. „Die Machtverhältnisse in der AfD haben sich seit 2013 deutlich zugunsten der radikaleren Kräfte verschoben, ohne dass diese bereits über die Mehrheit im Bundesvorstand oder auf dem Parteitag verfügen. Dazu trägt auch die Jugendorganisation Junge Alternative (JA) bei, die ideologisch und organisatorisch rechts von der Mutterpartei steht“ (Decker, 2022, S. 146f). Botsch (2018) argumentiert, dass die Bezeichnung der AfD als rechtspopulistisch statt rechtsextrem eine „Vermeidungsstrategie“ ist, Rechtspopulismus nur als „Stellvertreterbegriff“ fungiert. Und in der Tat ist der Begriff so schwammig, dass er oft

als vermeintliche harmlosere Variante des Rechtsextremismus letzteren quasi einzuhegen versucht.” (Botsch, 2018, o. S.)

Schultz et al. (2021, S. 61) fassen wie folgt zusammen:

In Wissenschaft und Öffentlichkeit wird die AfD wahlweise als rechtspopulistisch, rechtsradikal, rechtsextrem, völkisch-autoritär oder autoritär-nationalradikal bezeichnet [...]. Studien zeigen, dass AfD-Sympathisant*innen Aussagen, die für gruppenbezogene Menschenfeindlichkeit stehen, stärker zustimmen als andere Bürger*innen[...].

2.2 Politische Persuasion in den Medien & mediale Strategien der AfD

Die AfD erlangte mit der Zeit außerdem die höchste Reichweite aller Deutschen Parteien in der digitalen Welt (Hillje, 2022, zitiert nach Bösch, 2023, S. 149).

Wie lässt sich dieses Phänomen also erklären?

Gemäß Diehl et al. (2016, S. 1876) ermöglichen soziale Medien ihren Nutzer*innen einen einfachen Zugang zu politischen Diskussionen, auch wenn diese von den Nutzer*innen aus der Motivation des Entstehens sozialer Interaktionen heraus verwendet werden. Decker (2022, S. 147) äußert sich wiederum kritisch: “[Die Partei AfD setzt] auf bewusste politische Provokationen”, “[u]m in den sozialen Medien Aufmerksamkeit zu generieren”.

Diehl et al. (2016, S. 1890f) argumentieren hingegen, dass das Durchschauen von Nachrichten sowie die allgemeine Kommunikation auf Social Media den Bedingungen für demokratischen Austausch tendenziell positiv zuträglich sind.

Die Autoren zeichnen insgesamt ein vergleichsweise positives und optimistisches Bild zur politischen Informationsbildung und Persuasion auf Social Media. Hierzu muss allerdings berücksichtigt werden, dass diese Veröffentlichung bereits von 2016 stammt, also zum jetzigen Stand knapp 9 Jahre alt und somit aktuelle politische Entwicklungen sowie die Weiterentwicklungen der sozialen Netzwerke noch nicht mit einbezogen werden konnten. Das Medium TikTok als solches existierte zum Zeitpunkt der Durchführung der in der Arbeit enthaltenen „two-wave national panel survey [...] in December 2013 and March 2014“ (ebd. S. 1880) noch nicht.

Gerbaudo et al. (2023, S. 8f) berichten wiederum von der Relation zwischen absichtlich Wut auslösender Kommunikation von Parteivorsitzenden des rechten Spektrums und den wütenden Reaktionen auf diese bei der Social-Media-Plattform Facebook: Wut generierender Inhalt wird von Rechtspopulist*innen spezifisch als Taktik eingesetzt, um Nutzer*innen zu mobilisieren und damit eine Verbreitung ebendieser Inhalte zu erreichen.

Im Allgemeinen hat die AfD zumindest für den Zeitraum zwischen 2015-2018 gemäß Maurer et al. (2023, S. 761) die deutsche Nachrichtenlandschaft insofern instrumentalisiert, dass deren Inhalte skandalisiert wurden, die AfD dabei in den Mittelpunkt der medialen

Aufmerksamkeit gerückt ist und somit schlussendlich davon profitiert hat. Gerbaudo et al. (2023, S. 9) sprechen von einer Schlüsselrolle Wut beinhaltender Kommunikationsweisen der rechtspopulistischen Parteivorsitzenden bei der Mobilisierung von Facebook-Nutzer*innen. Am Beispiel der Niederlande betonen Berning et al. (2019, S. 113f) die positiven Auswirkungen medialer Aufmerksamkeit auf die Sympathien zu radikalen rechtspopulistischen Parteien: hierbei erläutern sie die verstärkende Wirkung euroskeptischer Einstellungen sowie einer empfundenen ethnischen Bedrohung auf den zuvor genannten Effekt. Gerbaudo et al. (2023, S. 8f) bestätigen in ihren Untersuchungen, dass Einwanderung und Sicherheit betreffende Thematiken zu einer erhöhten Bereitschaft bei Facebook-Nutzer*innen führen, diese Inhalte zu teilen.

2.3 Verbreitung diskriminierender Inhalte durch die AfD

Sayan-Cengiz und Tekin (2022, o. S.) beleuchten die visuellen Strategien der AfD-Plakate im 2017er Wahlkampf: Sie (ebd.) kommen zum Schluss, dass die AfD auf den Postern aktiv muslimische Männer kriminalisiert und muslimische Frauen viktimisiert, während deutsche Frauen ohne Migrationshintergrund als Repräsentantinnen von Sexualität und Schönheit dargestellt werden. Hierzu beschreibt auch Doerr (2021, S. 4) die Dichotomie zwischen einem *Wir* und *Die* am Beispiel eines Wahlplakates der AfD, auf dem *weiße* Frauen sexualisiert werden, während muslimische Frauen als unterdrückte Personen dargestellt werden. Farris (2017, S. 73f) drückt ebenso aus, dass rechtspopulistische Parteien muslimische oder nicht-westliche Männer als Unterdrücker von muslimischen oder nicht-westlichen Frauen darstellen, welche somit als Opfer dieser erscheinen und bezeichnet dies auch als einen dichotomischen Vorgang, welcher sexualisierten Rassismus sowie rassifizierten Sexismus beinhaltet. Ebenfalls erläutern Bitzl & Kurze (2021, S. 495), dass die AfD „im Rückgriff auf den Grenzmarker Kultur einen dichotomen Antagonismus des „wir“ (Deutsche) und die „Anderen“ (Muslim:innen) [formt]“. Bereits im Jahr 2007 spricht Puar (S. 4) zwar nicht explizit von einem rechtspopulistischen Konzept eines *Wir* gegen *Die*, weist aber gleichwohl auf die gesellschaftliche Gegenüberstellung von positiv wahrgenommenen homosexuellen USA-Einwohner*innen gegenüber einer negativ konstruierten orientalischen muslimischen Sexualität hin. Von einem „us“, d. h. das Volk, gegenüber einem „them“, d. h. die korrupte Elite oder Migranten, berichtet auch Farris (2017, S. 57) als Ergebnis ihrer Literaturreviews bezüglich der Definition von Populismus, den sie als formalistischen Deutungsansatz benennt.

Und schließlich kann hier [...] auf die Bildung von konfrontativen Identitäten verwiesen werden, welche in einem „Wir“ gegen „die Anderen“ besteht, wobei mit dem Erstgenannten das „einfache“ und „wahre Volk“ und mit dem Letztgenannten die „Elite“ bzw. „Politiker“, aber auch Angehörige von Minderheiten unterschiedlichster Art gemeint sind. (Pfahl-Traughber, 2019, S. 34)

Sayan-Cengiz und Tekin (2022, o. S.) zeigen ebenfalls eine kontrastierende propagandistische Darstellung innerhalb von AfD-Wahlplakaten zwischen “native” Insider*innen und muslimisch-migrantischen Außenseiter*innen auf. Brockmeyer (2024, S. 22) unterstützt in seiner Bachelorarbeit über die Strategien der AfD auf X/Twitter die These einer AfD-Kommunikation via einer “in-group” von deutschen Bürger*innen und Steuerzahler*innen gegenüber einer “out-group” von Immigrant*innen. Am Beispiel von auf Jubiläen der DDR bezogenen X/Twitter-Beiträgen erläutern Richardson-Little, Merrill und Arlaud (2022, S. 1368ff), dass die AfD diese gezielt nutzt, um innerhalb von polarisierenden Diskursen die sogenannte politische Elite in Form ihrer politischen Gegner zu diffamieren und sich als viktimisierte Helden von dieser abzugrenzen.

Spissinger (2024, S. 245) hebt „die Ambivalenz der neurechten Gefühlsarbeit“ hervor. Der Autor (2024, S. 245) führt weiter aus, dass „die AfD - Gemeinschaft [...] bedrohliche und totalitäre Welten [entwirft] und [...] zugleich als Quelle der Hoffnung und Befreiung [fungiert].“. Henninger et. al (2021, S. 9) benennen in diesem Kontext ebenfalls das “Bedrohungsszenario”, welches innerhalb von antifeministischen Diskursen erzeugt wird.

Puar (2007, S. 2ff) macht im Kontext des US-amerikanischen Nationalismus als Urheberin des Begriffes *Homonationalismus* auf „sexual-racial othering“ (S. 2) und “sexual exceptionalism” (S. 4) aufmerksam, womit sie beschreibt, inwiefern strenge gesellschaftliche Normen queere und *nicht-weiße* Menschen ausgrenzen, die diesen Normen nicht entsprechen, während *weiße* und *westliche* Menschen bevorzugt werden.

Von “othered men and women” redet auch Farris (2017, S. 73f) im Zusammenhang mit dem Narrativ von rechten Parteien von muslimisch-nicht-westlichen Männern als sexuell bedrohliche Unterdrücker und muslimisch-nicht-westlichen Frauen als viktimisiertes und sexuell objektifiziertes Eigentum.

Doerr (2021, S. 2) wiederum fasst in ihrer Arbeit die Ergebnisse empirischer Studien zusammen und zeigt dadurch auf, dass einige Gruppierungen innerhalb des Rechtsaußen-Spektrums visuelle Medien und Memes gleichzeitig zurückweisen und für sich selbst beanspruchen, die ursprünglich aus feministischen, queeren und linken Kontexten stammen. Darüber hinaus greift sie (ebd.) auf weitere Studien zurück, die ergeben haben, dass einige der eben erwähnten Gruppen auch innerhalb ihrer nationalistischen und antimuslimischen Sichtweisen für Gleichberechtigung zwischen Frauen und Männern und LGBT-Personen werben. Dazu passend beschreibt Farris (2017, S. 3) wie antimuslimische Äußerungen von rechten Nationalist*innen, unter anderen beteiligten Akteur*innen, in Westeuropa als Kampf für Geschlechter-Gleichberechtigung dargestellt werden, während sie im Zuge dessen rassistische und antimigrantische Ideologien verbreiten.

Der Begriff Femonationalismus, welcher aus “feminist and femocratic nationalism” zusammengesetzt ist, wurde von Farris (2017, S. 4) geprägt und veranschaulicht wie sowohl

sehr bekannte Feminist*innen, Neoliberale als auch die für die vorliegende Arbeit besonders relevanten europäischen rechten Parteien Gebrauch von ursprünglich feministischen Themen. Passend zu dieser Thematik analysiert Doerr (2021, S. 10) in ihrer Arbeit ein weiteres AfD-Wahlplakat, welches vordergründig potenzielle AfD-Wähler*innen aus der LGBT-Community ansprechen soll, hintergründig aber das rassistische Narrativ von homophoben männlichen muslimischen Migranten verbreitet.

Richardson-Little, Merrill & Arlaud (2022, S. 1372) untersuchen Twitter-Beiträge der AfD zur DDR und heben auch hier hervor, dass die AfD strategisch darauf abzielt, ihre Parteianhänger*innen dazu zu motivieren, ihre politischen Gegner, in diesem Fall durch Nutzung eines bestimmten Hashtags, zu attackieren und diesen zu schaden.

Hillje (S. 5ff, 2018) äußert in dem Projekt der Friedrich-Ebert-Stiftung gegen Rechtsextremismus:

Ein besonders beliebtes Narrativ ist jenes von der „Bedrohung von außen“, das eine Gefahr für Deutsche durch Nicht-Deutsche vermittelt, etwa durch die Destabilisierung oder Islamisierung durch Migration. [...] Eine wichtige Funktion dieser Narrative ist die Schaffung einer kollektiven Identität unter der Anhängerschaft. [...] Rechtsextremistische Organisationen wie die Identitären sind auch deshalb auf Plattformen wie Instagram erfolgreich, weil sie ihr Publikum mit „ästhetischen“ Inhalten ansprechen, die einen bestimmten Lifestyle zum Ausdruck bringen, und weniger über direkte politische Botschaften.

Zudem werden populistische Kommunikationsweisen von Maurer et al. (2023, S. 749f) unter anderem als emotionalisiert und übermäßig simplifiziert eingeordnet. Doerr (2021, S. 9f) sekundiert und konkretisiert die These, dass die AfD rhetorische Strategien wie Übertreibung und Simplifizierung nutzt und belegt dies anhand von spezifischen AfD-Wahlplakaten.

2.3 Besonderheiten des Mediums TikTok und die Nutzung durch die AfD

Die AfD kann in dem sozialen Medium TikTok einen enormen Erfolg vorweisen und verfügt verglichen mit den anderen deutschen Parteien über die reichweitenstärksten Social Media Kanäle (Bösch, 2023, S. 150). Aue (2024, S. 41) bestätigt, dass die AfD über kontinuierlich steigende Zahlen von Follower*innen auf TikTok verfügt.

Wie lässt sich diese Tatsache deuten?

Bösch (2023, S. 150) stellt in diesem Zusammenhang das dem ersten Eindruck nach andersartige Vorgehen gegenüber anderen Parteien heraus. Heyna (2024, S. 9f) führt aus, dass die AfD unter anderem aufgrund der Funktionsweise des TikTok-Algorithmus im Vergleich zu den anderen deutschen Parteien deutlich besser junge Nutzer*innen zu erreichen scheint und spricht dabei von der „AfD’s hegemony on German TikTok“. Ergänzend dazu beschreibt er (ebd.), dass insbesondere Nutzer*innen, welche bereits zuvor über eine geringe „attitude

strength“ verfügten und wenig affektive Polarisierung durchlebt haben, empfänglich für persuasive Effekte von AfD-Videos zu sein scheinen. In diesem Zusammenhang ergänzt Heyna (ebd.) die erhöhte Wahrscheinlichkeit einer verstärkten affektiven Polarisierung bei Menschen, die im Gegensatz zu der zuvor genannten Gruppe vergleichsweise gefestigte Einstellungen innehaben.

Bösch (2023) erläutert, dass die AfD sehr erfolgreich dabei ist, ihre eigenen Narrative zu verbreiten und eine Spitzenrolle in der politischen Diskussion im deutschen TikTok einzunehmen. Allerdings stechen deren audio-visuelle Strategien gegenüber Politiker*innen anderer Parteien stark hervor (ebd.). Hierzu führt Bösch (2024, S. 2) aus, dass AfD Politiker*innen auch insbesondere auf eine Verbreitung durch ihre zahlreichen Fan-Accounts setzen, um ihre Inhalte zu verbreiten.

Heyna (2024, S. 27f) stellt fest, dass die Unterstützung und emotionale Zuneigung zu der AfD sowie deren aktueller Spitzenkandidatin Alice Weidel durch TikTok-Benutzung steigt und aufgrund der demografischen Ausrichtung TikToks dadurch besonders jüngere Menschen angesprochen werden. Gleichwohl hebt er (ebd.) allerdings hervor, dass durch die Nutzung von TikTok keine grundlegenden Wechsel der politischen Einstellungen eines Menschen zu erwarten seien. Aue (2024, S. 41) prädiziert der AfD im Rahmen ihrer Arbeit zu den diskursiven Strategien der AfD auf TikTok bezüglich des Klimawandels einen unterschwelligen kommunikativen Denialismus.

Der Autor (ebd.) unterstreicht jedoch, dass TikTok die Unterstützung für die Partei zwar sichtbar auch bei Jüngeren verstärkt, aber dennoch nicht dazu in der Lage ist, Einstellungen zur Migration oder Regierungsbeurteilung grundsätzlich zu verändern.

3 Methodik

3.1 Literaturreview

Die Methodik dieser Arbeit umfasst einerseits Literatur-Reviews, sodass systematisch bereits vorhandene wissenschaftliche Publikation analysiert werden (Knauber, 2017, S. 172)., die sich auf das Thema der vorliegenden Arbeit beziehen.

Bei der Literaturanalyse liegt ein hermeneutischer Ansatz zugrunde. Knassmüller und Vettori (2009, S. 302f) betonen das „[Ab]zielen hermeneutische[r] Verfahren auf das Verstehen und die Rekonstruktion objektiver latenter Sinn- und Bedeutungsstrukturen“.

Der Literaturreview-Part dient hier somit vorrangig einer grundsätzlichen Einordnung des Themas, bevor die konkrete Analyse erfolgt.

3.2 Analyse von Fallbeispielen

Das Hauptaugenmerk liegt allerdings auf der Analyse von Fallbeispielen, sodass übergreifend in der vorliegenden Arbeit ein ethnographischer Ansatz zum Tragen kommt, bei welchem “mehr oder weniger unbekannte [...] Gemeinschaften untersucht werden” (Knoblauch, 2014, S. 521). Die ethnographische Methode ist “eine investigative (aufspürende), explorative (erkundende), interpretative (deutende) und deskriptive (beschreibende) Forschung” (Douglas, 1976, o. S., zitiert n. Hitzler, 2009, S. 208). Als wissenschaftlich nicht vollumfänglich bekanntes soziales Gefüge lässt sich an dieser Stelle nicht nur die Gemeinschaft von offiziellen AfD-Repräsentant*innen, sondern auch die TikTok-Community von AfD-Anhänger*innen und Sympathisant*innen definieren. Knoblauch (2014, S. 523) bezeichnet in diesem Zusammenhang die ethnographische Methode “als Zugang zur sozialen Wirklichkeit der Anderen”.

Zur Ethnographie zählt auch die Analyse und Interpretation “audiovisuelle[r] Aufzeichnungen” und “Fotografien” (Knoblauch, 2014, S. 521). Diese Arbeit setzt sich mit eben diesen audiovisuellen Werken in Form von TikTok Reels auseinander, welche bekanntermaßen auf visueller Ebene alle vorstellbaren Arten von Videomaterial, fotorealistischen Bildern, KI-generierten Bildern, Illustrationen jeglichen Abstraktionsgrades, typografischen Elementen enthalten können. Auf auditiver Ebene entsprechen Sprache, Musik, Gesang und Soundeffekte diesen Elementen. Zum Auffinden geeigneter exemplarischer rechtspopulistischer Videos wurde eigens zu diesem Zwecke ein TikTok Account erstellt, mit welchem zunächst dem offiziellen Account der AfD und anschließend einem offensichtlichen Fan-Account des rechten Spektrums gefolgt wurde und vor allen Dingen konsequent rechtspopulistische Videos geliked sowie gezielt konsumiert wurden. Auf diese Art und Weise wurde der TikTok zugrunde liegende Algorithmus gefüttert. “TikToks Algorithmus kuratiert Inhalte sehr viel stärker als andere soziale Netzwerke, was herausfordernd ist, aber auch Chancen bietet” (Sbai, 2021, S. 96), welche im Falle dieser Arbeit absichtlich Inhalte des rechten Spektrums abbilden sollten.

Zur Analyse des TikTok-Videomaterials wird das Verfahren der qualitativen Inhaltsanalyse verwendet. Die Verwendung der qualitativen Inhaltsanalyse in Form von Fallbeispielen ist eine sehr etablierte Methode, um eine “Grundlage für weitere Forschungstätigkeit [zu] bilden.” (Salheiser, 2014, S. 823). “Bei der Einzelfallanalyse (Case Study) handelt es sich demnach um eine umfassende Forschungsstrategie, bei der eine abgrenzbare Einheit – ein Fall – in ihren Binnenstrukturen und Umweltverhältnissen umfassend verstanden werden soll” (Yin, 2009, S. 18, zitiert n. Hering & Schmidt, 2014, S. 529). Hierbei zielt das Forschungsdesign darauf ab, ein ausführliches Verständnis eines zu analysierenden komplexen Falls zu erlangen (Hering & Schmidt, 2014, S. 529f). Hitzler (2009, S. 209) führt ergänzend aus, dass “Ethnographie im Sinne der prinzipiell multimethodischen und dabei

auch teilnehmenden bzw. teilhabenden Erkundung und Rekonstruktion hinlänglich abgrenzbarer Teil und Sonderwelten [...] ein durchaus approbierter Ansatz [ist]”.

3.3 Reflexion kritischer Inhalte

Da es für Betrachter*innen bei einem der analysierten Videos teils ersichtlich ist, ob alle beteiligten Personen mit der erfolgten Videoaufnahme sowie einer Veröffentlichung des Filmmaterials einverstanden waren, wurden sie innerhalb dieser Arbeit zu ihrem Schutze und der Wahrung ihrer Persönlichkeitsrechte unkenntlich mittels schwarzer und weißer Farbbalken unkenntlich gemacht.

Des Weiteren wurden weitere Gesichter auf die gleiche zuvor beschriebene Art und Weise unkenntlich gemacht, da diese in der vorliegenden Arbeit kritisch beleuchtet werden und nicht von außen identifiziert werden sollen.

Ebenso wurden die realen Accountnamen der Ersteller*innen der analysierten Videos durch die Bezeichnung ‘Platzhalter’ ersetzt, um die Persönlichkeitsrechte der betroffenen zu den Profilen gehörigen Menschen nicht zu gefährden.

Die Datenschutzgrundverordnung/DSGVO formuliert dies wie folgt:

Die Betroffenen sind identifizierbar, wenn sie direkt oder indirekt, insbesondere mittels Zuordnung zu einer Kennung wie einem Namen, zu einer Kennnummer, zu Standortdaten, zu einer Online-Kennung oder zu einem oder mehreren besonderen Merkmalen identifiziert werden können, die Ausdruck der physischen, physiologischen, genetischen, psychischen, wirtschaftlichen, kulturellen oder sozialen Identität dieser natürlichen Personen sind. In der Praxis fallen darunter also sämtliche Daten, die auf jedwede Weise einer Person zugeordnet werden oder zugeordnet werden können. (intersoft consulting services AG, o. J., o. S.)

Ferner werden innerhalb dieser Arbeit teils stark diffamierende und anstößige Formulierungen aus einer vulgären Variante der deutschen und englischen Umgangssprache zitiert. Diese werden jedoch ausschließlich zum Zwecke der Analyse genutzt. Die Verwendung und somit Reproduktion dieser verunglimpfenden Termini soll keinesfalls ein Verharmlosung oder Zustimmung zu diesen Begriffen darstellen und entspricht ausdrücklich nicht der Meinung der Autorin.

4 Ergebnisse der Analyse

4.1 Fallbeispiel 1: Festnahme eines Menschen durch die Polizei

4.1.1 Kurze Zusammenfassung des Videos

Ein zehnstündiges TikTok-Video vom 26.10.2024 auf dem Account mit dem Anmeldenamen @Platzhalter_1 (siehe Abbildung 01) zeigt einen offenbar minderjährigen Jungen mit *nicht-westlichem* Aussehen, der sich als PoC einordnen lässt.

Die Abkürzung PoC, die wahlweise Person of Color oder People of Color meint, dient der Selbstbezeichnung und wird in dieser Praxis von Personen und Gruppen gewählt, um eine gemeinsame Erfahrung zu benennen – die Erfahrung von Rassismus als Gewalt, Abwertung, Stigmatisierung, Exklusion, Geringschätzung, Fremdbezeichnung, Fremdzuschreibung und als Vorurteil. (Ha, 2023, S. 1)

Der Junge wird in einem mutmaßlichen U-Bahn-Gebäude (sichtbare Schienen, Haltestellen-Schild) von zwei Polizisten abgeführt. Im Hintergrund sind Beobachter*innen, teils auch offensichtlich minderjährige Personen, der Situation zu sehen, außerdem wird mindestens eine weitere Person von 2-4 Polizist*innen abgeführt. Während seiner Verhaftung schaut der Junge am Ende des Videos in die Kamera und ruft der Situation entsprechend emotional aufgeladen etwas in einer Sprache, die sich tendenziell dem arabischen Sprachraum zuordnen lässt.

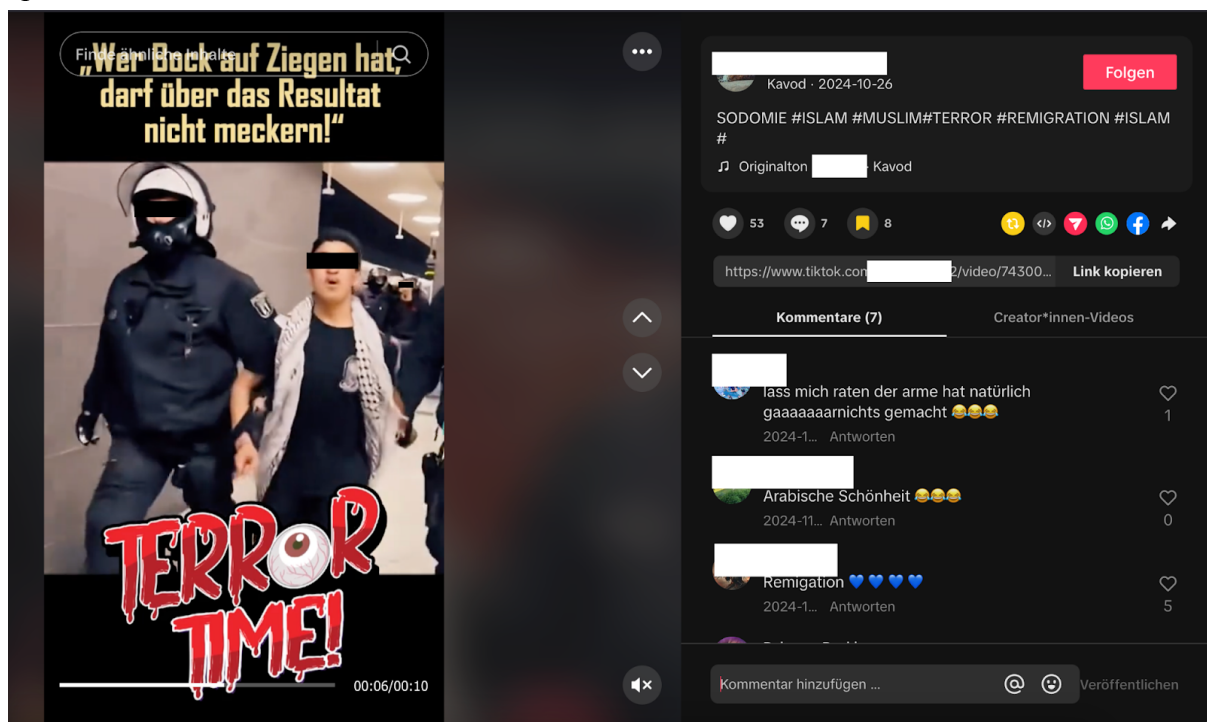


Abbildung 01. Screenshot von TikTok - Verhaftungsvideo.

TikTok-Video von [@Platzhalter_1], 26. Oktober 2024. Abrufbar unter:

<https://www.tiktok.com/@cosynus22/video/7430093425048882464> (letzter Zugriff: 10.02.2025).

4.1.2 Einordnung des Accounts

Zunächst nun zu einer kurzen Einordnung des zuvor genannten TikTok-Accounts, auf welchem das Video erschienen ist:

Der Account von @Platzhalter_1 ist öffentlich einsehbar und verfügt zum Zeitpunkt dieser Analyse am 23.01.2025 über 1821 Follower und 45.300 Likes. In einem Kommentar zu einem Video zum Jahreswechsel 2024/2025 wird @Platzhalter_1 als “lieber Bruder” (Kommentator eines TikTok-Videos von [@Platzhalter_1], 31.12.2024) bezeichnet, auf welchen er mit drei positiv konnotierten Emojis (Daumen hoch, betende Hände sowie ein rotes Herz) reagiert.

Aus diesem Grunde wird im Folgenden innerhalb dieser Arbeit davon ausgegangen, dass es sich bei @Platzhalter_1 um eine sich männlich identifizierende Person handelt und so werden entsprechend auch die Pronomen er/ihm verwendet. Zu einer möglichen AfD-Nähe von @Platzhalter_1 lässt sich Folgendes feststellen:

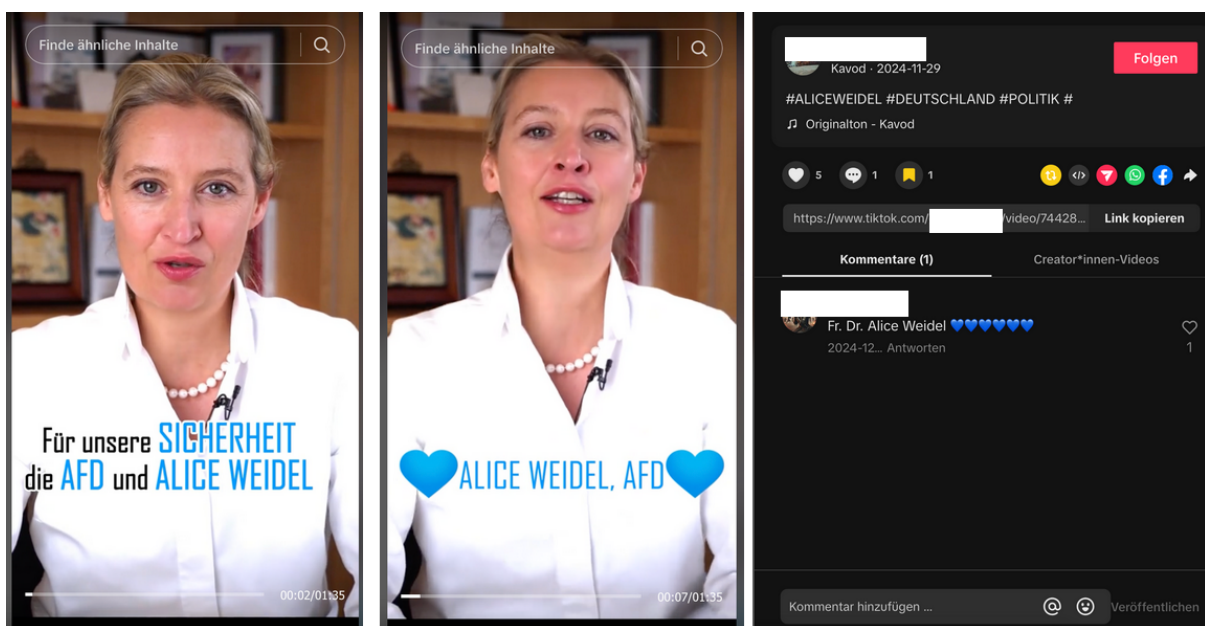


Abbildung 02. Screenshot von TikTok.

TikTok-Video von [@Platzhalter_1], 29. November 2024. Abrufbar unter:

<https://www.tiktok.com/@cosynus22/video/7442837662202891553> (letzter Zugriff: 10.02.2025).

Am 29.11.2024 postete er ein gut 1,5-minütiges Wahlkampfvideo der AfD-Parteivorsitzenden Alice Weidel. Ob dieses ursprünglich von einer anderen Person stammt oder ob es sich dabei um einen Repost handelt, lässt sich nicht mit letzter Sicherheit klären. Das Video ist mit dem Spruch “Für unsere **SICHERHEIT** die **AFD** und **ALICE WEIDEL**” (TikTok-Video von [@Platzhalter_1], 29.11.2024) untertitelt, die drei durch die Autorin dieser Arbeit hervorgehobenen Worte sind dabei in Versalien gehalten, welche eben diesen Worten Nachdruck verleihen (Danet, 2001/2020, S. 17). Zusätzlich zur Großschreibung sind diese Worte durch den Ersteller in der typischen Parteifarbe Blau der AfD gehalten, sodass der

Fokus der Konsument*innen des Videos auf diese drei Begriffe gelenkt wird. Im weiteren Verlauf des Videos wird der Name 'Alice Weidel' nochmals in Kombination mit 'AfD' eingeblendet, erneut in Versalien und dem typischen Blau der Partei. Eingerahmt wird dies von zwei blauen Herzen, welche bekanntermaßen als Zeichen für die Sympathie und/oder Anhängerschaft zur AfD stehen.

Aufgrund des oben erläuterten Videos kann bei der Person hinter dem TikTok-Profil @Platzhalter_1 davon ausgegangen werden, dass es sich um einen Anhänger oder zumindest Unterstützer der *Alternative für Deutschland* handelt.

4.1.3 Sexualisierter antimuslimischer Rassismus & Islamfeindlichkeit

Die zum eingangs erwähnten Verhaftungsvideo dazugehörigen Hashtags in der ansonsten leeren Caption sprechen ebenfalls eine eindeutige Sprache und lauten "SODOMIE # ISLAM # MUSLIM # TERROR # REMIGRATION # ISLAM #" (TikTok-Video von @Platzhalter_1, 26.10.2024). Puar (2007, S. 13f) stellt heraus, dass der Westen die Begriffe islamisch, muslimisch und arabisch gemeinhin gleichsetzt, was sich wiederum auch bei diesem TikTok-Reel feststellen lässt, da eine lediglich mutmaßlich arabischstämmige Person von @Platzhalter_1 direkt ohne Quellenangaben als Muslim und zum Islam zugehörig eingeordnet wird.

Das Video ist am oberen Rand mit der Aussage "Wer Bock auf Ziegen hat, darf über das Resultat nicht meckern!" (TikTok-Video von [@Platzhalter_1], 26.10.2024) übertitelt. Zudem wird mittig "SODOMIE UND DIE FOLGEN" (ebd.) eingeblendet. Bereits im Jahre 2010 hat Islamkritikerin Necla Kelek muslimischen Männern vorgeworfen, sie würden ihre Sexualität grundsätzlich nicht im Griff haben, sodass sie in Ermangelung eines weiblichen Sexualkontaktes gegebenenfalls auch auf Tiere zurückgreifen würden (Schneiders, 2012, S. 79f). Demmers & Mehendale (2010, S. 56) berichten von dem 2004 ermordeten prominenten niederländischen Filmemacher Theo van Gogh und dessen wiederholten Bezeichnungen von niederländischen Muslimen als 'goatfuckers'. In den USA hat der verurteilte Moschee-Brandstifter und für antimuslimische Äußerungen in sozialen Medien bekannte Texaner Marq Perez (Hahn, 2022, S. 224) Muslime in einem seiner Facebook-Posts muslimische Menschen ebenfalls als "goat-fuckers" bezeichnet (Civil rights Division, 2021, S. 5). Bick (2023, S.172, S. 183) erwähnt in seiner Arbeit über *Hate Speech* in der dänischen Online-Welt die Verwendung von Beleidigungen wie 'camel fucker' und 'goat fucker' für muslimische oder arabischstämmige Personen und verknüpft dies mit einer vermeintlichen primitiven Abstammung, welche die Verfasser*innen der *Hate Speech*, also dem "sprachliche[n] Ausdruck von Hass gegen Personen oder Gruppen [...], insbesondere durch die Verwendung von Ausdrücken, die der Herabsetzung und Verunglimpfung von Bevölkerungsgruppen dienen" (Meibauer, 2013, S. 1), dieser Personengruppe zuschreiben.

Außerdem führen orientalistische Vorstellungen, abgeleitet vom Begriff des Orientalismus, welcher "eine europäische Diskursform, die einen homogenen ›Orient‹ produziert, um ihn beherrschen zu können" beschreibt (Said, 2009/*engl.* 1978, zitiert n. Dunker, 2017, S. 200), sowie westliche und rassistische Vorstellungen eines sexuellen Exzeptionalismus (s. S. 8) zu

einer Zuschreibung von Sodomie, Pädophilie und einer allgemein perversen Sexualität bei muslimischen Personen (Puar, 2007, S. 14). Erwähnenswert an dieser Stelle ist die unterschiedliche Definition von Sodomie im englischsprachigen gegenüber dem deutschsprachigen Raum. Während im deutschsprachigen Raum Sodomie gemeinhin als “sexuelle Handlungen von Menschen an und mit Tieren bezeichnet [wird]” (Jahn, 2014, o. S.), bezeichnet *sodomy* im Englischen allerlei verschiedene sexuelle, insbesondere homosexuelle Handlungen, die nicht der Fortpflanzung dienen (Murphy, 1990, S. 62; Fradella, 2002, S. 280ff).

Die Nutzung der oben genannten Tiermetaphern dehumanisiert muslimische Menschen aufgrund ihrer Gruppenzugehörigkeit (Bick, 2023, S. 182). Die Dehumanisierung und das Othering (s. S. 8) entstammen einer islamophoben westlichen Hegemonie, die muslimische Männer als Bedrohung wahrnimmt (Ingham-Barrow, 2024, o. S.)

Hieran knüpft die dauerhaft stattfindende Einblendung des Begriffes “TerrorTime!” (TikTok-Video von [@Platzhalter_1], 26.10.2024) im Video an. Die beiden Worte sind in einer dunkelroten, an Blut angelehnten Farbe eingefärbt, die darüber hinaus tropfend zerfließen zu scheinen und so erneut die Assoziation eines ‘Blutvergießens’ bei den Betrachter*innen hervorruft, was insofern relevant ist, als dass sich die öffentliche Berichterstattung rund um die Thematik Terrorismus des Öfteren insbesondere in den Boulevardmedien mit “Blut und Drama” (Schultz, 2022, S. 507ff) und einer sensationalistischen visuellen Darstellung (Cohen-Almagor, 2005, S. 393ff) zusammenfassen lässt. Das ‘o’ in ‘Terror’ wird zudem von einem mit roten Adern durchzogenen Augapfel repräsentiert, was wiederum den ‘blutigen Eindruck’ verstärkt. Zugleich erinnert die Visualisierung des Glaskörpers an weit aufgerissene Augen, die gemeinhin mit Angst (Simon, 2004, S.129) assoziiert werden.

Auf diese Art und Weise unterstreicht das TikTok-Video die rassistische Vorstellung, dass junge und mutmaßlich arabischstämmige männlich gelesene Menschen automatisch islamistische Terroristen seien, von denen eine Gefahr ausgeht.

4.1.2 Ableismus

Im Folgenden Abschnitt wird bewusst die Formulierung ‘behinderte Menschen’ an Stelle von ‘Menschen mit Behinderung’ verwendet, da es sich aus Betroffenenensicht wie folgt darstellt:

Bei der einen Variante handelt es sich um Person-First-Sprache, bei der also die Person im Vordergrund steht. Bei der anderen Variante steht die Identität im Fokus, also: ‘Ich bin eine behinderte Person.’ Tatsächlich benutze ich oft die Identity-First-Sprache, weil mir wichtig ist, gezielt darüber zu sprechen und die Betonung auch darauf zu legen. Aber beides ist okay. [...] Bitte vermeidet Euphemismen wie ‘Handicap’ oder Ähnliches. (Nagel, 2024, o. S.)

So gibt es einen weiteren Punkt, welcher beim Video zumindest nicht gänzlich außer Acht gelassen werden sollte: Der unterschwellige *Ableismus*, der die Stereotypisierung,

Diskriminierung, die Vorurteile und gesellschaftliche Unterdrückung beschreibt, welche behinderte Menschen erleben, und der die erlebte Dehumanisierung und Othering (s. S. 8) enthält (Bogart & Dunn, 2019, S. 651). In diesem speziellen Fall tritt Ableismus allerdings eher hintergründig innerhalb eines gewissen Interpretationsspielraumes auf. Der Satz “Wer Bock auf **Ziegen** hat, darf über das **Resultat** nicht meckern!” von @Platzhalter_1 suggeriert, dass das Ergebnis des vermeintlichen sexuellen Aktes zwischen einer Ziege und einem Menschen, ergo laut @Platzhalter_1 der im Video zu sehende Junge in Form eines Mischwesens, was per se wie weiter oben erläutert aus rassistischen Gründen unterstellt wird, nicht gelungen und damit wertlos sei, was wiederum auf die zoophile vorangegangene Handlung der Zeugung zurückzuführen sei. Der zuvor erwähnte Interpretationsspielraum betrifft nun genau die hier zugewiesene Bedeutung von ‘wertlos’ sowie insbesondere die Einordnung des Jungens als **Mensch-Tier-Mischwesen**, als eine Art “Interspezies-Hybrid” (Kollek/Deutscher Ethikrat, 2011, S. 12), bei dem “Ei- und Samenzelle von Eltern derselben Art [stammen]” (ebd.) oder einer *Chimäre*, “[ein] Organismus, der aus genetisch unterschiedlichen Bausteinen [...] aufgebaut ist und dennoch ein einheitliches Individuum darstellt” (ebd.), wobei letztere “eines der prototypischen **Monster** der griechischen Mythologie [ist]” (Daston, 2010, S. 79, Hervorhebung durch d. Autorin) und sich aus dem “altgr. khimaira: die **Ziege**” (ebd.) ableitet.

Die westliche Gesellschaft hat durch die vergangenen Jahrhunderte hinweg behinderte Menschen als **monsterhafte**, subhumane, **wilde Tiere** dargestellt, sodass sie dadurch weiter marginalisiert und dehumanisiert wurden (Covey, 1998, S. 6-8, zitiert n. Dula, 2020, S. 198). Frederick und Shifrer (2019, S. 200-214) rapportieren außerdem, dass *race* und Behinderung als Kategorien in der Vergangenheit in Bezug auf die gesellschaftlich konstruierten Narrative von wertvollen Bürger*innen stark miteinander verknüpft waren. Taylor (2011, S. 196) weist auf die rhetorische Verwendung von Tiermetaphern in der Nazizeit sowie der Sklaverei hin und führt weiter aus, dass derlei Vergleiche auch in anderen Kontexten verwendet wurden, um rassistische Ideologien zu verbreiten. Ebenfalls beschreibt Crary (2018, 119ff), dass die deutschen Nationalsozialisten im Rahmen ihrer Propaganda Gebrauch machten von Vergleichen kognitiv behinderter Menschen mit Tieren. Taylor (ebd., S. 194f) benennt zudem konkret die ableistische Diskriminierung, die solchen Vergleichen von Menschen mit Tieren innewohnt. Der eingangs erwähnte Satz im Reel reproduziert somit ableistische und rassistische Stereotypen.

Zusammenfassend lässt sich zum Verhaftungsvideo auf dem Account von @Platzhalter_1 sagen, dass es sexualisiert rassistische, insbesondere anti-muslimische und islamfeindliche, sowie unterschwellig ableistische Aussagen und Elemente enthält und diese Diskriminierungsformen somit reproduziert, da das Reel für jedermann öffentlich auf TikTok zugänglich ist.

4.2 Fallbeispiel 2: Ausschnitt aus dem Mitteldeutschen Rundfunk (MDR)

4.2.1 Ableismus

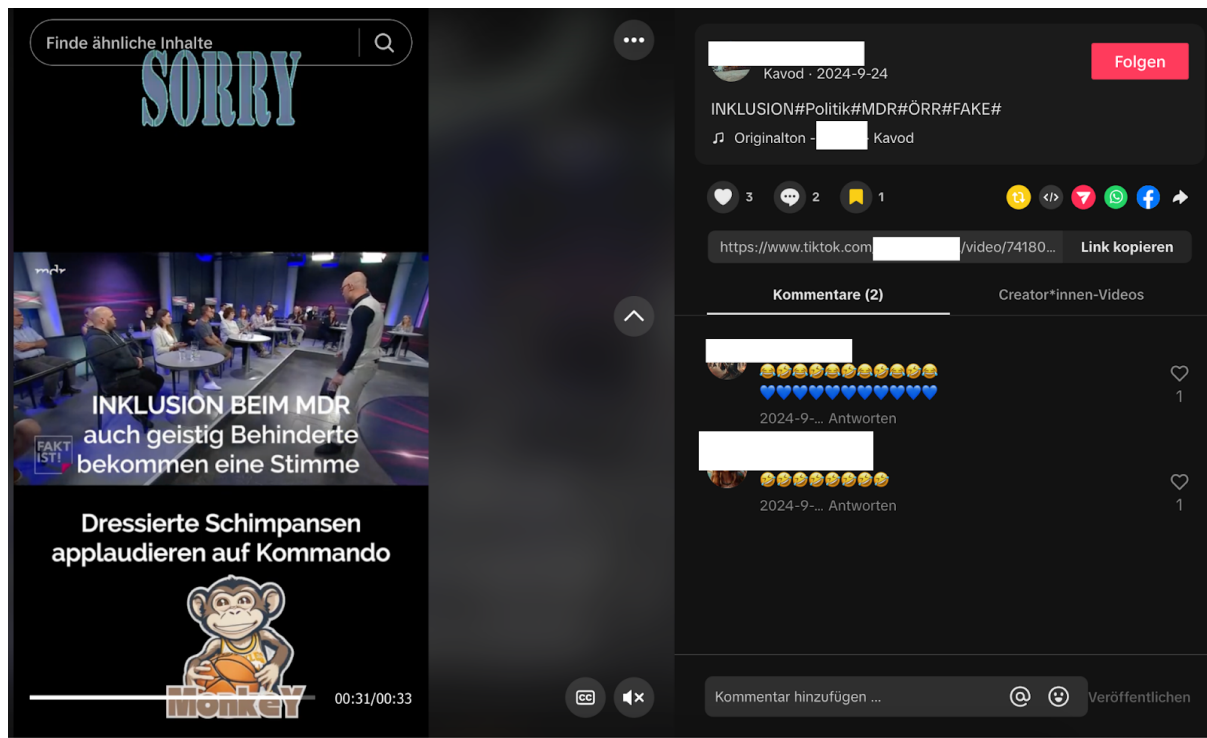


Abbildung 03. Screenshot von TikTok - Ableismus .

TikTok-Video von [@Platzhalter_1], 24. September 2024. Abrufbar unter:

<https://www.tiktok.com/@cosynus22/video/7418054482145135904> (letzter Zugriff: 10.02.2025).

Ein weiteres Video von @Platzhalter_1 verstärkt den Eindruck, dass dieser in seiner Rolle als AfD-Anhänger ableistische Narrative verbreitet. In einem 33-sekündigen Video vom 24.09.2024 wird ein Ausschnitt aus der Talkshow “Fakt ist!” des Mitteldeutschen Rundfunks gezeigt, in welchem ein Zuschauer einen kritischen Kommentar zur AfD und zu einer möglichen Koalition der Partei mit der CDU abgibt. Dabei findet ein diffamierendes *Framing* statt. Im Kontext von Framing heben Frames bestimmte Aspekte von etwas hervor, sie leiten die Gedanken ihres ‘Publikums’ in einer vorhersehbaren Vorgehensweise und führen schließlich auch zu vorhersehbaren Schlussfolgerungen, sodass Frames dazu geeignet sind, Meinungen zu formen (Gross, 2008, S. 170). Im Falle dieses Reels wird zu Beginn suggeriert, der zu Wort kommende Zuschauer hätte einen Sprachfehler, da von Sekunde eins bis drei sowie 18 bis 21 der Text “Der Logopäde hat versagt” (TikTok-Video von [@Platzhalter_1], 24.09.2024) in einer Sprechblase eingeblendet wird, da “LogopädInnen [...] SpezialistInnen für die Prävention, Diagnostik und Behandlung des gesamten Spektrums von Sprech-, Sprach-, Stimm-, Hör-, Schluck- und Kommunikationsstörungen, die über die gesamte Lebensspanne hinweg auftreten können [, sind]” (Scharff Rethfeldt, 2021, S. 1). Faktisch scheint der Zuschauer, welchem ein behandlungsbedürftiger Sprachfehler beziehungsweise eine behandlungsbedürftige kommunikative Störung unterstellt wird, allerdings lediglich nervös zu sein, da er sich etwa ein- bis dreimal verhaspelt und neunmal das typische Füllwort ‘Äh’/‘Ähm’ verwendet. “Die meist einsilbigen Füllwörter bzw.

Verzögerungslaute dienen in der gesprochenen Sprache allgemein [...] zur Überbrückung von Sprechpausen zwischen zwei Wörtern oder Sprechereinheiten. Diese können entstehen, wenn man einen gewünschten Begriff nicht spontan artikulieren kann” (Schaffrath, 2019, S. 301). V. Rheinbaben A. (2023, S. 37) bestätigt, dass Füllpartikel unter anderem auf Nervosität hinweisen, entsprechend ihrer Wortbedeutung als Pausenfüller dienen oder auf Schwierigkeiten, das nächste passende Wort zu finden, hindeuten können. Außerdem kommen beim Wortbeitrag des Zuschauers wie bereits zuvor erwähnt ein bis drei Versprecher vor, je nach Deutung beziehungsweise Einkategorisierung: In Sekunde sieben bis acht sagt er “rextchs-, rechtsextremistische” (Aussage eines Zuschauers im TikTok-Video von [@Platzhalter_1], 24.09.2024), in Sekunde 18 bis 19 formuliert er “ausge-, äh, äh, -rufen” (ebd.), obgleich es sich bei diesem Fehler aufgrund der Kombination mit den zuvor beschriebenen Füllwörtern um keinen klassischen Versprecher, sondern viel mehr um eine Sprechpause aufgrund der Verwendung eben dieser Verzögerungslaute handelt und in Sekunde 24 bis 29 sagt er “das ist einfach niemand, mit denen, äh, eine CDU koalieren sollte” (ebd.), wobei letzterer Fehler sich eher als grammatikalischer Fehler einstufen lässt, allerdings “[könnten] Grammatikfehler und fehlerhafte Syntax [...] auch in die Kategorie Versprecher eingruppiert werden, da davon auszugehen ist, dass Kommentatoren solche Fehler nicht bewusst, sondern aus Versehen machen” (Schaffrath, 2019, S. 309). Somit lässt sich zusammenfassen, dass der Sprachduktus des Zuschauers weniger auf eine gravierende Störung seiner kommunikativen Fähigkeiten aufmerksam macht, sondern viel mehr auf seine Unsicherheit, wahrscheinlich bedingt durch den öffentlichen Fernsehauftritt, da es sich bei ihm augenscheinlich nicht um eine Person des öffentlichen Lebens handelt, wie eine Internetrecherche seines Namens vermuten lässt. Der noch bedeutsamere Aspekt, als der kommentierenden Person eine gescheiterte logopädische Behandlung zu unterstellen, ist folgender Text, welcher mittig auf dem Video platziert ist: “INKLUSION BEIM MDR auch geistig Behinderte bekommen eine Stimme” (TikTok-Video von [@Platzhalter_1], 24.09.2024). Der Text verknüpft den angeblichen Sprachfehler somit mit einer vermeintlichen geistigen Behinderung des Kommentators. Weitaus bedeutsamer als die reine Verknüpfung dieser angeblichen Aspekte ist allerdings der zynische Unterton, der sich interpretatorisch feststellen und fundiert begründen lässt: Erhardt (2021, S. 228) spricht davon, dass die AfD sich mitunter gegnerisch zur Inklusion positioniert. Bei der AfD ist “[d]ie Sprache und die damit einhergehende intendierte Praxis [...] bei der Inklusion [...] zumindest in Teilen von massiver Menschenverachtung geprägt” (Riebe, 2024, S. 41). Jugel & Besand (2023, S. 124) erörtern den Wunsch von Rechtspopulist*innen nach gesellschaftlicher Anerkennung ihrer negativen Position zur Inklusion:

[D]ie AfD [versucht] darüber hinaus mithilfe ihrer parteinahen Desiderius-Erasmus-Stiftung ihre ideologischen Ziele zu erreichen. [...] Mit dem Versuch [...] wird auch hier [...] der Anspruch nach einer vermeintlich gleichberechtigten Anerkennung [...] deutlich. [...] Im Kontext von Inklusion zeigt sich hier, dass Anerkennung für Menschen mit menschenfeindlichen Standpunkten immer damit verbunden ist, dass zentrale Werte von Demokratie und Inklusion angegriffen und deren Vertreter*innen eingeschüchtert werden. Damit kann das inklusive Prinzip der Anerkennung, das Voraussetzung von Bindung und damit auch

Lernen ist, nicht einfach auf solche Situationen übertragen werden. Denn dies würde die Ziele von Teilhabe für alle anderen Menschen durch die menschenverachtenden und demokratiefeindlichen Ziele unterminieren. (Jugel & Besand, 2023, S. 124)

Rekurrierend auf das Video wird der kommentierende Zuschauer hier im ersten Schritt als kommunikativ fehlerhaft agierend, im zweiten Schritt als geistig behindert und im letzten Schritt aufgrund dessen in menschenverachtender Art und Weise als minderwertig präsentiert. Denn die Aussage, dass “auch geistig Behinderte [...] eine Stimme [bekommen]” (TikTok-Video von [@Platzhalter_1], 24.09.2024) impliziert, dass dies ein extra hervorzuhebender ‘unnormaler’ und nicht nachvollziehbarer, gar verwerflicher Aspekt wäre. Außerdem beleuchtet Theunissen (S. 8) weitere kritische Punkte zu diesem Begriff:

[I]n der vorliegenden Schrift [wird] die Hauptzielgruppe als ‘*Menschen mit Lernschwierigkeiten und mehrfacher Behinderung*’ [ausgewiesen]. Damit folgen wir den Wünschen der [...] People First Movement, einem Gruppenzusammenschluss vieler Betroffener, die [...] nicht mehr als ‘geistig behindert’ stigmatisiert werden wollen [...]. Der von den betroffenen Personen favorisierte Begriff der ‘Lernschwierigkeiten’ soll alte Bezeichnungen wie ‘Lern- oder geistige Behinderung’ ersetzen und als Oberbegriff zur Kennzeichnung kognitiver oder intellektueller Probleme fungieren [...] Menschen, die üblicherweise als geistig behindert bezeichnet werden, [sind] oftmals nicht nur kognitiv, sondern auch in anderen Entwicklungsbereichen (z. B. Motorik) beeinträchtigt, weshalb wir es für gerechtfertigt halten, zusätzlich auf eine mehrfache Behinderung hinzuweisen [...]. (Theunissen, 2002, S. 8)

Dies steht zunächst in einem Kontrast zur in der vorliegenden Arbeit gewählten ‘Identity-First’-Sprache, da in diesem Zitat die ‘People-First’-Sprache favorisiert wird, aber hier handelt es sich nur um ein scheinbares Paradoxon: Während bei behinderten Menschen, die selbsterklärlich keine absolut heterogene Gruppe darstellen, zwar keine ‘offizielle Einigkeit’ über die beiden Ansätze besteht, sondern je nach Kultur, Organisation oder Individuum die eine oder die andere Variante bevorzugt wird (Fischer, 2024, o. S.), ist die Begrifflichkeit ‘geistig Behinderte’ weder Teil des Identity-First-, noch des People-First-Ansatzes, da Betroffene nicht als Menschen mit geistiger Behinderung oder geistig behinderter Menschen bezeichnet werden, sondern ausschließlich auf ihre Behinderung reduziert und damit stigmatisiert sowie letztlich dehumanisiert werden.

Behindert und *Behinderung* sind ziemlich in Verruf geraten. Nicht zuletzt dadurch, dass „bist du behindert?!“ als beleidigende Phrase im Umlauf ist.

Zu Unrecht, wie Betroffene finden, denn Behinderung beschreibt letztendlich ein Merkmal von vielen einer Person. Wichtig ist nur, dass das Wort “Mensch” mitbenutzt wird, da mit dem Begriff *Behinderte* das Bild einer festen Gruppe entsteht, die in Wirklichkeit vielfältig ist. „Der/die Behinderte“ würde die Person auf ein Merkmal reduzieren, das alle anderen Eigenschaften dominiert. [...] Die Auswahl des Begriffes hat dabei nichts mit der Frage nach politischer Korrektheit zu tun – zumal politische

Korrektheit inzwischen als politischer Kampfbegriff missbraucht wird. Vielmehr geht es um Sensibilität und der Auseinandersetzung mit Sprache. [...] Die beste Lösung sind daher die Formulierungen „Menschen mit Behinderung“ oder „behinderte Menschen“. Das Gegenüber nach der für sie*ihn passenden Begrifflichkeit einfach zu fragen, gilt natürlich auch nach wie vor. (Karpa, 2019, o. S.)

Bemerkenswert ist in diesem Zusammenhang auch die grafische Einblendung eines illustrativen Affen in Basketballkleidung samt Schrift “MonkeY” (TikTok-Video von [@Platzhalter_1], 24.09.2024). Parallel dazu wird der Text “Dressierte Schimpansen applaudieren auf Kommando” eingeblendet. Zwar wird der Affe hier in Bezug zu der kommentierenden Person applaudierende Talkshow-Publikum gesetzt, aber in Kombination mit der ableistischen Aussage des Videos ist es wenigstens eine Überlegung wert, ob die Tiermetapher nicht auch einen unterschwelligen abwertenden Kommentar bezüglich Behinderungen enthält, wie zuvor in der Analyse der vorliegenden Arbeit beschrieben wurde, gleichwohl sich diese Frage an dieser Stelle leider nicht abschließend klären lässt.

4.2.2 Medienfeindlichkeit

Klären lässt sich jedoch, dass sowohl offizielle AfD-Vertreter*innen als auch deren Anhänger*innen der Berichterstattung des öffentlich-rechtlichen Rundfunk inhaltlich im Zuge einer fortschreitenden Radikalisierung oftmals grundsätzlich ablehnend gegenüberstehen (Schultz et. al, 2021, S. 79ff; Gäbler, 2017, S. 13), zu dem bekanntermaßen auch der MDR gehört. Die hier diskutierte Talkshow wird von einer der zwei im Jahre 2025 aktuellen Moderator*innen wie folgt beschrieben. “Das Besondere hier ist ganz einfach, dass bei uns das Publikum mitreden kann. Nicht nur mitreden, es darf wirklich frei seine Meinung sagen - solange es natürlich auf dem Boden der freiheitlich demokratischen Grundordnung ist.“ (Bernhardt, 2025, o. S.) Ihr Co-Moderator hebt hervor “Und das ist eigentlich ja die Aufgabe von Journalismus, noch mal den Finger in die Wunde [der Politiker*innen] zu legen und auch kritisch nachzufragen. Und eben nicht den Eindruck zu erwecken, dass wir hier Gefälligkeitsjournalismus machen.“ (Sänger, 2025, o. S.) Der TikTok-Account von @Platzhalter_1 erweckt mit dem Reel und dem beigefügten Text allerdings den Anschein, dass die Sendung nicht nur den angesprochenen “Gefälligkeitsjournalismus” (ebd.) gegenüber politischen Akteur*innen betreibt, da das Wort ‘Kommando’ impliziert das Publikum würde auf einen Befehl der verantwortlichen Personen der MDR-Sendung agieren. Auch die Hashtags “INKLUSION#Politik#MDR#ÖRR#FAKE#” (TikTok-Video von [@Platzhalter_1], 24.09.2024)

4.3 Fallbeispiel 3: Christlicher Fundamentalismus & antimuslimischer Rassismus

Der christliche Glauben wird gemeinhin mit christlichen Werten wie Nächstenliebe assoziiert, was in Bezug auf die Diskriminierungs-Ergebnisse der vorangegangenen Analyse(n) insofern relevant ist, als dass es sich bei @Platzhalter_1 um einen Anhänger christlichen Glaubens zu handeln scheint, wie im Folgenden erläutert wird:

In seiner TikTok-Biografie schreibt @Platzhalter_1 “Sensibilisierung für Islam-Gefahren, **Verkündung Gottes Wort**, Politik, Amüsantes” (TikTok-Profil von [@Platzhalter_1], o. J., Hervorhebung durch d. Autorin). Sein Profil ist außerdem mit dem Spitznamen **Kavod** versehen. Laut DeConick (2011, S. 15; S. 21; S. 30) haben frühe Jüd*innen und Christ*innen in einem mystischen Kontext Jesus mit Kavod, d. h. einer Art anthropomorphen und glorreichen Manifestation von Gott, identifiziert.

Darüber hinaus hat @Platzhalter_1 im Jahr 2024 und 2025 mehrfach biblisch/christlichen Content in Form von Videos und Bibelziten gepostet, welchen er mit Hashtags wie beispielsweise “**#JesusChristus #Bibel #Gott**” (TikTok-Video von [@Platzhalter_1], 03.12.2024, Hervorhebung durch d. Autorin) versehen hat. Des Weiteren postet er im Dezember 2024 einen Screenshot, welcher zeigt, dass einer seiner von TikTok gesperrten Kommentare nach erfolgtem Widerspruch wiederhergestellt wurde. Auf diesem Screenshot lässt sich der beschriebene Kommentar “Nur Idioten wissen nic[ht, d]ass Christen dem NT [d. h. Neues Testament] folgen” (TikTok-Video von [@Platzhalter_1], 03.12.2024). So postet er im August 2024 auch ein Video mit dem Titel “Christin macht Moslems verrückt” (TikTok-Video von [@Platzhalter_1], 18.08.2024), welches unter anderem mit dem Hashtag “**#Christentum**” (TikTok-Video von [@Platzhalter_1], 18.08.2024, Hervorhebung durch d. Autorin) versehen ist. Überdies postet er bereits im Januar 2024 ein Video einer Illustration eines Tores zwischen Wolken mit dem Einstiegstext “So wird der Himmel für **uns Christen** sein” (TikTok-Video von [@Platzhalter_1], 09.01.2024, Hervorhebung durch d. Autorin) und der Caption “Offenbarung”.

Aus diesen zahlreichen Indizien lässt sich somit schließen, dass es sich bei @Platzhalter_1 um einen Anhänger christlichen Glaubens handeln dürfte. Minkenberg (2024, S. 1) führt aus, “dass christliche Deutungsmuster und Identitäten zwar kein Kernelement der rechtsradikalen Ideologie sind, in der rechtsradikalen Strategie und Mobilisierung gegen die wahrgenommene Bedrohung durch den raschen soziokulturellen Wandel und seine vermeintlichen Träger jedoch als immer wichtigerer Stellvertreter für und in wachsendem Maße auch als Ergänzung von Fremdenfeindlichkeit fungieren.” Antimuslimischer Rassismus beinhaltet häufig kolonialistische Fantasien, in welchen das *weiße* christliche Leben durch Muslim*innen bedroht wird (Razack, 2021, S. 44). So enthält auch der Account von @Platzhalter_1 einige Videos, in welchen er selbst beziehungsweise die ursprünglichen Ersteller*innen von “Christenverfolgung durch Muslime in Deutschland” (TikTok-Video von [@Platzhalter_1], 19.07.2024), “Gewalt und Diskriminierung gegen Christen” (TikTok-Video von [@Platzhalter_1], 04.01.2025) und des Falles “Muslim bedroht das Christentum” (TikTok-Video von [@Platzhalter_1], 31.05.2024) spricht. Überdies bemerkt Doerr (2021, S. 9), dass die AfD bei einem ihrer Wahlplakate eine christliche *white supremacist* Sichtweise als Basis des Konzeptes einer deutschen Bürgerschaft anwendet. Pickel (2022, S. 344) betont hierzu, dass antimuslimischer Rassismus als Schlüsselkonzept von AfD-Wähler*innen und Funktionär*innen angesehen werden kann, welches als Verbindungselement sowohl zum bürgerlichen Milieu, als auch zu Rechtsextremist*innen fungiert.

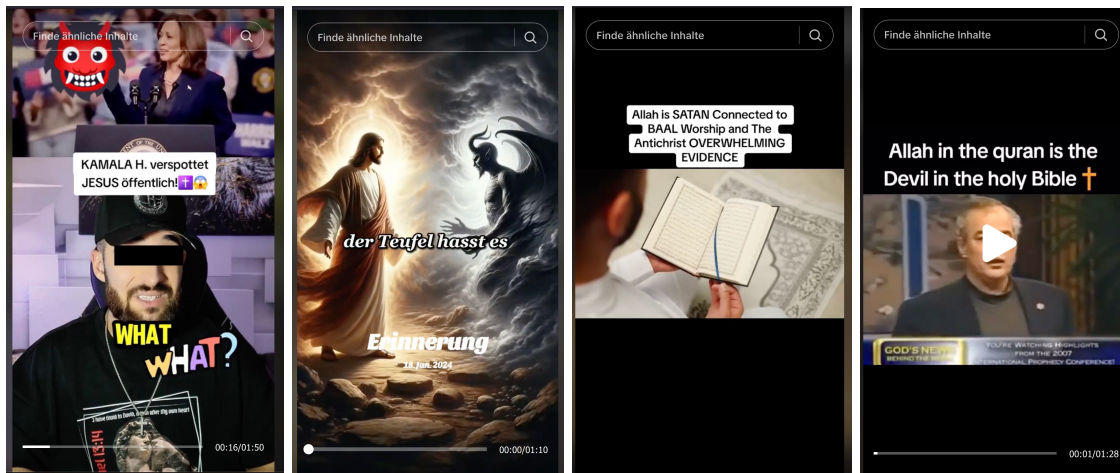


Abbildung 04. Screenshotcollage von TikTok - Satan.

TikTok-Video von [@Platzhalter_1], 28. Oktober 2024. Abrufbar unter:

<https://www.tiktok.com/@cosynus22/video/7430770740430966049> (letzter Zugriff: 10.02.2025).

TikTok-Video von [@Platzhalter_1], 18. Januar 2025. Abrufbar unter:

<https://www.tiktok.com/@cosynus22/video/7461032413884468502> (letzter Zugriff: 10.02.2025).

TikTok-Video von [@Platzhalter_1], 11. Mai 2024. Abrufbar unter:

<https://www.tiktok.com/@cosynus22/video/7367729892986850592> (letzter Zugriff: 10.02.2025).

TikTok-Video von [@Platzhalter_1], 24. Mai 2024. Abrufbar unter:

<https://www.tiktok.com/@cosynus22/video/7372367887002078497> (letzter Zugriff: 10.02.2025).

Ferner veröffentlicht @Platzhalter_1 Videos, in denen von der Existenz eines Teufels ausgegangen und der Islam beziehungsweise Allah mit diesem gleichgesetzt wird: In einem Video aus Mai 2024 ist von “Allah in the quran is the Devil in the holy bible” (TikTok-Video von [@Platzhalter_1], 25.05.2024) die Rede, welches er in der Caption mit der Aussage “Allah hat 99 Namen. Der Teufel” (ebd.) ergänzt. Ein Video aus Oktober 2024 zeigt einen Menschen, welcher davon berichtet, dass die US-Präsidentschaftskandidatin des Jahres 2024 Kamala Harris vermeintlich Jesus Christus auf einer ihrer Wahlkampfveranstaltungen verunglimpfen würde (TikTok-Video von [@Platzhalter_1], 28.10.2024). Dieses 01:50 Minuten andauernde Video endet damit, dass die erwähnte Person Kamala Harris als “Oberhaupt des Hexenkults in Amerika” (ebd.) bezeichnet. In der Caption des Videos verwendet @Platzhalter_1 selbst die inhaltlich zur Aussage des Videos passenden Hashtags “#HEXE” und #SATANISTIN” (TikTok-Video von [@Platzhalter_1], 28.10.2024).

Leider lässt sich anhand dessen zwar nicht zweifelsfrei feststellen, welche spezifische christliche ‘Ausrichtung’ bei @Platzhalter_1 vorliegt, jedoch deuten die oben erläuterten Indizien gleichwohl darauf hin, dass er eher christlich-fundamentalistische Ansichten vertritt.

Bitzl & Kurze (2021, S. 471) betonen, dass

diese Islamisierung der Debatten und die gleichzeitige Berufung auf ein „christlich-jüdisches“ Erbe einem wahltaktischen Kalkül zur Stimmenmaximierung folgt, das über einen vermeintlich drohenden Identitätsverlust den rechten Rand und die bürgerliche Mitte gleichermaßen inkludiert, während man sich selbst vom Vorwurf des Rechtsextremismus freispricht. (Bitzl & Kurze, 2021, S. 471)

4.4 Fallbeispiel 4: Unterstützung des Wahlkampfs von Alice Weidel

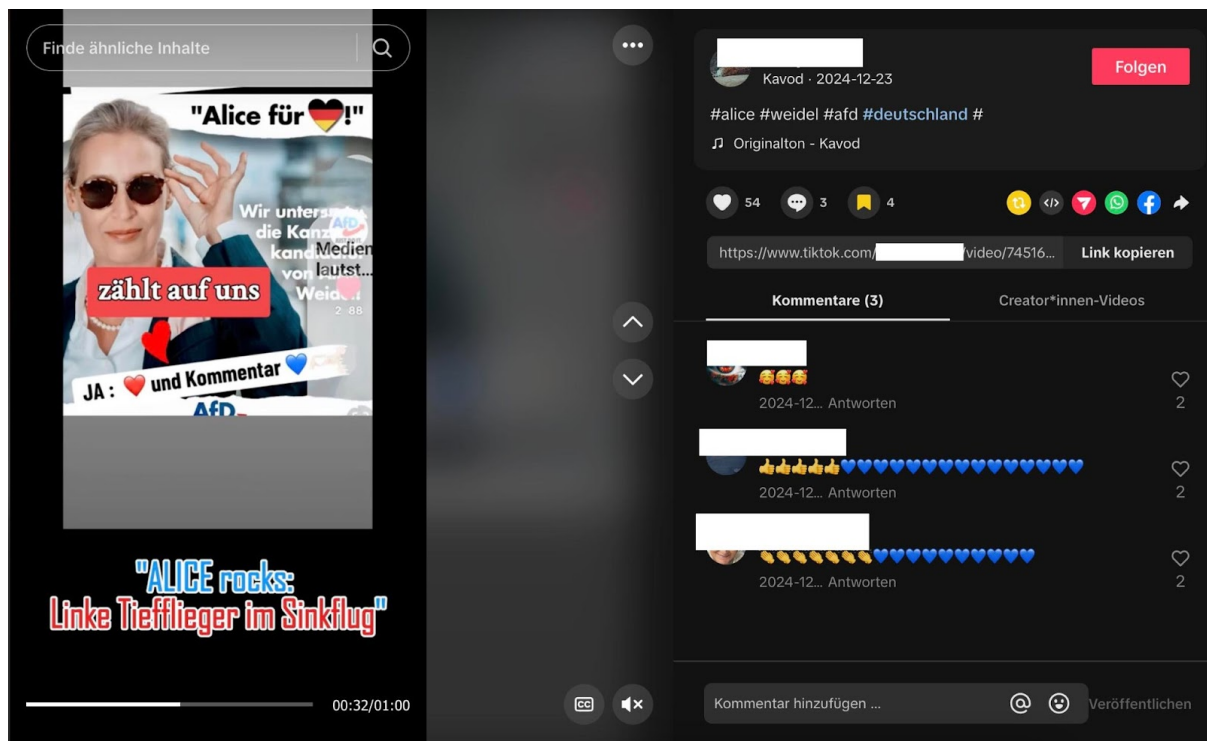


Abbildung 05. Screenshot von TikTok. Alice zählt auf uns.

TikTok-Video von [@Platzhalter_1], 23. Dezember 2024. Abrufbar unter:

<https://www.tiktok.com/@cosynus22/video/7451637742028541217> (letzter Zugriff: 10.02.2025).

Im Dezember 2024 wird auf dem Account von @Platzhalter_1 ein Video (s. Abbildung 05) gepostet, auf welchem Alice Weidel leicht lächelnd mit einer Sonnenbrille zu sehen ist, neben ihr ist der Text “Alice für” sowie ein Herz in den deutschen Nationalfarben platziert (TikTok-Video von [@Platzhalter_1], 23.12.2024). In einem roten Balken ist außerdem der Text “zählt auf uns” (ebd.) zu lesen. Auch bei diesem Video lässt sich nicht abschließend klären, ob dieses ursprünglich von einer anderen Person gepostet wurde oder ob es original von @Platzhalter_1 stammt. Darüber hinaus ist ein weiterer Text auf dem Bild zu sehen: “ALICE rocks: Linke Tiefflieger im Sinkflug” (ebd.). Mutmaßlich wurde dieser von @Platzhalter_1 selbst hinzugefügt, da sich auf seinem Account die wiederholte Verwendung derselben serifenlosen Schriftart sowie die Verwendung von Anführungszeichen bei dem Hinzufügen eines Kommentars feststellen lässt (s. Anhang). Der erste Teil “ALICE rocks” (ebd.) ist im AfD-typischen Blau eingefärbt, während der zweite Teil “Linke Tiefflieger im Sinkflug” (ebd.) in stark gesättigtem Rot gefärbt ist. Somit wird auch bei diesem Video der Name Alice in der Parteifarbe und überdies erneut in Versalien dargestellt und die Aufmerksamkeit der Reel-Konsument*innen so auf diese Begriffe gelenkt. Die von @Platzhalter_1 verwendeten Hashtags zu besagtem Video lauten “#alice #weidel #afd #deutschland” (ebd.).

Durchaus einer Analyse würdig erscheint die Musikauswahl des Videos: Das Reel ist mit heiterer und traditionell klingender Musik unterlegt, welche zwar nicht näher gekennzeichnet

wird, nach einer Recherche mit Shazam, “eine[r] App für das Smartphone, die Songs blitzschnell erkennt und dem Nutzer/der Nutzerin unter anderem Titel, Interpret/in und Songtext mitteilt” (Gerhard & Kusch, 2022, o. S.), aber der Slowenischen Rockband *Zaklonske prepeva* samt deren Song *Racunajte na nas* zuzuordnen ist. Der Band wird “eine eindeutige politische Sprache“ (Barber-Kersovan, 2006, S. 82) im Stil des “nostalgischen Yugo-Rock” (ebd. S. 81) attestiert.

[D]ie eigenwillige Coverversion des Songs »Racunajte na nas« (Ihr sollt mit uns rechnen) [ist] eine pathetische Hymne an das politische Erbe des verstorbenen Präsidenten [...] sowie der Titel »Jugoslavija blues« [...], in dem die Schuld am Zerfall Jugoslawiens dem Westen zugeschoben wird. (Barber-Kersovan, 2006, S. 82)

Als inhaltlich bedeutsam erweist sich vor diesem Hintergrund die Einordnung von Anon (1991/1992, S. 36-43, zitiert n. Barber-Kersovan, 2006, S. 76) vom damaligen Sarajevo als **multikulturelles** urbanes Sammelbecken für kroatische, serbische, aber auch **muslimische** Strömungen, die in Kombination mit Einflüssen der globalen Popmusik eine neue Musikart schafften, sodass Sarajevo als eine Art Geburtsstätte des Yugo-Rocks gilt. Ob sich die Nutzung des Liedes in diesem spezifischen Fall tatsächlich als eine Art *kulturelle Aneignung*, d. h. “adoption of a culture’s element or elements into the identity of members of another culture” (Fourmille, 1996, o. S., zitiert n. Lockhart, 2021, S. 5), einkategorisieren lässt, bleibt an dieser Stelle zwar weiterhin fraglich, aber wenn man nun auf den antimuslimischen Rassismus rekurriert, welcher auf dem Account von @Platzhalter_1 anhand des analysierten Fallbeispiels des Verhaftungsvideos des Jugendlichen reproduziert wird, erscheint der Faktor der Aneignung oder zumindest Verwendung eines Songs aus dem Genre des Yugo-Rocks für ein Wahlkampfvideo einer *weißen* christlichen Vorsitzenden einer rechten Partei als durchaus beachtenswert.

4.5 Fallbeispiel 5: Montage zur AfD und Alice Weidel

4.5.1 Heroisierung

Ein weiteres Video des Accounts (s. Abbildung 06) vom 20.12.2024 zeigt Alice Weidel in einer jesuartigen prophetischen Darstellung. Ihr Kopf ist unter Zuhilfenahme der Fotomontage-Technik, d. h. “assemblage and combination of the expressive elements from individual photographs” (Stepanova, 1996, o. S.), auf einer Jesus-Figur platziert, die über den Wolken zu schweben scheint. Dahinter erstrahlt eine große Sonne im Stile eines Heiligenscheins und die Hände der Weidel-Jesus-Figur formen außerdem einen Segensgestus. Die Segnung repräsentiert in der christlichen Ikonographie die “Verleihung der göttlichen Gnade durch den Segen durch Gott selbst oder durch einen von Gott erwählten Mann” im Sinne der biblischen Tradition (Meinardus, 1978, S. 106).

In dieser Darstellung Weidels als eine heilige Figur lässt sich eine *Heroisierung*, die Zuschreibung bestimmter bewundernswerter Qualitäten (Hoff et al., 2013, S. 7f) erkennen. Speziell zu heroischen “Figurationen in sozialer und personaler Perspektive” beschreiben Hoff et al. (2013, S. 8, Hervorhebung durch die Autorin) die “Personalfiguration [als]

Projektionsfläche für gesellschaftliche Normen, Handlungsorientierungen und Werte. Verstanden als Personalfiguration erscheint eine heroische Figur so als individuelles, **gestalthaftes Angebot**, als Reaktion auf ein **kollektives Bedürfnis**“. Die Weidel-Jesus-Kreatur kann in dieser visuellen Darstellung folglich als Antwort auf den Wunsch nach Veränderung in einem Teil der deutschen Bevölkerung verstanden werden. Diese These unterstützt auch der Text, welcher dem hier analysierten Reel visuell beigelegt wurde: “Gott hat sie erschaffen um uns die Augen zu oeffen [sic!]” (s. Anhang), wodurch impliziert wird, dass der jetzige Status Quo einer Veränderung durch einen metaphorischen Messias in Gestalt von Alice Weidel bedarf.

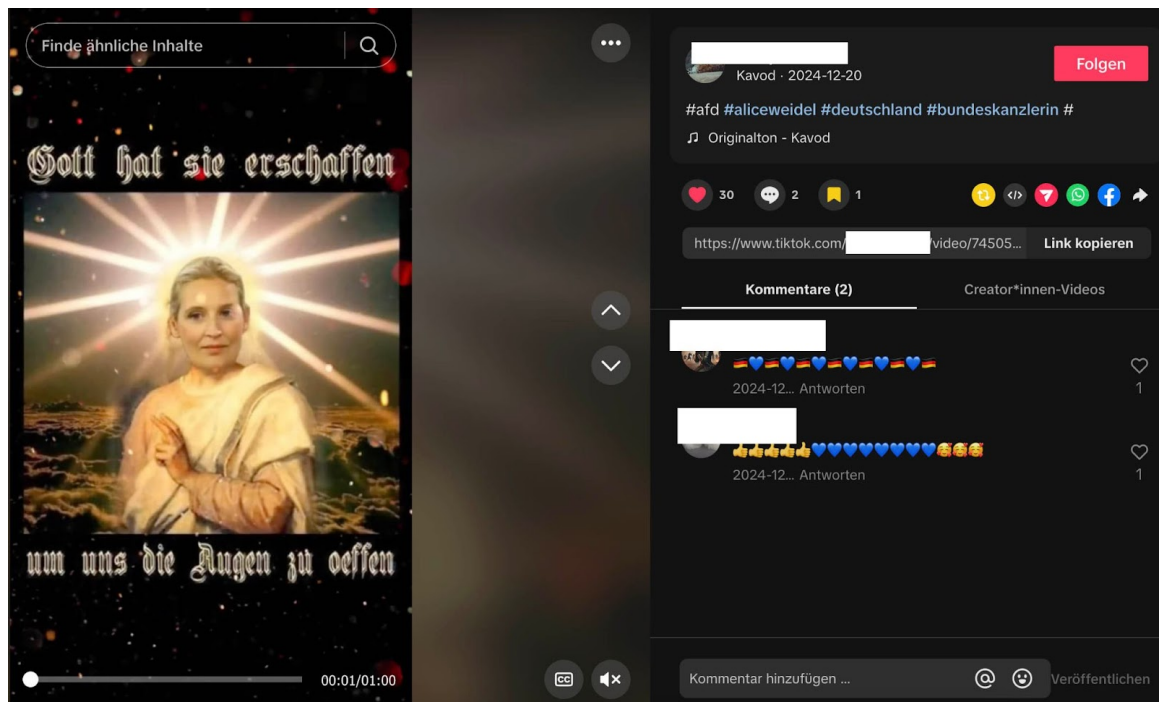


Abbildung 06. Screenshot von TikTok. Göttlich.

TikTok-Video von [@Platzhalter_1], 20. Dezember 2024. Abrufbar unter:

<https://www.tiktok.com/@cosynus22/video/7450563833363582241> (letzter Zugriff: 10.02.2025).

4.5.2 Künstliche Intelligenz (KI) & Deepfakes

Im weiteren Verlauf des einmütigen Videos werden 29 weitere disparate Bilder eingeblendet: Übereinstimmend lässt sich bei diesen feststellen, dass sie eine deutliche Nähe zur AfD aufweisen, da sie entweder Alice Weidel als Person selbst, AfD-Parteismbole in unterschiedlicher Einbettung oder in einem Fall eine übergroße Deutschlandflagge in gleißendem Sonnenlicht zeigen. Auffällig erscheint dabei der vermehrte Einsatz von nicht gekennzeichneten durch KI, also durch Künstliche Intelligenz generierten Bildern. So ist beispielsweise ein Luftschiff beziehungsweise ein Zeppelin zu sehen, auf welchem der Schriftzug “German Patriots” aufgedruckt ist, was offensichtlich jeglichen Realismus entbehrt, da der Flug eines solchen Zeppelins sicherlich ein entsprechendes Medienecho national und international ausgelöst hätte, was die Vermutung der Nutzung einer KI nahelegt. Ferner ist die Abbildung eines Luftschiffs insofern beachtenswert, als dass die “Majestät”

seiner Erscheinung und Bewegungsart, die nationale Exklusivität [...], die Bedienung durch hierarchische Kollektive, seine phallussymbolischen Qualitäten und eben die Idee der (hier als Standfestigkeit bewunderten) Starrheit [...] sich zu einem stimmigen Bild der nationalistischen und militaristischen Herrschaftslegitimation [fügten]” (Haude, 2010, S. 113).

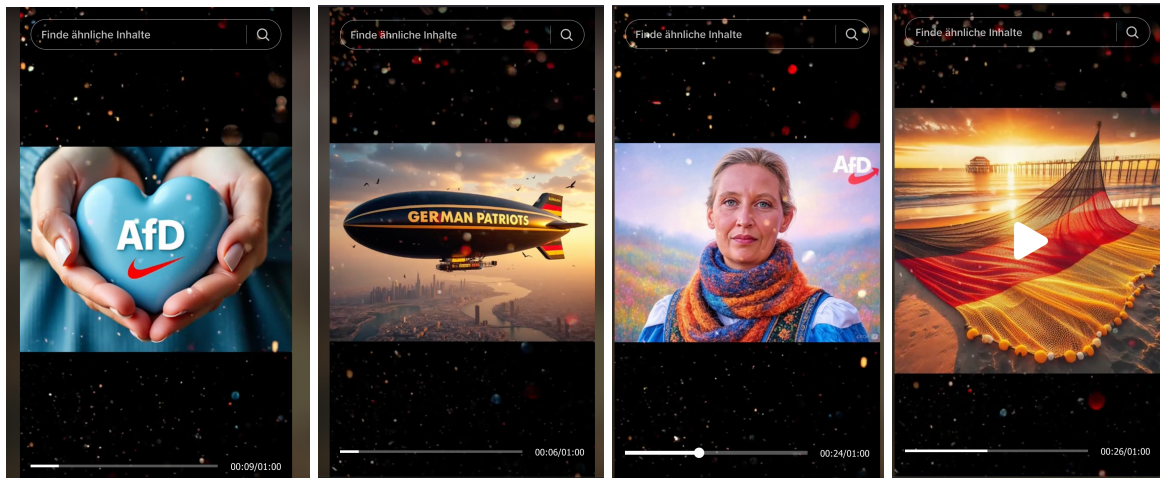


Abbildung 07. Collage aus Screenshots von TikTok. Heroisierung.

TikTok-Video von [@Platzhalter_1], 20. Dezember 2024. Abrufbar unter:

<https://www.tiktok.com/@cosynus22/video/7450563833363582241> (letzter Zugriff: 10.02.2025).

Auch die Darstellung von Alice Weidel in Abbildung 07 weist typische Anzeichen einer KI-Generierung in Form eines *Deepfakes* auf. “Der Begriff Deepfake [...] bezieht sich also auf jedes Video, Bild sowie jede Audiodatei, in dem Gesichter oder Körper mithilfe von Künstlicher Intelligenz (KI) entweder ausgetauscht oder digital verändert wurden” (Kötke, 2021, S. 1) Als wichtiger Faktor zur Erkennung von solch KI-generiertem Content (obgleich bezogen auf Videos) hat sich unter anderem die Frage “Kann ich im Gesicht den gleichen Grad an Details und Schärfe wahrnehmen wie in der Kleidung oder den Haaren?” erwiesen (Uhlenbrock, 2024, S. 36). Beim Bild von Alice Weidel weist der Schal einen höheren Detailgrad auf, sodass einzelne Fasern in diesem erkennbar sind, wohingegen ihr Gesicht kaum Poren und insbesondere ihre Lippenpartie kaum Struktur erkennen lässt.

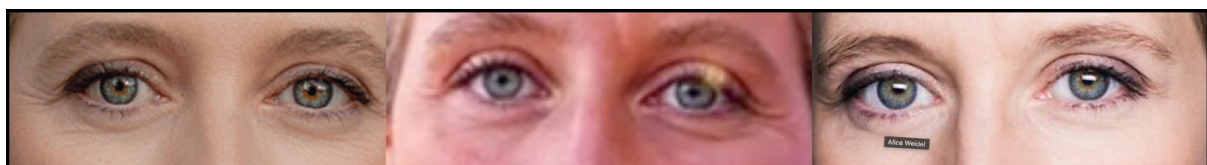


Abbildung 08. Collage aus Screenshots von TikTok, der Alice Weidel Homepage und des Deutschen Bundestags. Augenpartie.

Mitte: TikTok-Video von [@Platzhalter_1], 20. Dezember 2024. Abrufbar unter:

<https://www.tiktok.com/@cosynus22/video/7450563833363582241> (letzter Zugriff: 10.02.2025).

Links: Bild von Alice Weidel. Abrufbar unter: [<https://alice-weidel.de/unterstuetzen/>] (letzter Zugriff: 10.02.2025).

Rechts: Bild von Dr. Alice Weidel/Hagen Schnauss. Abrufbar unter:

https://www.bundestag.de/abgeordnete/biografien/W/weidel_alice-858184 (letzter Zugriff: 10.02.2025).

Weiterhin weichen Weidels Augen, hier in Abbildung 08 in der Mitte zu sehen, von ihrer realen Erscheinung ab, wenn man diese mit offiziellen Fotos, in dieser Abbildung links und rechts platziert, vergleicht. Ihre Augenlider variieren in dem Deepfake optisch im Vergleich zu den echten Bildern und zudem ist auch die Iris in einem anderen Blauton eingefärbt. So fällt bei genauerer Betrachtung auf, dass eine sichtbare Diskrepanz zwischen der Farb- und insbesondere der Formgebung besteht, sowie außerdem eine verstärkte Faltenbildung bei der gesamten Augenpartie in dem KI-Bild auftritt.

Vor allen Dingen lässt sich aber bei der Pausierung des Videos in extremer Vergrößerung erkennen, dass das Bild am unteren rechten Rand mit einem semi-transparenten Wasserzeichen von 'Grok' versehen ist, wobei es sich um ein "novel artificial intelligence (AI) model" (Gupta et al., 2024, o. S.) handelt. Überdies erscheint es relevant, dass Grok zum Unternehmen *xAi* des Tech-Milliardärs Elon Musk gehört, welcher mit dieser KI eine 'politisch inkorrekte' Alternative zum populären ChatGPT von OpenAI und dessen konkurrierenden Angeboten von Google sowie Microsoft schaffen wollte, um eine Art Gegenpol zu den seiner Meinung nach zu liberalen und *woken* Antworten der jetzigen Modelle aufzubauen (Oremus, 2023, o. S.). Unter dem Terminus *woke* versteht man gemeinhin, sehr bedacht darauf zu sein, soziale Ungerechtigkeiten zu benennen (Sobande, 2019, S. 2723).

Die Verwendung von KI-Bildern erscheint in Bezug auf die ursprüngliche Botschaft des Videos als durchaus bemerkenswert, da die Aussage "die **Augen** zu oeffen [sic!]" (Hervorhebung durch d. Autorin) in Kombination mit der Weidel-Jesus-Kreatur beinhaltet, dass Alice Weidel als Vertreterin der AfD im Gegensatz zur aktuellen politischen Regierung über eine gewisse Authentizität verfügen würde, mit welcher sie der deutschen Bevölkerung die Wahrheit über den momentanen Zustand des Landes **vor Augen führen** könnte. In Anbetracht der Tatsache, dass im selben Video aber nicht eindeutig kenntlich gemachte computergenerierte Visualisierungen verwendet werden, wird diese scheinbare Authentizität indes zumindest in Frage gestellt. Bei der Nutzung von KI-Bildern ohne entsprechenden Hinweis im Zusammenspiel mit einer widersprüchlichen Darstellung handelt es sich im AfD-Kontext um keinen Einzelfall: Einst erschuf die Göppinger AfD online eine blonde Frau zusammen mit der Aussage "Echte Frauen sind rechts", obwohl diese Person in der Realität nicht existierte, sondern lediglich KI-generiert war (Zywietz & Ipsen, 2024, S. 122).

4.5.3 Weitere Heroisierung

Die Thematik der Heroisierung zieht sich auch weiterhin durch das Video: So wird beispielsweise in Sekunde sieben ein Bild von Alice Weidel eingeblendet, auf welchem sie aus der Sicht der Bildbetrachter*innen nach rechts oben blickt. Bühler, Schlaich & Sinner (2017, S. 44) stellen dazu treffend fest: "Die Blickrichtung eines Menschen in einem Bild lenkt auch Ihren Blick in diese Richtung. Bewegungen im Bild geben die Richtung an." Busch (2016, S. 74) gibt passend hierzu und zum Themenkomplex der heroischen Darstellung den Hinweis, dass der »Bildheld« häufig, unseren europäischen Lesegewohnheiten von links nach rechts folgend, leicht aus der Mitte des Bildes nach rechts

gerückt ist und damit in die Nähe der rechten Senkrechten des Goldenen Schnitts gerät” (Hervorhebung durch d. Autorin). In diesem Fall ist Alice Weidels Oberkörper selbst zwar nahezu perfekt mittig platziert, ihr Kopf aber durch die Neigung leicht nach rechts versetzt und ihr Blick gen Bildrand rechts oben gerichtet. Diese Blickrichtung suggeriert einen Blick in die Ferne und im übertragenen Sinne einen Blick in die Zukunft mit der AfD als Regierungspartei und Alice Weidel als Kanzlerin, was auch der unten platzierte Text “Kanzlerin für Deutschland” hoffnungsvoll andeutet.

Unterstrichen wird diese visuell sichtbare politische Botschaft von der Lichtrichtung, welche aus der imaginären Ferne auf Weidels Gesicht trifft. Das Bild ist überdies in einem quadratischen Format gehalten und “[v]om Quadrat geht eine statische, ausgeglichene und ruhige[...] Wirkung aus.” (Kamp, 2013, S. 15)“. Alice Weidel, deren Körper wie zuvor erwähnt im Zentrum des Bildes platziert ist, bildet zudem für Betrachter*innen den “Bildschwerpunkt in der Bildmitte”, welcher “als ruhig, stabil und fest, jedoch auch statisch” wahrgenommen wird (Balan, 2021, S. 43).

In diesem spezifischen Fall unterstreicht diese stabile Bildwirkung den unten platzierten Text “Kanzlerin für Deutschland”, da Korte (2022, S. 15) betont, dass “Zukunftssicherheit [...] bei den Motiven auf dem Wählermarkt eine große Rolle [spielte]” und dass “sich die Sicherheitsdeutschen von ihren Kanzlerinnen und Kanzlern [Krisenlotsenschaft wünschen]” (ebd., S. 11).

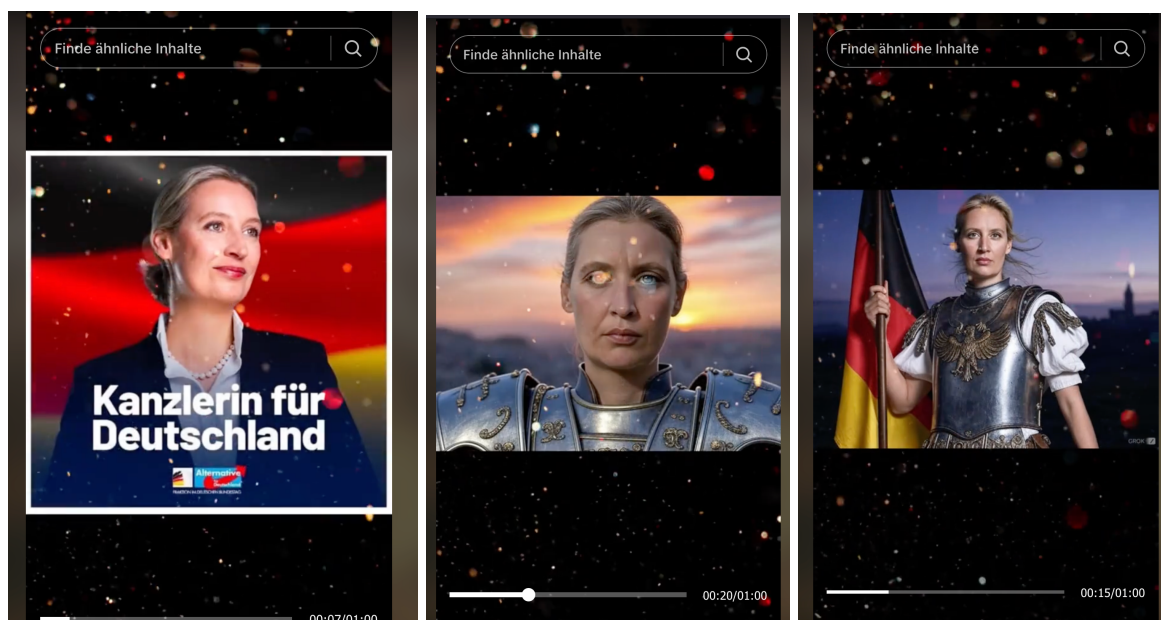


Abbildung 09. Collage aus Screenshots von TikTok. Heroisierung und Jeanne d’Arc.

TikTok-Video von [@Platzhalter_1], 20. Dezember 2024. Abrufbar unter:

<https://www.tiktok.com/@cosynus22/video/7450563833363582241> (letzter Zugriff: 10.02.2025).

Des Weiteren ist die Kameraperspektive des Bildes aus einer Untersicht heraus, “[d]adurch wirken die abgebildeten Personen – je nach Inszenierung und Grad der Untersicht – selbstbewusst, mächtig und dominant oder sogar bedrohlich. Politiker*innen, Stars oder Manager*innen lassen sich gerne aus einer leichten Untersicht fotografieren, um Stärke zu

demonstrieren.” (Goethe-Universität, 2016, S. 25) Im Hintergrund des Bildes ist eine überdimensionale Deutschlandflagge zu sehen, welche den “völkische[n] Nationalismus”, den Steiner & Michelsen (2020, S. 79ff) zumindest der thüringischen AfD zuschreiben, hervorhebt. Zusätzlich wird beim gesamten Video augenscheinlich der hauseigene *Gold Glitter*-Filter von TikTok angewendet, welcher mit Unschärfe spielt sowie aus goldenen und bunten, semi-transparenten Bokeh-Kreis-Elementen besteht, die das Video wiederum wie eine Art von Konfetti überziehen. Diese Filternutzung kann als weitere Verstärkung der Heroisierung eingeschätzt werden, da Gold als Element gemeinhin mit Reichtum und Wertigkeit assoziiert wird.

4.5.4 Propaganda & Instrumentalisierung des Christentums

In zwei weiteren Bildern des Videos in Sekunde 15 und 19, siehe Abbildung 09, wird Alice Weidel in einer Ritterrüstung dargestellt, die an Jeanne d’Arc erinnert. Jeanne d’Arc, um die sich Legenden ranken, ist eine französische Nationalheldin, welche 1412 geboren wurde und wegen angeblicher **christlich-göttlicher** Visionen als Frau für Frankreich zwecks Rückeroberung von Orléans in den Krieg gegen England zog, aber 1431 als angebliche Ketzerin von den Engländern auf dem Scheiterhaufen verbrannt wurde (Brotzeller, 2019, S. 142ff).

Rieger (1985, S. 129) berichtet im französischen Kontext davon, “daß [...] auch diese patriotische Jeanne als Bannerträgerin einer extrem antidemokratischen, sogar antirepublikanischen, und antiaufklärerischen Bewegung mißbraucht wird”.

Kaya (2023, S. 318) erörtert, inwiefern das weite Feld der Vergangenheit von der AfD unter anderem mithilfe von Lügen und Vulgarisierung instrumentalisiert wurde und wie es “rechtspopulistischen Schwesterparteien im europäischen Ausland” (Adorf, 2017, S. 506) wie in diesem Fall der *Front National* durch die Wiederbelebung der Legende um Jeanne d’Arc gelang, auch den Nationalismus wieder aufleben zu lassen (Kaya, 2023, S. 318).

Ein weiteres interessantes Thema, in dem Jeanne Fall einen Bezug zur aktuellen Situation hat, ist die **Macht der Propaganda**. In Jeanne Fall wurde durch den französischen Hof die Nachricht von Jeanne als Retterin Frankreichs verbreitet und somit dem eigenen Volk Mut und den Feinden Angst gemacht. Auch heute spielt die Verbreitung von Informationen durch Medien eine wichtige politische, aber auch wirtschaftliche und soziale Rolle. Dabei sollte sich jeder Einzelne in Zeiten von Fake News und der Massenbeeinflussung durch die sozialen Medien über die Macht dieser schnellen Informationsverbreitung bewusst sein und entsprechende Konsequenzen bezüglich seiner Bewertung von Gelesenem und seines Medienkonsums ziehen. (Brotzeller, 2019, S. 151)

Dieser Einschub von Brotzeller ist für die inhaltliche Analyse der Bilder von Alice Weidel in Jeanne d’Arc Optik insofern bemerkenswert, als dass sich die medialen Strategien der AfD laut Hillje (2019, o. S.) als “**Propaganda 4.0**” einordnen lassen. Zusätzlich betont Hillje

(2018, S. 4; Hervorhebung durch d. Autorin): “Man muss sich bewusst machen: Populistische Kräfte verstehen Politik als „**Informationskrieg**“. In diesem „Krieg“ setzen sie auf Verbündete.” Wohingegen Hillje (ebd.) sich in dieser Ausführung auf ein “ganzes Netzwerk neurechter Medien” bezieht, lässt sich diese Feststellung auch auf das hier analysierte Beispiel übertragen: Alice Weidel in Jeanne d’ Arc Rüstung steht für eine dichotome “Einbettung in einen „**Kampf der Kulturen**“ [...] [, so schafft] es die Partei, ihre mitunter rechtsextremen nativistischen Positionen, die sich vor allem in anti-pluralistischen Haltungen und einer Unterminierung der Religionsfreiheit zeigen, als **Verteidigung liberaler christlich-aufgeklärter Werte**, gar als Philosemitismus, zu verklausulieren” (Bitzl & Kurze, 2021, S. 471; Hervorhebung durch d. Autorin).

Ein weiterer Punkt, der an dem Video auffällt, ist die musikalische Unterlegung mit dem Titel “Send Me an Angel” von der deutschen Rockband “Scorpions”. So singt der Sänger der Band Klaus Meine “Here I am (Here I am) Will you send me an angel? Here I am (Here I am) In the land of the morning star” (songtexte.com, 2025). Meine (Youtube-Video von der Deutschen Bibelgesellschaft, 2018), erläutert: “[D]ann wünscht man sich oft, dass da dieser Engel da ist, dass dieser Engel kommt, dass dieser Engel einen beschützt und ja auch den richtigen Weg zeigt”. Er (ebd.) hebt auch die “Suche nach Hilfe” hervor, die der Songtext betont. Auf diese Art und Weise glorifiziert die auditive Ebene im Zusammenspiel mit den visuellen Mitteln ebenfalls Alice Weidel als gottgesandte Retterin “des »christlichen Abendlandes« gegen den muslimischen »Zustrom«” (Pickel & Yendell, 2020, S. 217).

4.6 Fallbeispiel 6: Deepfake-Video zu Ricarda Lang

4.6.1 Wertekodex des dazugehörigen Accounts



Abbildung 10. Screenshot von TikTok. AfD-Zuspruch.

TikTok-Profil von [@Platzhalter_2], 30. Oktober 2024. Abrufbar unter:

https://www.tiktok.com/@m_rhee2024 (letzter Zugriff: 10.02.2025).

Ein Profil namens @Platzhalter_2 verfügt zum Zeitpunkt der Analyse über etwa 7600 Follower*innen und 73.200 Likes, also eine durchaus nennenswerte Reichweite. Als TikTok-Spitzname ist beim Profil in gebrochener Schrift “Maggie Rhee”, in serifenloser

Schrift “wählt” und ein blaues Herz, welches bekanntermaßen für Zustimmung zur AfD steht, festgelegt. Bei dem Namen Maggie Rhee handelt es sich wohl um eine Anlehnung an den Charakter Maggie Rhee aus der eine dystopische Zombie-Postapokalypse behandelnden TV-Serie *The Walking Dead*, welche innerhalb der Serie von anderen Charakteren - in Bezug auf ihre Entscheidung ein Kind auszutragen - der Rücksichtslosigkeit bezichtigt wird (Allison & Efthimiou, 2018, S. 215).

Die Autor*innen (Allison & Efthimiou, 2018, S. 217f) argumentieren, dass diese Entscheidung als ein heroischer, femininer Akt eingeordnet werden kann und erweitern diese Aussage wie folgt: “The maternal figures [...] continue to inspire and energize heroic actions throughout the series, as is characteristic of heroic leadership” und “Maggie—the maternal subject, harbinger of the new seed, and future of the group—taking the role of the heroic leader preparing to fight another good fight.” (Allison & Efthimiou, 2018, S. 227). Sie (ebd., S. 227f) legen den Fokus auf die “transformation from selfish egocentricity to selfless sociocentricity“, “recognition of the importance of children as hope for the future” und zitieren die Aussage in der Serie “Maggie ... she’s carrying the future”. Garland et al. (2018) asserieren die Theorie der Repräsentation von traditionellen patriarchalen Geschlechterrollen auch in Bezug auf Elternschaft in der Comic-Variante von *The Walking Dead* und differieren von Allison & Efthimious Einschätzung insofern, dass sie der Serie unterstellen, Frauen würden in dieser keine echten Führungsrollen einnehmen können. Greene & Meyer (S. 64, 72, 2014) pflichten dieser abweichenden Einschätzung auch in Bezug auf die TV-Variante bei und lasten der Serie *weiße* männliche Führungsnarrative, sexistische Rhetorik sowie ebenfalls stereotypische patriarchale Geschlechterrollen an.

Um dies nun allerdings auf die Thematik von Rechtspopulismus zu beziehen: Glaser & Rahner (2022, S. 316f) halten fest, dass Rechtspopulist*innen Themen wie Wohlergehen von Kindern instrumentalisieren, um Wähler*innen von sich und ihren Zielen zu überzeugen. Im Jahre 2017 bescheinigt Lang (S. 63) der AfD eine “pro-natalistische Bevölkerungspolitik“, “d.h. auf Erhöhung der Geburtenzahl gerichtet” (Rabe-Kleberg, 1995, S. 121), und spricht von nicht weniger als einer “ideologischen Überhöhung der Mutterschaft” (ebd., S. 72) in der Partei. Daraus lässt sich schließen/zumindest vermuten, dass die Person hinter dem TikTok-Profil @Platzhalter_2 diesem Wertekodex gegenüber zumindest tendenziell positiv eingestellt ist, da sie als mutmaßlicher Fan der Serie, welche laut Hassler-Forest (S. 91, 2014) über eine große Beliebtheit verfügte, diesen Namen für sich gewählt hat.

Überdies wird aufgrund der weiblichen Konnotation des gewählten Namens des Accounts der Wahrscheinlichkeit nach und der Einfachheit halber davon ausgegangen, dass es sich bei @Platzhalter_2 um eine sich weiblich identifizierende Person handelt, sodass im Folgenden die Pronomen sie/ihr verwendet werden.

4.6.2 Zuspruch zur AfD

Wie bereits zuvor dargelegt, sagt bereits der Spitzname des Profils @Platzhalter_2 aus, dass es sich bei ihr um eine AfD-Anhängerin handelt. Dies lässt sich ebenso an ihrer TikTok-Biografie sowie ihrem Profilbild erkennen. So ist dort zu lesen: “MEINE POLITISCHE AUSRICHTUNG:”, “AFD”, “RECHTS-KONSERVATIV!”, “F*CK ANTIFA!” (TikTok-Profil von [@Platzhalter_2]). Wie bereits in Kapitel 4.1 beschrieben, verleiht die Verwendung von Versalien den Worten Nachdruck (Danet, 2001/2020, S. 17). Darüber hinaus wird die konsequente Großschreibung von Sätzen im digitalen Raum gemeinhin mit einer Darstellung von Schreien assoziiert (Hentschel, 2008, S. 58; S. 61). Zudem “[ermöglicht] [d]er Einsatz von Ausrufezeichen [...] die Nachdrücklichkeit einer Aussage hinsichtlich des mitgeteilten Sachverhalts zu steigern. [...] Ausrufezeichen [begleiten] verschiedene Äußerungen, in denen emotionsausdrückende und emotionsbezeichnende Mittel gebraucht werden.” (Mostýn, S. 54, 2010). Ebenso im Kontext von Emotionen in Bezug auf “emotionale Online-Praktiken” berichtet Frick (2020, S. 159), dass

“Emotionen [...] dabei nicht nur als auf den eigenen Zustand verweisend, sondern häufig auch in kommentierender und bewertender Form, als Stellungnahme im Hinblick auf bestimmte Geschehnisse kommuniziert [werden] (vgl. Schwarz-Friesel 2013:178); dafür eignen sich bspw. politische Ereignisse besonders gut”. (Frick, 2020, S. 159)

Des Weiteren zeigt ihr Profilbild auf der linken Seite ein Kopfporträt von Alice Weidel, welche gen Betrachter*in blickt, im Hintergrund ist eine Deutschlandflagge im Unschärfebereich zu sehen. Auf der rechten Seite liest man den Text “Wir machen Politik für das Deutsche Volk und für niemand anderen! Dr. Alice Weidel” Dabei handelt es sich augenscheinlich um ein Zitat Weidels von einer Rede im Hamburger Rathaus am 17.01.2025 (NDR/o. V., 2025, o. S.), bei der sie besagten Satz äußert und dafür vom Publikum Applaus erntet (o. V., Plattform X, 2025, o. S.). Wildt (2017, S. 97f) erläutert inwiefern der Begriff ‘Volk’ von der AfD seit ihrer Parteigründung instrumentalisiert wurde und nach wie vor wird, indem sie mit diesem Terminus eine Trennlinie zwischen deutscher und nicht-deutscher Kultur sowie Herkunftsgeschichte markieren und wie die Partei das Narrativ erzeugt, die politische Elite würde die Wünsche des Volkes gezielt ignorieren. Ferner ist die Nennung von Alice Weidels Dokortitel exemplarisch dafür, dass bei ihr “[s]ozialer Status und berufliches Prestige mit bürgerlichen Tugenden verwechselt werden” (Kraske, o. S.).

4.6.3 Ablehnung der Antifa

Die oben zitierte negative Aussage gegenüber der *Antifa* verweist darauf, dass laut AfD-Insidererfahrungen die Antifa durch ihre der AfD gegenüber ablehnende Vehemenz

durchaus einen bedeutsamen Part dabei einnehmen kann, das Gemeinschaftsgefühl in AfD-Communities zu stärken, weil sie sich von dieser “diskriminiert” fühlen würden (Leschik, 2021, S. 27). Hestermann und Hoven (2019, S. 136) stimmen im Zuge ihrer Untersuchungen zu zu eigenen Pressemitteilungen der AfD insofern zu, dass sie zunächst erwähnen, die AfD nenne sich in 13,2% der Mitteilungen selbst als Opfer von Kriminalität und überdies würde innerhalb der Berichte am häufigsten die Antifa als Täterschaft benannt. Zur Beurteilung des von @Platzhalter_2 in ihrer Biografie genutzten Fluchwortes “F*CK” erscheint Spissingers (2024, S. 249) Hinweis von Bedeutung zu sein, welcher unterstreicht, dass aggressive verbale Ausfälle innerhalb der AfD nicht etwa nur einen bloßen schädigenden Effekt hätten, sondern gleichzeitig auch für eine emotionale Entlastung der schimpfenden Personen sorgen sowie das oben erwähnte empfundene Gemeinschaftsgefühl innerhalb der AfD verstärken. Zusätzlich ist über der Flagge das Wort “AfD” in blau samt vier blauer Herzen zu erkennen, welche, wie zuvor erwähnt, für die Anhängerschaft zur AfD stehen.

4.6.4 Ablehnung der Partei Bündnis 90/Grünen (Die Grünen)

“Politische Ansichten lösen offenbar besonders oft Aggressionen aus” (Prinzing, 2020, S. 43). Rekurrierend auf das Ricarda Lang Video lässt sich sagen, dass “die Funktionsträger der AfD ihren Hauptgegner in den Grünen und ihren politischen Programmen, ihren lebensweltlichen Wertorientierungen und in den von ihnen propagierten und praktizierten Lebensstilen [sehen]” (Wirth, 2020, S. 273). Ricarda Lang war von Anfang 2022 bis September 2024 zusammen mit Omid Nouripour Parteivorsitzende von Bündnis 90/Die Grünen (Lensing, 2025, S. 78). Otteni und Weisskircher (2022, S. 328) bestätigen in ihrem Fall in Bezug auf klimapolitische Ziele, dass “die AfD den klaren Gegenpol zu den Sympathisant*innen von Bündnis 90/Die Grünen [bildet]”. Wirth (ebd.) stützt diese These im Allgemeinen und äußert, “[d]ass auch die Wählerschaften der beiden Parteien wenig Gemeinsamkeiten haben”. Hampel (2023, S. 5) spricht zudem von “massive[n] Differenzen [...] [zwischen linken und rechten Einstellungen], die sich in der Parteipräferenz widerspiegeln”.

In Hinsicht auf die jeweilige **Wählerschaft** geht aus Nachwahlbefragungen, der amtlichen Wahlstatistik und empirischen Studien hervor, dass die Grünen überproportional von Frauen, von Jungwählern, von Besser-Gebildeten und von Besser-Verdienenden gewählt werden. Die Wählerschaft der AfD dagegen ist männlich geprägt, überdurchschnittlich in Ost-Deutschland vertreten, hat mittlere Bildungsabschlüsse, wohnt eher in einer Kleinstadt oder einem Dorf, wird relativ häufig von Arbeitern und von Wählern zwischen 35 und 59 Jahren unterstützt. (Hampel, 2023, S. 1)

So lässt sich daraus schließen, dass Ricarda Lang als ehemalige Bundesvorsitzende der Grünen (zum Zeitpunkt des Uploads des Videos am 24.10.24 einen Monat nach dem Rücktritt) ein geeignetes Ziel darstellt, um als Teil der AfD-Anhänger*innen Antipathien gegenüber ihr und somit indirekt auch gegenüber ihrer Partei zu äußern.

4.6.5 Deepfake

Auf dem TikTok-Account von @Platzhalter_2 lässt sich unter dem Postingdatum vom 30.10.2024 folgendes Video auffinden:

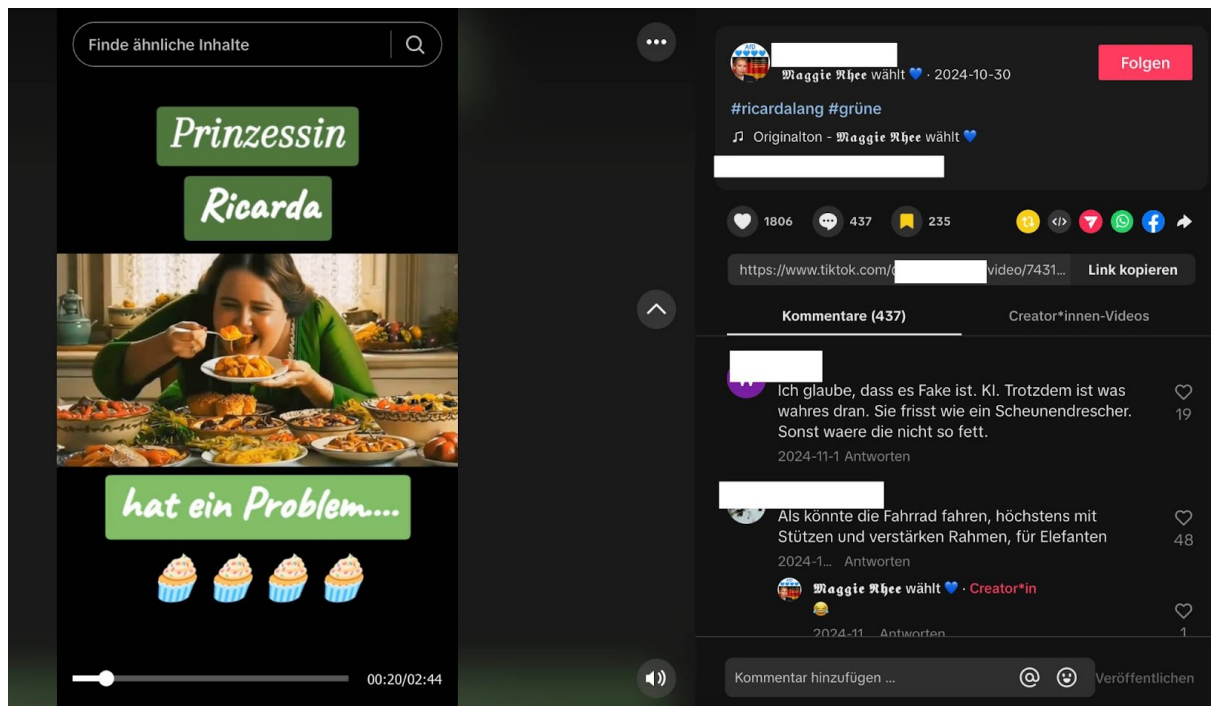


Abbildung 11. Screenshot von TikTok. Lang-Diffamierung.

TikTok-Video von [@Platzhalter_2], 30. Oktober 2024. Abrufbar unter:

https://www.tiktok.com/@m_rhee2024/video/7431545184707513633 (letzter Zugriff: 10.02.2025).

Das besagte Video über Ricarda Lang besitzt beachtliche 48.100 Likes und dauert 2:44 Minuten an. Es erzählt eine diffamierende Geschichte über die ehemalige Grünen-Parteivorsitzende Ricarda Lang, in welcher sie sich auf eine Art Suche für das Erlangen von süßem Gebäck in Form eines Ausflugs in eine Bäckerei begibt. Es handelt sich hierbei um ein sogenanntes *Deepfake* Video, wie nach einer folgenden kurzen Einordnung des Nutzerprofils der erstellenden Person begründet wird.

Mit diesen Bildgeneratoren ist es möglich, bekannte Personen, von denen bereits viele Fotos im Netz vorhanden sind, fotorealistisch in erfundenen Situationen zu zeigen (Deep Fakes). [...] Desinformation oder Deep Fakes mittels Künstlicher Intelligenz führen für Unternehmen wie für die Gesellschaft zu neuen Risiken. Hier zeigen sich

ernstzunehmende Gefahren durch den Missbrauch von KI-Anwendungen. Daher ist auch im Umgang mit ChatGPT das Wissen über die Erstellung von Fakes und die Identifizierung dieser von zunehmender Bedeutung und Teil der Medienkompetenz. (Kruse & Dickel, 2024, S. 99)

Zunächst lässt sich feststellen, dass es sich bei dem TikTok-Reel von @Platzhalter_2 über Ricarda Lang um ein KI-Video in Form eines *Deepfakes* handelt. Kruse & Dickel (2024, S. 99) heben hervor, dass “Desinformation oder Deep Fakes mittels Künstlicher Intelligenz [...] für Unternehmen wie für die Gesellschaft zu neuen Risiken [führen]. Hier zeigen sich ernstzunehmende Gefahren durch den Missbrauch von KI-Anwendungen”.

Kötke (2021, S. III) sekundiert: “In der Politik können Deepfakes als Propaganda genutzt werden, aber auch, um Politiker/-innen auf Videoportalen oder Imageboards falsch darzustellen. [...] Für die Regierungen besteht somit die größere Angst, dass Deepfakes eine Gefahr für die Demokratie darstellen”.

Das Video über Ricarda Lang ist zwar von der Erstellerin nicht dementsprechend als KI-Video gekennzeichnet, allerdings lässt sich anhand mehrerer Aspekte eindeutig ableiten, dass es sich hierbei um ein Deepfake handelt, wie im Folgenden begründet wird:

Allem voran erscheint es für politisch interessierte Betrachter*innen erst einmal als höchst fragwürdig, dass sich Ricarda Lang trotz aller öffentlicher Anfeindungen ihrer Person gegenüber (Ickstadt, & Bernhard, 2024, S. 28; Perrone et al., 2024, S. 35f; Strick, 2024, S. 41; Diekmann, 2023, S. 199; Nash, 2024, S. 941-957) freiwillig beim Bäcker, Fahrradfahren, Taxifahren, während des Umarmens eines Baumes und beim als Völlerei dargestellten Verzehren von Gebäck privat bei sich zuhause beziehungsweise in einem dekadenten royalen Ambiente filmen lässt. So weisen auch Kruse & Dickel (2024, S. 99) im Zusammenhang von KI-generierten Foto-Deepfakes konkret auf den Aspekt einer möglichen “Unwahrscheinlichkeit des Bildinhalts” hin.

Darüber hinaus macht Uhlenbrock (2024, S. 37) wertvolle Anmerkungen zum Erkennen von KI-Videos: In Bezug auf KI-Bilder weist Uhlenbrock (2024, S. 37) auf die “**Einheitlichkeit**” hin und nennt die Frage: “Stimmen Eigenschaften von größeren Objekten wie **Autos**, Häusern, Zimmern symmetrisch überein?” (Hervorhebung durch d. Autorin). Im Video lässt sich am Taxi erkennen, dass zwar keine übermäßig auffälligen Symmetrie-Abweichungen auftreten, dafür aber die Schrift auf dem Taxi-Dachzeichen erheblich variiert sowie auf der Außenseite der Tür orthografische Fehler enthält:



Abbildung 12. Collage aus Screenshots von TikTok. Taxi.

TikTok-Video von [@Platzhalter_2], 30. Oktober 2024. Abrufbar unter:

https://www.tiktok.com/@m_rhee2024/video/743154518470751363 (letzter Zugriff: 10.02.2025).

Auch zählen die “Integrität” und “Verhaltensweisen” zu den Kriterien, welche bei der Echtheitsprüfung von möglichen KI-Videos beachtet werden sollten (Uhlenbrock). In der zum Video erstellten Abbildung 13 oben lassen sich in den rot markierten Bereichen Doppelkanten, von Ricarda Lang nicht bekannte Gesichtsanomalien, unscharfe, ineinander überfließende Übergänge und nicht menschliche sowie inauthentisch wirkende Bewegungen ihrer Mimik erkennen.

Inter alia verändern sich, allusiv zu Uhlenbrocks Konzept des Hinterfragens der () “Einheitlichkeit”, Ricarda Langs Haare mehrfach deutlich im Video, hier in Abbildung 13 in Violett gekennzeichnet. Zwar könnte man dies eingangs auch als üblich stattfindende Frisurenwechsel einstufen, welche innerhalb der dargestellten Zeitspanne des Videos theoretisch off-camera vollzogen worden sein könnten. Allerdings handelt es sich nicht bloß um simple Variationen der Frisur, sondern um gänzlich unterschiedliche Haarschnitte, -scheitel und -Längen, welche teils während derselben Szene innerhalb von Sekundenbruchteilen zwischen zwei Cuts variieren.

Ebenso verhält es sich mit ihrem grünen Kleid, in Abbildung 13 in gelb markiert, bei welchem sich immer wieder die Knopfleiste, Ärmelsaum, Dekoltee-Saum, Dekoltee-Ausschnitt, die angesetzten Falten sowie der Farbton ändern. Zusätzlich verändert sich auch die Ausprägung von Langs Halspartie unter dem Kinn im Laufe des Videos immer wieder erheblich, wie es in der Abbildung in Türkis eingerahmt ist.

Ferner weist auch Langs Stimme im Video typische Anzeichen eines Deepfake-Einsatzes auf, da sie inauthentisch wirken und “technisch[e] Mängel” (Kruse & Dickel, 2024, S. 99) aufweisen.

Somit lässt sich das Video zu Ricarda Lang von @Platzhalter_2 wie eingangs erwähnt als KI-Video beziehungsweise konkret als Deepfake einstufen.

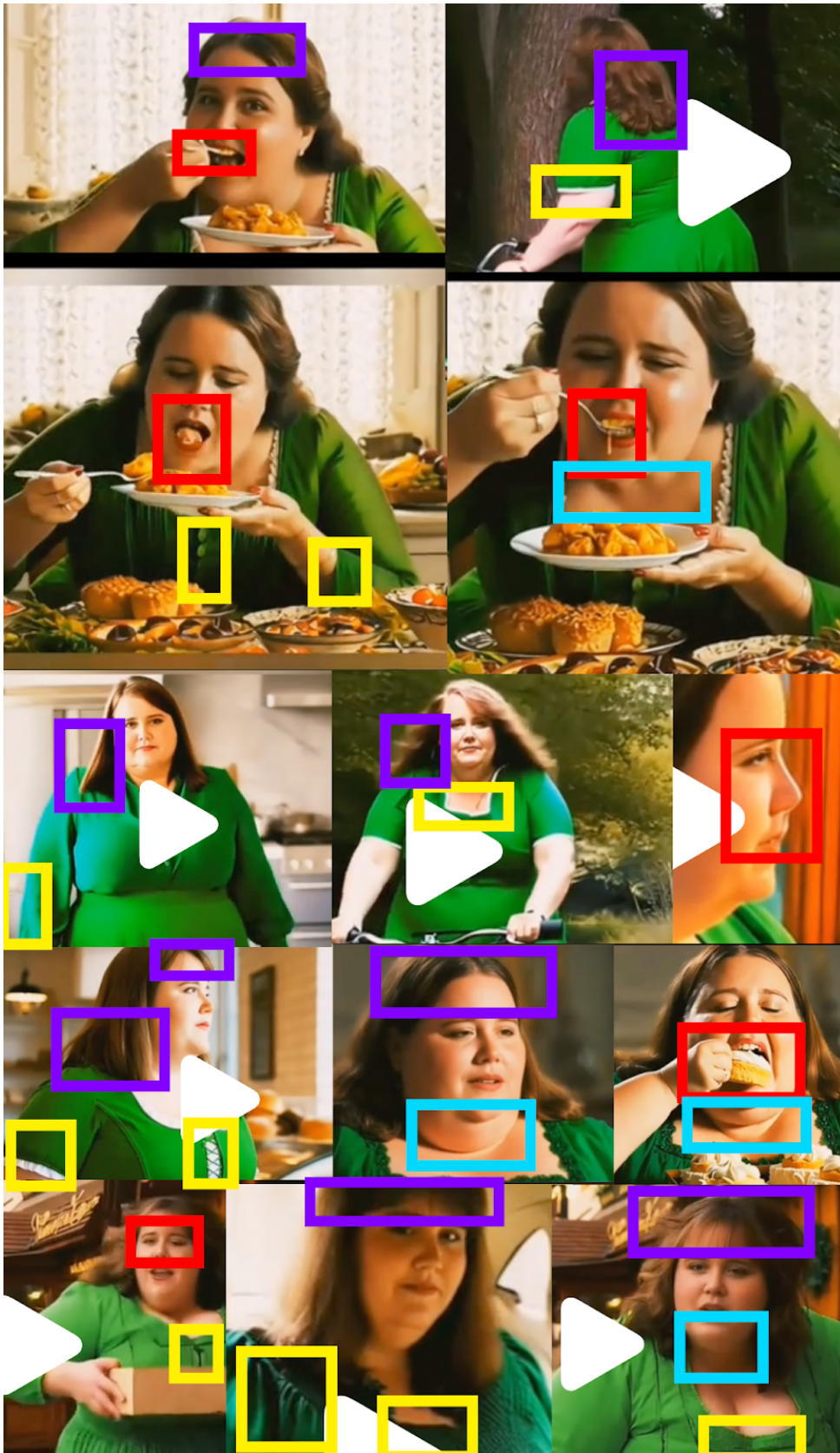


Abbildung 13. Collage aus Screenshots von TikTok. Lang-Deepfake.

TikTok-Video von [@Platzhalter_2], 30. Oktober 2024. Abrufbar unter:

https://www.tiktok.com/@m_rhee2024/video/7431545184707513633 (letzter Zugriff: 10.02.2025).

4.6.6 Fettfeindlichkeit & Body Shaming

Die Hate Speech, die Ricarda Lang erlebt hat, war dabei oftmals gewichtsbezogen (Kaiser, 2023, o. S.; Vedder, 2023, S. 186; Gmeiner, 2022, S. 2). So ist auch das Video von @Platzhalter_2 thematisch auf Langs Körper, welcher hier als *mehrgewichtig* und *dick_fett* bezeichnet wird, ausgerichtet. Angelehnt an Knöd (2022, S. 8) wird “[i]n der vorliegenden Arbeit [...] vorrangig die Selbstbeschreibung *dick_fett* verwendet. Diese Selbstbeschreibung schließt umschreibende Begriffe [...] mit ein; [...] *Dick_fett* soll sich als ebenso wertfreie Beschreibung eines Körpers in der Gesellschaft etablieren wie auch klein, dünn und groß [...]”. Indessen enthält das Reel von @Platzhalter_2 *fettfeindliche* Inhalte. *Fettfeindlichkeit*, oder *fatphobia* ist eine auf Körperformen bezogene Normativität und schreibt dem *Dünnsein* positive Eigenschaften wie beispielsweise Würde oder Attraktivität zu, wohingegen sehr negative Zuschreibungen wie Ekel, Erbärmlichkeit und gesellschaftliche Bedrohung mit *dick_fetten* Menschen assoziiert werden (Atherton, 2021, S. 1) Bei der Frage der passenden deutschen Übersetzung von *fatphobia* sollte die Bedeutung der Endung *-phobia* einbezogen werden: Im Zusammenhang mit geschlechterreflektierter Pädagogik erläutern Hechler & Stuve (2015, S. 45), dass “[d]er Phobiebegriff [...] eher passives Erleben als eine aktive Tätigkeit voraus[setzt] und [...] qua Pathologisierung einen gesellschaftlichen Strukturzusammenhang [individualisiert]”. Zinterl führt daher aus:

In der Arbeit werden nur die Begriffe ‚fettfeindlich‘ oder ‚Fettfeindlichkeit‘ verwendet, nicht ‚fettphob‘ oder ‚Fettphobie‘. Der Begriff Fettfeindlichkeit bezeichnet [...] die Diskriminierung von dicken Menschen. [...] In Gesellschaften, in denen den menschlichen Körper betreffend große und unbeugsame Idealbilder herrschen [...], werden alle Menschen fettfeindlich sozialisiert. (Zinterl, 2020, S. 15f)

Zum Zeitpunkt 00:02:31 sagt die computergenerierte KI-Stimme Ricarda Langs: “So gefällt mir das, mmh. Schön **faul** auf dem Sofa sitzen, Sahnetörtchen essen und YouTube gucken” (@Platzhalter_2, TikTok,). Dies lässt sich als fettfeindliche Unterstellung einstufen, da Fettfeindlichkeit häufig mit **Faulheit** verknüpft wird (Newcomb, 2022, S. 23; Cottais et al., 2021, S. 13; Bocquier et al., 2005, S. 789). Fettfeindlichkeit ist als eine valide und gefährliche Form der Marginalisierung anzusehen (Abel, 2020, S. 9). Wenn man nun zusätzlich bedenkt, dass “Deepfakes [...] Mobbing, allgemein gesehen, leichter ermöglichen [können] [...] da jeder Menschen [sic!] in lächerliche, gefährliche oder kompromittierende Szenarien gebracht werden kann” (Kötke, 2021, S. IV) und dass “[d]igitale Gewalt [...] reale Schmerzen verursachen [kann], [da] die Grenzen zwischen digitaler und realer Gewalt und Bedrohung verschwimmen” (Prinzing, 2020, S. 42), wird die Dimension der Kompromittierung des Deepfake-Videos über Ricarda lang deutlich.

Auch in den Kommentaren wird *Body Shaming* eingesetzt. Body Shaming bezeichnet den Vorgang, die Körperform oder Körpergröße zu verunglimpfen, was wiederum schwere traumatische Auswirkungen auf die physische und psychische Gesundheit der betroffenen gedemütigten Person führen kann (Arumugam et al., 2022, S. 1068). So schreibt beispielsweise eine Person: “Als könnte die Fahrrad fahren, höchstens mit Stützen und verstärken [sic!] Rahmen, für Elefanten” (@Kommentar_Platzhalter_1, TikTok, 2024). Der Vergleich von Ricarda Lang mit einem Elefanten zeugt von einer Dehumanisierung. Pomerantz spricht davon, dass der Elefant das Tier ist, welches am stärksten mit einer Wuchtigkeit verknüpft wird und berichtet ebenfalls davon, dass in einer TV-Show dick_fette Kandidat*innen als ‘Elephant’ bezeichnet werden und sich auch anderweitig über ihr Körpergewicht lustig gemacht wird (Pomerantz, 2017, S. 97; S. 115). Eine andere Person äußert unter anderem innerhalb ihres Kommentars: “Sie frisst wie ein Scheunendrescher“ (@Kommentar_Platzhalter_2, TikTok, 2024). Dies untermauert ebenfalls die Annahme einer Dehumanisierung Ricarda Langs durch AfD-Anhänger*innen, da auch ein landwirtschaftliches Gefährt wie der Scheunendrescher gemeinhin mit großen Ausmaßen assoziiert wird und das Verb ‘fressen’ üblicherweise nicht bei Menschen, sondern stattdessen nur bei Tieren genutzt wird, sodass hier von einer beleidigenden Intention der Kommentar-erstellenden Person ausgegangen werden kann.

4.6.7 Misogynie & Sexismus

Prinzing (2020, S. 42) weist zusätzlich darauf hin, dass jene digitale Gewalt “jeden treffen [kann], generationenübergreifend. Doch besonders häufig im Visier sind Personen, die in der Öffentlichkeit stehen: [...] Amts-, Mandats- und Funktionstragende [...]”.

Politikerinnen und Politiker sind mit offenbar zunehmender Härte im Visier von Hass und Hetze. Christoph Landscheidt (SPD) [...] verlangte im Winter 2019/20 einen Waffenschein, weil er digital und analog von Rechten bedroht wird [...]. Sein Kollege Arnd Focke (SPD) trat [...] 2019 wegen rechtsextremer Drohungen und aus Angst um seine Familie [...] zurück. [...] Wer in die Politik geht, muss offenbar weiterhin viel einstecken. DIE GRÜNEN-Politikerin Renate Künast wurde auf Facebook als „Drecks Fotze“, „Stück Scheiße“ und „Alte perverse Drecksau“ beschimpft. Die Causa Künast ist in mehrfacher Hinsicht kein Einzelfall. Dies illustriert im Besonderen der gemeinsame Aufruf #netzohneGewalt einer Gruppe von 20 teils prominenten Frauen, die eine härtere Strafverfolgung, [...] und die Anerkennung verlangte, dass diese Übergriffe und Formen digitaler Gewalt nicht harmlos sind. Die Unterzeichnenden, darunter Künast, sowie die SPD-Politikerin Sawsan Chebli und DIE LINKEN-Abgeordnete Anke Domscheit-Berg, waren als in der Öffentlichkeit und im Netz aktive Frauen oft Adressatinnen von digitaler Aggression. (Prinzing, 2020, S. 42)

Geschlechtsspezifische Gewalt in Form von *Misogynie* und *sexistischen* Ansichten zeigt sich auch im Video von @Platzhalter_2. Manne (2017, S. 78ff) illustriert den Unterschied zwischen Misogynie als einer Art Exekutive des Patriarchats, bei der zwischen guten und schlechten Frauen unterschieden wird, und Sexismus als eine Form von Judikative, bei dem die angeblichen fundamentalen sowie stereotypischen Differenzen zwischen Mann und Frau hervorgehoben werden, während dennoch beide dazu dienen, weiterhin patriarchale Strukturen aufrechtzuerhalten. (In der vorliegenden Arbeit wird von Ricarda Lang als (cis-)Frau gesprochen, da sie sich selbst als Frau bezeichnet (Alonso Garcia, 2022; Dankbar, 2019; Müller, 2019; Lang, 2018) und in der Öffentlichkeit weiblich gelesen wird.) Einerseits wird anhand der Bezeichnung von Ricarda Lang als „Prinzessin“ eine zynische und diffamierende Note der Verfasserin des Videos in Bezug auf Langs Körpergewicht sichtbar. Dies stellt keine persönliche Meinung durch fettfeindliche Einstellungen der Autorin der vorliegenden Arbeit dar, sondern leitet sich daraus ab, dass Prinzessinnen in Disneyfilmen als idealisiert dünn, attraktiv und schön präsentiert werden (Coyne et al., 2016, S. 1912). Die Herleitung des Prinzessinnenbildes anhand von Disneyfilmen mag an dieser Stelle zunächst für Leser*innen als zu spezifisch erscheinen. Jedoch beeinflussen die stereotypischen Prinzessinnendarstellungen in Disneyfilmen sowohl Frauen, als auch Männer maßgeblich (Iraola-Arroyo et al., 2021, S. 446). Die Bezeichnung sowie visuelle Darstellung von Lang als Prinzessin persifliert in kompromittierender Art und Weise ihre Existenz als Frau in einem dick_fetten Körper, da solche Körper, je mehr sie vom bedeutsamen Schönheitsideal des Dünnsseins abweichen, desto stärker beurteilt werden, indem sie als unweiblich und unattraktiv einkategorisiert werden (Chrisler, 2012, S. 610).

Andererseits stellt diese Visualisierung und Begrifflichkeit der Prinzessin in Kombination mit der Aussage in Sekunde 18 „Seitdem Ricarda im Bundestag sitzt und jeden Monat um die 11.000 Euro bekommt, obwohl sie nie etwas gelernt hat, kann sie sich jetzt eine Haushälterin leisten“ (@Platzhalter_2, TikTok, 2024) zusätzlich eine negative misogynie sowie sexistische Beurteilung ihrer Kompetenzen dar. So “[zeigen] [z]ahlreiche Studien [...], dass Politikerinnen in den Medien ungünstiger dargestellt werden als Politiker. [...] Politikerinnen [müssen] einen Spagat zwischen den typisch weiblichen Stereotypen und den in der Politik eher geltenden typischen männlichen Eigenschaften wagen [...], um erfolgreich zu sein” (Westle & Bieber, 2009, S. 167f). Hopfe et al. (2022, S. 191) berichten, dass in ihrer Untersuchung zu “[g]enderbasierte[r] Diskriminierung auf Twitter“ als Form eines unterschwelligen Sexismus die Kompetenz von Frauen öfter angezweifelt wird. Am Beispiel des Bundestagswahlkampfes im Jahre 2005 zwischen Angela Merkel und Gerhard Schröder stellen Westle & Bieber (2009, S. 194) zudem in Bezug auf den Unterschied zwischen männlicher und weiblicher Repräsentation fest, dass “Merkel deutlich häufiger als Schröder im Zusammenhang mit Geschlechterstereotypen thematisiert [wird], wobei sich [...] der Spagat zwischen Erwartungen an Weiblichkeit und Männlichkeit andeutet”. Dieses Dilemma

wird auch als *Double Bind*, zu Deutsch Doppelbindung bezeichnet und in diesem Fall besagt, dass Frauen in Führungsrollen diametrale Erwartungen wie Durchsetzungsstärke gegenüber Hilfsbereitschaft oder Gemeinschaftsorientierung erfüllen müssen, um bezogen auf ihre Eigenschaften gleichzeitig männlich und weiblich genug zu wirken, sodass sie grundsätzlich diesen Anforderungen niemals ausreichend gerecht werden können und dadurch teilweise feindselig behandelt werden (Biehl, 2023, S. 33).

Darüber hinaus begegnen nicht nur Politikerinnen solch stereotypischen Zuschreibungen, sondern diese werden auch dem Terminus der Prinzessin zugeordnet: Das Bild der Prinzessin okkupiert alle Bereiche im Laufe des Lebens einer Frau vom Kindergeburtstag bis hin zur Hochzeit (Powers, 2014, S. 18). Im Zusammenhang mit der diffamierenden Zuschreibung „Princess Syndrome“, d. h. die Wahrnehmung von Männern einer heterosexuellen Frau als übermäßig wählerisch, manipulativ und arrogant, kommt Cundiff (2021, S. 587f) zu dem Schluss, dass weiblich gelesene Studentinnen, denen dieses Syndrom zugeschrieben wurde, von ihren männlichen Kommilitonen als weniger kompetent eingeschätzt wurden.

4.6.8 Elitenfeindlichkeit & Antifeminismus

Ein weiterer Punkt der bei der persuasiven Aussage über Ricarda Lang, dass diese „jeden Monat um die 11.000 Euro bekommt, obwohl sie nie etwas gelernt hat“ (@Platzhalter_2, TikTok, 2024), beleuchtet werden muss, ist der bereits zuvor angesprochene Aspekt der „typisch populistische[n] Elitenfeindlichkeit“ (Köster, 2018, S. 81).

Diese [Eliten] sind Feindbild, Zielobjekt und Triebfeder populistischer Strömungen zugleich. [...] Am Anfang der populistischen Elitenfeindschaft steht die (bewusste) begriffliche Unschärfe. [...] Indem die Zuschreibungen zur Elite unklar bleiben, lässt sich je nach Bedarf und öffentlicher Diskurslage der Kreis der Etablierten nahezu beliebig weiter oder enger ziehen. [...] Personen, Gruppen oder Parteien werden mit dem Etikett „Elite“ bedacht, um ihre Politik zu diskreditieren. Die Diffamierung der Elite geschieht dabei pauschal und systematisch. [...] Behauptet wird regelmäßig ein fundamentaler Interessengegensatz zwischen „denen da oben“ und „uns hier unten“. Gemäß dieser Dichotomie sind die Eliten wahlweise korrupt, betrügerisch oder **inkompetent**. (Edinger, 2018, S. 14f, Hervorhebung durch d. Autorin)

Indem Lang mit der oben genannten Äußerung unterstellt wird, sie wäre ohne eigenes Können an die Stelle einer Bundestagsabgeordneten gelangt, zeigen sich somit misogyne und sexistische Ansichten gegenüber ihrer Rolle als weibliche Politikerin und darüber hinaus die auf ihre Rolle als Regierungsmitglied bezogenen elitenfeindlichen Einstellungen, welche charakteristisch für die AfD sind (Sturm, 2020, S. 82; Pfahl-Traugher, 2019, S. 33f, Steiner & Landwehr, 2018, S. 464).

Obgleich rechtspopulistische Bewegungen und Gruppierungen in der Minderheit sind, erweisen sich gerade sexistische und antifeministische Thesen als hoch anschlussfähig an die demokratische Zivilgesellschaft. [...] Bedenkenswert ist, dass rechtspopulistische Bewegungen [...] mehrheitlich durch die sogenannte Mittelschicht getragen wird, und rechtspopulistische Inhalte auch in manchen Teilen der bürgerlichen Elite Zustimmung oder auch offene Unterstützung finden. [...] Ein Fazit zum Thema ist, das im gesamtgesellschaftlichen Diskurs unterschätzte Thema Antifeminismus [...] nicht als »Nischenbeschäftigung« zu betrachten. Es gilt, das Anliegen der Geschlechtergerechtigkeit als Thema einer demokratischen Zivilgesellschaft beständig zu analysieren und zu bearbeiten. (Behringer, 2021, S. 5)

Antifeminismus stellt ein weiteres mögliches Forschungsfeld in der Thematik des Rechtspopulismus und Rechtsextremismus dar, auch wenn dieses Themenfeld an dieser Stelle nicht ausreichend erörtert werden kann.

Seit den 2000er-Jahren tritt Antifeminismus in Print- und Onlinemedien sowie in digitalen Öffentlichkeiten verstärkt auf. Antifeminismus stellt die offensive Mobilisierung gegen Feminismus, emanzipative Männer- 1 und Gleichstellungspolitik dar. Er orientiert sich an biologistisch begründeter Zweigeschlechtlichkeit, Heteronormativität sowie einem bürgerlichen Ernährer-/Hausfrauenmodell, das auf das 19. Jahrhundert zurückgeht. Er äußert sich in verschiedenen gesellschaftspolitischen Strömungen wie Nationalismus, Neonazismus und Neoliberalismus. Antifeminismus unterscheidet sich vom Geschlechtskonservatismus, der zwar ebenfalls von natürlichen Geschlechtsunterschieden ausgeht, aber Frauen eher wertschätzt und weniger offensiv auftritt.” (Aigner & Lenz, S. 722)

5 Fazit

5.1 Zusammenfassung der Ergebnisse

Die Analyse der Fallbeispiele von AfD-Anhänger*innen auf TikTok hat gezeigt, dass diese in den exemplarischen Fallbeispielen sowohl passiv als auch aktiv eine massive und erhebliche Diskriminierung marginalisierter Gruppen reproduzieren. Dabei schrecken sie auch nicht vor negativen Mitteln wie dem Einsatz von Deepfakes, Body Shaming, suggestiven Äußerungen, und Hate Speech zurück. So kommen fettfeindliche, elitenfeindliche, islamfeindliche, antimuslimische, misogyne, sexistische, christlich-fundamentalische, ableistische und medienfeindliche Einstellungen der AfD-Anhängerschaft deutlich zum Vorschein. Kern

dieser Einstellungen ist eine zutiefst menschenfeindliche Einstellung, welche ernste Gefahren für die damit in Verbindung stehenden betroffenen marginalisierten Gruppen birgt.

5.2 Rückgriff auf die Fragestellung

So lässt sich zusammenfassend als Beantwortung der ursprünglichen Fragestellung, welche konkreten Strategien von rechten Anhänger*innen der AfD genutzt werden, um ihre Videos auf TikTok zu verbreiten und welche rhetorischen und audiovisuellen Mittel dabei in Form einer persuasiven Einflussnahme auf Nutzer*innen dieses Mediums zwecks einer Diskriminierung marginalisierter Gruppen zum Einsatz kommen, folgendes abschließend feststellen: Die exemplarisch ausgewählten AfD-Sympathisant*innen wenden in ihren TikTok-Videos de facto persuasive Strategien wie beispielsweise Framing, Instrumentalisierung und die Verwendung von Deepfakes an.

5.3 Limitationen der Untersuchung

Aufgrund persönlicher eingeschränkter Kapazitäten und des begrenzten Zeitrahmens war es in der vorliegenden Arbeit leider nicht möglich, das Themenfeld der Diskriminierung marginalisierter Gruppen durch AfD-Anhänger*innen ausreichend zu bearbeiten, um allgemeingültige Aussagen treffen zu können. Die Auswahl rechter TikTok-Videos ist schier unerschöpflich und zudem ließe sich über jedes einzelne der Videos und deren verwendete Stilmittel eine eigene ausführliche wissenschaftliche Arbeit verfassen. Dennoch bietet diese Ausarbeitung einen ersten Einstieg in dieses bedeutsame Thema.

5.4 Ausblick

Wie zuvor angedeutet ist zukünftig umfangreiche weitere Forschung zum Thema dieser Arbeit nötig, da das hohe Gefahrenpotenzial, welches von der AfD und deren Anhänger*innen auszugehen scheint, ausführlicher Untersuchungen bedarf. Gerade Diskriminierungsformen wie Ableismus, Fettfeindlichkeit und darüber die im Rahmen dieser Arbeit leider nicht zu behandelnden Themen wie Queerfeindlichkeit und insbesondere Transphobie sowie Antifeminismus und Antigenderismus müssen in der Zukunft vordringlich analysiert werden.

Aufgrund der bereits geschehenen verheerenden nationalsozialistischen Geschichte dieses Landes und der kurz bevorstehenden Bundestagswahl am 23.02.2025 im Zusammenhang mit den zu erwartenden hohen Stimmanteilen der AfD ergibt sich eine gesamtgesellschaftliche wichtige Verantwortung, die angesprochenen vulnerablen Gruppen innerhalb unserer Gesellschaft zu schützen.

Literaturverzeichnis

Abel, S. A. (2020). "Let's talk about your weight": How fatphobia manifests in therapy.

[Dissertation, York University].

Alexander Leschik. (2021). Zwischen Antifa und Flügeln. In Nicolai Boudaghi,

Alexander Leschik, & Wigbert Löer (Hrsg.), *Im Bann der AfD Chats, Worte, Taten – Zwei Kronzeugen berichten*. Europa Verlage.

<https://www.thalia.de/shop/home/artikeldetails/A1060578062>

Allison, S. T., & Efthimiou, O. (2018). Heroic leadership in The Walking Dead's

postapocalyptic universe: The restoration and regeneration of society as a hero organism. In *Leadership and Sexuality* (S. 212–230). Edward Elgar Publishing.

<https://www.elgaronline.com/edcollchap/edcoll/9781786438645/9781786438645.00020.xml>

Aigner, I., Lenz, I. (2023). Antifeminismus und Antigenderismus in medialen und

digitalen Öffentlichkeiten. In: Dorer, J., Geiger, B., Hipfl, B., Ratković, V. (eds)

Handbuch Medien und Geschlecht. Springer VS, Wiesbaden.

https://doi.org/10.1007/978-3-658-20707-6_45

Alonso Garcia, S. (2022, Februar 2). *Ricarda Lang: Wie die neue Grünen-Vorsitzende*

tickt und wie sie mit Bodyshaming umgeht. BW24. Abrufbar unter:

<https://www.bw24.de/baden-wuerttemberg/esslingen/ricarda-lang-gruene-vorsitzende-umgang-bodyshaming-feminismus-kritik-baden-wuerttemberg-91273342.html>

(letzter Zugriff: 10.02.2025).

Amjahid, M. [Mohamed Amjahid] (@m_amjahid), 30. Januar 2025. *Instagram*.

Abrufbar unter: https://www.instagram.com/m_amjahid/ (letzter Zugriff:

10.02.2025).

- Andersen, H. & Mayerl, J. (2024). Nur „besorgte Bürger“?. Untersuchung der Wechselwirkungen zwischen Kriminalitätsfurcht und rechtspopulistischer Unterstützung. In D. Wagner, J. L. Führer, & F. Asbrock (Hrsg.), *Von Kriminalitätsfurcht zu Feindseligkeit* (S. 43–70). Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG. <https://doi.org/10.5771/9783748948445-43>
- Arumugam, N., Manap, M. R., Mello, G. D., & Dharinee, S. (2022). Body Shaming: Ramifications on an Individual. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 12(4), Pages 1067-1078. <https://doi.org/10.6007/IJARBS/v12-i4/13180>
- Arzheimer, K., & Berning, C. C. (2019). How the Alternative for Germany (AfD) and their voters veered to the radical right, 2013–2017. *Electoral Studies*, 60, 102040. <https://doi.org/10.1016/j.electstud.2019.04.004>
- Atherton, E. (2021). Moralizing hunger: Cultural fatphobia and the moral language of contemporary diet culture. *Feminist Philosophy Quarterly*, 7(3), 1–36.
- Aue, P. L. (2024). *Narrating the (climate) crisis: Discursive strategies of the AfD on TikTok*. Lund University.
- Anon. (1991/92). »Special Focus: Sarajevo.« In: Balkanmedia, Winter, S. 36-43.
- balkanart (2005). »balkanart festival.« In: www.terminal00.org/slo.html (Zugriff: 27.3.2005)
- Balan, O. (2021). *Bildkomposition als filmisches Ausdrucksmittel: Eine Untersuchung der technischen und künstlerischen Aspekte der Bildgestaltung im Still Image*. Technische Hochschule Köln.
- Barber-Kersovan, A. (2006). ROCK DEN BALKAN! DIE MUSIKALISCHE REKONSTRUKTION DES BALKANS ALS EMOTIONALES TERRITORIUM.

- In Dietrich Helms (Hrsg.), *Cut and paste*. transcript Verlag.
<https://doi.org/10.1515/9783839405697>
- Baur, N., & Blasius, J. (Hrsg.). (2014). *Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung*. Springer Fachmedien Wiesbaden.
<https://doi.org/10.1007/978-3-531-18939-0>
- Behringer, J. (2021). *Angriff von rechts – wie wehrt sich die demokratische Zivilgesellschaft?* 20.
- Bernd Gäbler. (2017). AfD und Medien Analyse und Handreichungen. *OBS-Arbeitsheft*, 92.
- Berning, C. C., Lubbers, M., & Schlueter, E. (2019). Media Attention and Radical Right-Wing Populist Party Sympathy: Longitudinal Evidence From The Netherlands. *International Journal of Public Opinion Research*, 31(1), 93–120.
<https://doi.org/10.1093/ijpor/edy001>
- Bick, E. (2023). Derogatory Linguistic Mechanisms in Danish Online Hate Speech. In I. Ermida (Hrsg.), *Hate Speech in Social Media: Linguistic Approaches* (S. 165–202). Springer Nature Switzerland. https://doi.org/10.1007/978-3-031-38248-2_6
- Biehl, B. (2023). Rollenbilder und Geschlechterstereotype. In B. Biehl (Hrsg.), *Gender und Leadership: Führung jenseits der Geschlechterklischees* (S. 25–62). Springer Fachmedien. https://doi.org/10.1007/978-3-658-42540-1_3
- Bitzl, C., & Kurze, M. (2021). Rechtsextreme Muslimhetze: Die Instrumentalisierung von Religion als Vote-Seeking-Strategie der AfD. *Zeitschrift für Religion, Gesellschaft und Politik*, 5(2), 471–502.
<https://doi.org/10.1007/s41682-021-00076-y>
- Bocquier, A., Verger, P., Basdevant, A., Andreotti, G., Baretge, J., Villani, P., & Paraponaris, A. (2005). Overweight and Obesity: Knowledge, Attitudes, and

- Practices of General Practitioners in France. *Obesity Research*, 13(4), 787–795.
<https://doi.org/10.1038/oby.2005.89>
- Bogart, K. R., & Dunn, D. S. (2019). Ableism Special Issue Introduction. *Journal of Social Issues*, 75(3), 650–664. <https://doi.org/10.1111/josi.12354>
- Bösch, M. (2023). Alternative TikTok Tactics: How the German Right-Wing Populist Party AfD Plays the Platform. In L. Pérez Rastrilla, P. Sapag M., & A. Recio García (Hrsg.), *Fast Politics: Propaganda in the Age of TikTok* (S. 149–167). Springer Nature. https://doi.org/10.1007/978-981-99-5110-9_8
- Bösch, M. & Abteilung Analyse, Planung und Beratung. (2024). *Von Reichweite und Algorithmen*. Friedrich-Ebert-Stiftung.
- Botsch, G. (2018). Vom Populismus zum Extremismus. Eine Neubewertung der AfD ist überfällig. Potsdamer Neueste Nachrichten, 17.10.2018.
<https://www.tagesspiegel.de/potsdam/landeshauptstadt/eine-neubewertung-der-afd-ist-uberfaellig-7840789.html>
- Brockmeyer, B. (2024, Juli 1). *Shaping Public Discourse: Analyzing Populist Strategies in AfD's Communication on Migration via Social Media* [Info:eu-repo/semantics/bachelorThesis]. University of Twente.
<http://essay.utwente.nl/100467/>
- Brotzeller, F. (2019). Jeanne d'Arc. In D. Frey (Hrsg.), *Psychologie des Guten und Bösen: Licht- und Schattenfiguren der Menschheitsgeschichte—Biografien wissenschaftlich beleuchtet* (S. 141–152). Springer.
https://doi.org/10.1007/978-3-662-58742-3_12
- Busch, W. (2012). STUBBS' ÄSTHETIK. In Herbert W. Rott (Hrsg.), *George Stubbs: 1724—1806 ; die Schönheit der Tiere ; von der Wissenschaft zur Kunst*.

- Busch, W.. (2016). Ästhetische Ordnungsprinzipien. In Oliver Götze & Lieselotte Kugler (Hrsg.), *Göttlich Golden Genial. Weltformel Goldener Schnitt*. Hirmer Verlag.
- Bühler, P., Schlaich, P., & Sinner, D. (2017). Gestaltungselemente. In P. Bühler, P. Schlaich, & D. Sinner (Hrsg.), *Visuelle Kommunikation: Wahrnehmung—Perspektive—Gestaltung* (S. 39–50). Springer.
https://doi.org/10.1007/978-3-662-53770-1_4
- Christmann, K., Hackenbruch, F., & Wittel, S. (2025, Januar 29). *Großer Jubel, tiefe Trauer: Wie die Migrations-Abstimmung Deutschlands Politik aufwühlt*. Tagesspiegel.
<https://www.tagesspiegel.de/politik/so-lief-die-migrationsdebatte-im-bundestag-von-heute-an-wird-merz-zum-getriebenen-der-afd-13112377.html>
- Civil Rights Division - U.S. Department of Justice (Hrsg.). (2020). United States v. Marq Perez Brief as Appellee. *UNITED STATES COURT OF APPEALS FOR THE FIFTH CIRCUIT, 18–40707*.
<https://www.justice.gov/crt/case-document/united-states-v-marq-perez-brief-appellee>
- Cohen-Almagor, R. (2005). *Media Coverage of Terror: Troubling Episodes and Suggested Guidelines* (SSRN Scholarly Paper No. 769004). Social Science Research Network. <https://papers.ssrn.com/abstract=769004>
- Crary, J. (2023). 180°: Zu spät für den Kapitalismus. Verlag Klaus Wagenbach.
- Chrisler, J. C. (2012). “Why can’t you control yourself?” Fat should be a feminist issue. *Sex Roles*, 66, 608–616.
- Cottais, C., Jeanne Pavard, & Marion Sanchez. (2021). Fatphobia, a pervasive and socially accepted discrimination. *Generation for Rights Over the World*.

https://www.academia.edu/84638087/Fatphobia_a_pervasive_and_socially_accepted_discrimination

Covey, H. C. (1998). *Social perceptions of people with disabilities in history*.

Springfield, IL: Charles C. Thomas.

Coyne, S. M., Linder, J. R., Rasmussen, E. E., Nelson, D. A., & Birkbeck, V. (2016).

Pretty as a Princess: Longitudinal Effects of Engagement With Disney Princesses on Gender Stereotypes, Body Esteem, and Prosocial Behavior in Children. *Child Development*, 87(6), 1909–1925. <https://doi.org/10.1111/cdev.12569>

Cundiff, J. L. (2021a). The “Princess Syndrome”: An Examination of Gender

Harassment on a Male-Majority University Campus. *Sex Roles*, 85(9), 587–605. <https://doi.org/10.1007/s11199-021-01243-4>

Cundiff, J. L. (2021b). The “Princess Syndrome”: An Examination of Gender

Harassment on a Male-Majority University Campus. *Sex Roles*, 85(9), 587–605. <https://doi.org/10.1007/s11199-021-01243-4>

Danet, B. (2020). *Cyberpl@y: Communicating Online*. Routledge.

<https://doi.org/10.4324/9781003085140>

Dankbar, C. (2019, Februar 15). *Bodyshaming: Wie eine Grünen-Politikerin gegen Hass im Netz kämpft*. Berliner Zeitung.

<https://www.berliner-zeitung.de/archiv/bodyshaming-wie-eine-gruenen-politikerin-gegen-hass-im-netz-kaempft-li.1371597>

Daston, L. (2010). Chimäre, die: Altgr. khimaira: die Ziege; lat. chimera; engl. chimera.

In *Zoologicon* (S. 79–82). Brill Fink. https://doi.org/10.30965/9783846754542_012

de Vreese, C. H., Esser, F., Aalberg, T., Reinemann, C., & Stanyer, J. (2018). Populism as an Expression of Political Communication Content and Style: A New

- Perspective. *The International Journal of Press/Politics*, 23(4), 423–438.
<https://doi.org/10.1177/1940161218790035>
- Decker, F. (2022). Was ist Rechtspopulismus? In F. Decker, B. Henningsen, M. Lewandowsky, & P. Adorf (Hrsg.), *Aufstand der Außenseiter* (S. 35–56). Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG. <https://doi.org/10.5771/9783845297996-35>
- DeConick, A. D. (2011). What is Early Jewish and Christian Mysticism. In *Paradise Now Essays on Early Jewish and Christian Mysticism?* (Bd. 11). Society of Biblical Literature.
- Demmers, J., & Mehendale, S. S. (2010). Neoliberal Xenophobia: The Dutch Case. *Alternatives*, 35(1), 53–70. <https://doi.org/10.1177/030437541003500103>
- Deutsche Bibelgesellschaft (Regisseur). (2018, Juni 11). *Send me an angel! Klaus Meine von den Scorpions über Schutzengel* [Video recording].
<https://www.youtube.com/watch?v=nKU6Cc98Ma8>
- Diehl, T., Weeks, B. E., & Gil de Zúñiga, H. (2016). Political persuasion on social media: Tracing direct and indirect effects of news use and social interaction. *New Media & Society*, 18(9), 1875–1895. <https://doi.org/10.1177/1461444815616224>
- Diekmann, N. (2023). Annalena Baerbock – Die digitale Schlammschlacht. In M. Fuchs & M. Motzkau (Hrsg.), *Digitale Wahlkämpfe: Politische Kommunikation im Bundestagswahlkampf 2021* (S. 187–204). Springer Fachmedien.
https://doi.org/10.1007/978-3-658-39008-2_11
- Doerr, N. (2021). The Visual Politics of the Alternative for Germany (AfD): Anti-Islam, Ethno-Nationalism, and Gendered Images. *Social Sciences*, 10(1), Article 1.
<https://doi.org/10.3390/socsci10010020>

- Dula, A. (2020). B(e)aring the Beast: Deformity, Animality, and the Ableist Gaze in French Literary Variants of “Beauty and the Beast”. *Marvels & Tales*, 34(2), 197–220. <https://doi.org/10.13110/marvelstales.34.2.0197>
- Dunker, A. (2017). Orientalismus. In: Götsche, D., Dunker, A., Dürbeck, G. (eds) Handbuch Postkolonialismus und Literatur. J.B. Metzler, Stuttgart. https://doi.org/10.1007/978-3-476-05386-2_40
- Edinger, M. (2018). Mobilisierung gegen das Establishment. Zu einem Wesensmerkmal populistischer Strömungen. In *Populismus als Herausforderung für Wissenschaft und Praxis. Science Policy Paper ; 1* (S. 13–18). Mercator Science-Policy Fellowship-Programme. <http://publikationen.ub.uni-frankfurt.de/frontdoor/index/index/docId/51062>
- Erhardt, M. (2021). Sonderung als Hilfe?: Überlegungen zu Inklusion und Exklusion im Schulwesen vor dem Hintergrund der historischen Entwicklung der Sonderschule. *Vierteljahrsschrift für wissenschaftliche Pädagogik*, 97(2), 219–233. <https://doi.org/10.30965/25890581-09702008>
- Eschbaumer, A., & Heudecker, S. (2020). Medienskepsis am Stammtisch. In B. Blöbaum, T. Hanitzsch, & L. Badura (Hrsg.), *Medienskepsis in Deutschland: Ursachen, Ausprägungen und Konsequenzen* (S. 203–222). Springer Fachmedien. https://doi.org/10.1007/978-3-658-31369-2_10
- European Center for Populism Studies (ECPS), & Arzheimer, K. (2024). *Germany’s 2024 EP Elections: The Populist Challenge to the Progressive Coalition*. European Center for Populism Studies (ECPS). <https://doi.org/10.55271/rp0071>
- Steiner, F., & Michelsen, D. (2020). RECHTS EXTREMISMUS UND GRUPPEN BEZOGENE MENSCHEN FEINDLICHKEIT IM FREISTAAT THÜRINGEN. *Thüringer Zustände*, 1(1).

- Farris, S. R. (2017). *In the Name of Womens Rights: The Rise of Femonationalism*. Duke University Press. <https://doi.org/10.1215/9780822372929>
- Feiler, L. (2023). *Der Einfluss von Emotionen auf die Aufmerksamkeitslenkung durch Blickhinweisreize*. Naturwissenschaftliche Fakultät der Karl-Franzens-Universität Graz.
- Fischer, N. (o. J.). „Mensch-zuerst“ vs. „Identität-zuerst“: Die beiden Ansätze verstehen. witty.works.
<https://www.witty.works/de/blog/mensch-zuerst-vs.-identität-zuerst-die-beiden-ansätze-verstehen>
- Fradella, H. F. (2002). Legal, Moral, and Social Reasons for Decriminalizing Sodomy. *Journal of Contemporary Criminal Justice*, 18(3), 279–301.
<https://doi.org/10.1177/1043986202018003005>
- Fratzcher, M. (2024). Das AfD-Paradox bei der Europawahl: Ein Rechtsruck schadet vor allem den AfD-Wähler*innen und der jungen Generation. *DIW aktuell*, 93.
- Frederick, A., & Shifrer, D. (2019). Race and Disability: From Analogy to Intersectionality. *Sociology of Race and Ethnicity*, 5(2), 200–214.
<https://doi.org/10.1177/2332649218783480>
- Fourmile, H. (1996). "Making things work: Aboriginal and Torres Strait Islander Involvement in Bioregional Planning" in Approaches to bioregional planning. Part 2. Background Papers to the conference; 30 October – 1 November 1995, Melbourne; Department of the Environment, Sport and Territories. Canberra. pp. 268– 269
- Frick, K. (2020). Graphische Variation im Rahmen emotionaler Online-Praktiken. In J. Androutsopoulos & F. Busch (Hrsg.), *Register des Graphischen: Variation*,

- Interaktion und Reflexion in der digitalen Schriftlichkeit* (S. 159–182). De Gruyter.
<https://doi.org/10.1515/9783110673241-007>
- Garland, T. S., Phillips, N., & Vollum, S. (2018). Gender Politics and The Walking Dead: Gendered Violence and the Reestablishment of Patriarchy. *Feminist Criminology*, 13(1), 59–86. <https://doi.org/10.1177/1557085116635269>
- Gerbaudo, P., De Falco, C. C., Giorgi, G., Keeling, S., Murolo, A., & Nunziata, F. (2023). Angry Posts Mobilize: Emotional Communication and Online Mobilization in the Facebook Pages of Western European Right-Wing Populist Leaders. *Social Media + Society*, 9(1), 20563051231163327.
<https://doi.org/10.1177/20563051231163327>
- Gerhard, M., & Kusch, J. (2022). Wie erkennt die App Shazam ein Musikstück? In M. Frank & C. Roeckerath (Hrsg.), *Neue Materialien für einen realitätsbezogenen Mathematikunterricht 9: ISTRON-Schriftenreihe* (S. 173–199). Springer.
https://doi.org/10.1007/978-3-662-63647-3_7
- Glaser, E., & Rahner, J. (2022). Rechtspopulistische Agitation und Vereinnahmung von Kind(eswohl) – Auseinandersetzung in und um Kita. In R. Bak & C. Machold (Hrsg.), *Kindheit und Kindheitsforschung intersektional denken: Theoretische, empirische und praktische Zugänge im Kontext von Bildung und Erziehung* (S. 311–322). Springer Fachmedien. https://doi.org/10.1007/978-3-658-36760-2_20
- Gmeiner, M. S. (2022). *Weight stigma and internalization of weight stigma in childhood and adolescence: Influencing factors and consequences Gewichtsstigmatisierung und Internalisierung des Gewichtsstigmas im Kindes- und Jugendalter: Einflussfaktoren und Folgen* (S. 2262 KB, VI, 65, LI pages) [Universität Potsdam; Application/pdf]. <https://doi.org/10.25932/PUBLISHUP-53053>

- Goethe-Universität. (2016). *HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN FÜR EINE DIVERSITÄTSENSIBLE MEDIENSPRACHE*.
https://breite-beteiligung.de/wp-content/uploads/2021/02/Uni_Frankfurt_Diversitaetssensible-Mediensprache.pdf
- Greene, J., & Meyer, M. D. E. (2014). *The Walking (Gendered) Dead: A Feminist Rhetorical Critique of Zombie Apocalypse Television Narrative*. 52.
- Gross, K. (2008). Framing Persuasive Appeals: Episodic and Thematic Framing, Emotional Response, and Policy Opinion. *Political Psychology*, 29(2), 169–192.
<https://doi.org/10.1111/j.1467-9221.2008.00622.x>
- Gross, S. G. (2023). Understanding Europe’s Populist Right: The State of the Field. *Contemporary European History*, 32(3), 489–497.
<https://doi.org/10.1017/S0960777322000261>
- Gupta, R., Park, J. B., Ragsdale, L. B., Meggers, K., Eimani, A., & Mailey, B. A. (2024). The Intersection of AI Grok With Aesthetic Plastic Surgery. *Aesthetic Surgery Journal*, 44(6), NP437–NP440. <https://doi.org/10.1093/asj/sjae053>
- Ha, Noa K. (2023). People of Color. In Inken Bartels, Isabella Löhr, Christiane Reinecke, Philipp Schäfer, & Laura Stielike (Hrsg.), *Inventar der Migrationsbegriffe*.
<https://doi.org/10.48693/264>.
- Habeck, R. (2024). In Tagesschau. (07.11.2024). *Was das Ampel-Aus bedeutet*. tagesschau.de. Abrufbar unter:
<https://www.tagesschau.de/inland/innenpolitik/ampelkoalition-krise-fragen-antworten-100.html> (letzter Zugriff: 10.02.2025)
- Hahn, M. J. (2022). Using Digital Evidence to Strengthen Hate Crime Prosecutions. *DOJ Journal of Federal Law and Practice*, 70(2).

- Hampel, R. (2023). *Aggressiv, antisozial, autoritär -psychologische Unterschiede zwischen Sympathisanten der AfD und der Grünen*.
<https://doi.org/10.23668/psycharchives.13554>
- Hassler-Forest, D. (2014). *The Walking Dead: Quality Television, Transmedia Serialization and Zombies*. New York: Routledge.
<https://doi.org/10.4324/9780203762158>
- Haude, R. (2010). Starre und weniger starre Systeme. Zur politischen Symbolik der Zeppeline im Kaiserreich. *Technikgeschichte*, 77(2), 113–128.
<https://doi.org/10.5771/0040-117X-2010-2-113>
- Hechler, A., & Stuve, O. (2015). Weder ‚normal‘ noch ‚richtig‘: Geschlechterreflektierte Pädagogik als Grundlage einer Neonazismusprävention. In A. Hechler & O. Stuve (Hrsg.), *Geschlechterreflektierte Pädagogik gegen Rechts* (1. Aufl., S. 44–72). Verlag Barbara Budrich. <https://doi.org/10.2307/j.ctvbkk0s8.4>
- Henninger, A., Bergold-Caldwell, D., Grenz, S., Grubner, B., Krüger-Kirn, H., Maurer, S., Näser-Lather, M., & Beaufäys, S. (Hrsg.). (2021). *Mobilisierungen gegen Feminismus und ‚Gender‘*. Verlag Barbara Budrich.
<https://doi.org/10.3224/84742528>
- Hentschel, E. (2008). Linguistische Forschung zur Kommunikation im Internet. Ein Überblick. In T. Myrach & S. M. Zwahlen (Hrsg.), *Virtuelle Welten?: Die Realität des Internets*. Peter Lang.
- Hering, L., Schmidt, R. (2014). Einzelfallanalyse. In: Baur, N., Blasius, J. (eds) *Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung*. Springer VS, Wiesbaden.
https://doi.org/10.1007/978-3-531-18939-0_37
- Hestermann, E. & Hoven, E. (2019). *Kriminalität in Deutschland im Spiegel von Pressemitteilungen der Alternative für Deutschland (AfD) – KriPoZ*, (3). Abgerufen

9. Februar 2025, von

<https://kripoz.de/2019/05/29/kriminalitaet-in-deutschland-im-spiegel-von-pressemittellungen-der-alternative-fuer-deutschland-afd/>

Heyna, P. (2024). Can TikTok Drive Support for Populist Radical Right Parties? Causal Evidence From Germany. *OSF Preprints*. <https://doi.org/OSF Preprints>

Hillje, J. (o. J.). *Propaganda 4.0 – Die Erfolgsstrategie der AfD | Blätter für deutsche und internationale Politik*. Abrufbar unter:
<https://www.blaetter.de/ausgabe/2017/oktober/propaganda-40-die-erfolgsstrategie-der-afd> (letzter Zugriff: 03.02.2025)

Hillje, J. (o. J.). *Strategien rechtspopulistischer Kommunikation*. Wochenschau Verlag.
Abrufbar unter:
<https://www.journal-pb.de/blog/strategien-rechtspopulistischer-kommunikation>
(letzter Zugriff: 03.02.2025)

Hillje, J. (2018). *Von der Reaktion zur Aktion: Diskursstrategien gegen Rechtspopulismus* (Expertisen für Demokratie). Friedrich-Ebert-Stiftung. Abrufbar unter: <https://library.fes.de/pdf-files/dialog/14989.pdf> (letzter Zugriff: 10.02.2025)

Hillje, J. (2019). *Propaganda 4.0 von Europas Rechtspopulisten*. bpb.de. Abrufbar unter:
<https://www.bpb.de/themen/medien-journalismus/digitale-desinformation/290580/propaganda-4-0-von-europas-rechtspopulisten/> (letzter Zugriff: 10.02.2025)

Hillje, J. (2017). *Propaganda 4.0 – Die Erfolgsstrategie der AfD. Blätter für deutsche und internationale Politik*, 62(10/2017).

Hillje, J. (2022). *Das »Wir« der AfD: Kommunikation und kollektive Identität im Rechtspopulismus*. Campus Verlag.

Hitzler, R. (2009). Ethnographie. In R. Buber & H. H. Holzmüller (Hrsg.), *Qualitative Marktforschung: Konzepte – Methoden – Analysen* (S. 207–218). Gabler.

- Hoff, R. von den, Asch, R. G., Aurnhammer, A., Bröckling, U., Korte, B., Leonhard, J., & Studt, B. (2013). *Helden – Heroisierungen – Heroismen: Transformationen und Konjunkturen von der Antike bis zur Moderne ; konzeptionelle Ausgangspunkte des Sonderforschungsbereichs 948*.
<https://doi.org/10.6094/helden.heroes.heros./2013/01/03>
- Hopfe, E., Lessing, F., Willenbrock, G., Bachl, M., & Reich, S. (2022). Genderbasierte Diskriminierung in der Klimawandeldebatte auf Twitter. In *Nachhaltigkeit als Gegenstand und Zielgröße der Rezeptions- und Wirkungsforschung* (Bd. 44, S. 191–208). Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG.
<https://www.nomos-elibrary.de/10.5771/9783748926436-191/genderbasierte-diskriminierung-in-der-klimawandeldebatte-auf-twitter>
- Ickstadt, L., & Bernhard, L. (2024). Wissenswert: Hass im Netz kann alle treffen, Jugendliche ganz besonders. *BzKJAKTUELL*, 2.
- Ingham-Barrow, I. (2024). Beyond the Bakwaas: Securitising Muslim Male Identities. In A. Easat-Daas & I. Zempi (Hrsg.), *The Palgrave Handbook of Gendered Islamophobia* (S. 125–145). Springer International Publishing.
https://doi.org/10.1007/978-3-031-52022-8_8
- intersoft consulting. (o. J.). Personenbezogene Daten. *Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO)*. Abgerufen 10. Februar 2025, von
<https://dsgvo-gesetz.de/themen/personenbezogene-daten/>
- Iraola-Arroyo, N., Iraola-Arroyo, A., Iraola-Real, I., Vilchez, D. F., & Sanchez Urbano, S. (2021). Gender Stereotypes Marked by Disney Princesses: Influence on Collective Thinking. In M. Botto-Tobar, H. Cruz, & A. Díaz Cadena (Hrsg.), *Artificial Intelligence, Computer and Software Engineering Advances* (S. 446–460). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-030-68083-1_33

- Jahn, J.-E. (2014). Sodomie/Zoophilie im neuen deutschen Tierschutzrecht. *Zeitschrift für Sexualforschung*, 27(3), 237–252. <https://doi.org/10.1055/s-0034-1385032>
- Jänicke, C., & Porath, J. (2024). Entwicklung rechter, rassistischer und antisemitischer Gewalt in Deutschland. In F. Virchow, A. Hoffstadt, C. Heß, & A. Häusler (Hrsg.), *Handbuch Rechtsextremismus* (S. 1–25). Springer Fachmedien.
https://doi.org/10.1007/978-3-658-38373-2_63-1
- Jugel, D. & Besand, A. (2023). Zwischen Akzeptanz und Abgrenzung – Herausforderungen im inklusiven Umgang mit gruppenbezogener Menschenfeindlichkeit und rechten Angriffen in und auf Schule.
- Kaiser, S. (2023). *Backlash—Die neue Gewalt gegen Frauen*. Klett-Cotta.
- Kamp, W. (2013). *AV-Mediengestaltung: Grundwissen* (5. Aufl). Verl. Europa-Lehrmittel, Nourney, Vollmer.
- Karpa, J. (2019). *Warum „Handicap“ das falsche Wort für Behinderung ist*. Leidmedien.de. Zugriff unter:
<https://leidmedien.de/warum-handicap-das-falsche-wort-fuer-behinderung-ist/>
(letzter Zugriff: 10.02.2025)
- Kaya, A. (2023). The use of the past by the Alternative for Germany and the Front National: Heritage populism, Ostalgia and Jeanne D’Arc. *Journal of Contemporary European Studies*, 31(2), 318–331. <https://doi.org/10.1080/14782804.2021.1981835>
- Klein, M., & Springer, F. (2020). Hysterie und Hysterese. Die Asylmigration und der Erfolg der Alternative für Deutschland (AfD). *KZfSS Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*, 72(3), 455–470.
<https://doi.org/10.1007/s11577-020-00710-2>

- Knassmüller, M., & Vettori, O. (2009). Hermeneutische Verfahren. In R. Buber & H. H. Holzmüller (Hrsg.), *Qualitative Marktforschung: Konzepte – Methoden – Analysen* (S. 299–317). Gabler. https://doi.org/10.1007/978-3-8349-9441-7_19
- Knauber, C. International-vergleichende Forschung zur Bildungspolitik:
Literatur-Review theoretischer Ansätze und Perspektiven der vergleichenden Politikwissenschaft. *ZfW* 40, 171–198 (2017).
<https://doi.org/10.1007/s40955-017-0091-3>
- Knoblauch, H. (2014). Ethnographie. In N. Baur & J. Blasius (Hrsg.), *Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung*. Springer Fachmedien Wiesbaden.
<https://doi.org/10.1007/978-3-531-18939-0>
- Knöd, J. M. (2022). *Der öffentliche Raum und Erfahrungen mit fatshaming: Eine Stadtteilbegehung in Linz*. <http://pub.fh-campuswien.ac.at/obvfcwhsacc/8191224>
- Kollek, R./Deutscher Ethikrat (2012). Mensch-Tier-Mischwesen in der Forschung. Stellungnahme. *Jahrbuch für Wissenschaft und Ethik*, 16(1), 479–548.
<https://doi.org/10.1515/jfwe.2012.479>
- Kononova, A. (2024). *Analysing the AfD and Generation Identity's Shared Narratives on (Re)migration*. Central European University.
- Korte, K.-R. (2022). Die neue Unübersichtlichkeit in der Mitte:
Unikat-Bundestagswahlen 2021. In K.-R. Korte, M. Schiffers, A. Von Schuckmann, & S. Plümer (Hrsg.), *Die Bundestagswahl 2021* (S. 1–18). Springer Fachmedien Wiesbaden. https://doi.org/10.1007/978-3-658-35758-0_2-1
- Köster, M. (2018). Alternative Fakten?: Die sprachliche Konstruktion des Faktizitätsanspruchs rechtspopulistischer historischer Narrative. *Zeitschrift für Geschichtsdidaktik*, 17(1), 72–86. <https://doi.org/10.13109/zfgd.2018.17.1.72>

- Kötke, J.-T. (2021). *DEEPFAKE -EINE KURZE EINLEITUNG Deepfake -Eine kurze Einleitung*. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.28043.30240>
- Kraske, M. (2021). *Tatworte: Denn AfD & Co. meinen, was sie sagen*. Ullstein Buchverlage.
- Kruse, A., & Dickel, J. (2024). ChatGPT im Kontext Krise. In J. Meißner & A. Schach (Hrsg.), *Professionelle Krisenkommunikation: Basiswissen, Impulse und Handlungsempfehlungen für die Praxis* (S. 91–108). Springer Fachmedien. https://doi.org/10.1007/978-3-658-43639-1_7
- Küchler, M. (1996). Xenophobie im internationalen Vergleich. In J. W. Falter, H.-G. Jaschke, & J. R. Winkler (Hrsg.), *Rechtsextremismus: Ergebnisse und Perspektiven der Forschung* (S. 248–262). VS Verlag für Sozialwissenschaften. https://doi.org/10.1007/978-3-322-97077-0_15
- Lang, R. (2018, Januar 24). Ricarda Lang (Grüne Jugend): „Habe keinen Bock mehr auf Beleidigungen“. *Der Spiegel*. <https://www.spiegel.de/politik/ricarda-lang-gruene-jugend-habe-keinen-bock-mehr-auf-beleidigungen-a-00000000-0003-0001-0000-000002039976>
- Lensing, A. (2025). Rester au pouvoir: Bilan et perspectives de Bündnis 90/Die Grünen après trois années de coalition « feu tricolore ». *Allemagne d'aujourd'hui*, 250(4), 78–89. <https://doi.org/10.3917/all.250.0078>
- Lockhart, A. (2021). *A Stolen Culture: The Harmful Effects of Cultural Appropriation. Honors Theses, 1804*. https://egrove.olemiss.edu/hon_thesis/1804
- Manne, K. (2017). *Down Girl: The Logic of Misogyny*. Oxford University Press.
- Maurer, M., Jost, P., Schaaf, M., Sülflow, M., & Kruschinski, S. (2023). How Right-Wing Populists Instrumentalize News Media: Deliberate Provocations, Scandalizing Media Coverage, and Public Awareness for the Alternative for

- Germany (Afd). *The International Journal of Press/Politics*, 28(4), 747–769.
<https://doi.org/10.1177/19401612211072692>
- Meibauer, J. (Hrsg.). (2013). *Hassrede: Interdisziplinäre Beiträge zu einer aktuellen Diskussion = Hate speech* (2. Fassung mit Korrekt). Gießener Elektronische Bibliothek.
- Meinardus, O. F. A. (1978). DER SEGENSEGSTUS CHRISTI IM KOPTISCHEN ALTARZIBORIUM. *ARCHIV FÜR LITURGIEWISSENSCHAFT*, XIX.
- Merz, F. (2025). In Seidel, J. (2025, Februar 1). *Aufregung um Merz, AfD und Migration: Was ist da eigentlich los?*
<https://www1.wdr.de/nachrichten/bundestagswahl-2025/merz-cdu-afd-abstimmung-brandmauer-100.html> (letzter Zugriff: 10.02.2025)
- Minkenberg, M. (2024). Christliche Identitäten? Die radikale Rechte und die Religion im internationalen Vergleich. In F. Virchow, A. Hoffstadt, C. Heß, & A. Häusler (Hrsg.), *Handbuch Rechtsextremismus* (S. 1–21). Springer Fachmedien.
https://doi.org/10.1007/978-3-658-38373-2_15-1
- Mostýn, M. (2010). Fußball und Emotionen: Dargestellt an Internetkommentaren. *Acta Facultatis Philosophicae Universitatis Ostraviensis / Studia Germanistica*, 7, 49–68.
- Müller, D. W., Anna Gottesbüren, Volker. (o. J.). *Deutscher Bundestag—Vertrauensfrage und vorzeitige Neuwahlen*. Deutscher Bundestag. Abgerufen 10. Februar 2025, von <https://www.bundestag.de/dokumente/textarchiv/2024/kw47-vertrauensfrage-1030198>
- Müller, E. (2019, März 25). „Ich wollte ihnen zeigen, dass sie mich nicht kleinkriegen werden“.

<https://www.fr.de/politik/ich-wollte-ihnen-zeigen-dass-mich-nicht-kleinkriegen-werden-11880984.html>

Murphy, L. R. (1990). Defining the Crime Against Nature: Sodomy in the United States Appeals Courts, 1810-1940. *Journal of Homosexuality*, 19(1), 49–66.

https://doi.org/10.1300/J082v19n01_03

Nagel, J. (2024, Oktober 22). In Amaral, T (Interviewer). Über Behindertenfeindlichkeit & Inklusion: Janina Nagel im Interview. *EDITION F*.

<https://editionf.com/kleinwuchs-ableismus-inklusion-janina-nagel-interview/>

Nash, S. L. (2024). The perfect (shit)storm: Discourses around the proposal to introduce a ‘climate passport’ in Germany. *Environment and Planning C: Politics and Space*, 42(6), 941–957. <https://doi.org/10.1177/23996544231216015>

Newcomb, H. (o. J.). *The Weight of Living: An Analysis of Anti-Fat Bias and Fatphobia in Women's Working Relationships* - ProQuest. Abgerufen 9. Februar 2025, von <https://www.proquest.com/openview/66a8298fb241117506013de69ff9dec1/1?cbl=18750&diss=y&pq-origsite=gscholar>

NDR/ohne Verfasser. (2025). *Tausende Menschen demonstrieren gegen AfD-Chefin Weidel in Hamburg—Hotel verweigert ihr Übernachtung*. Abgerufen 3. Februar 2025, von <https://www.ndr.de/nachrichten/hamburg/Mehr-als-16000-Menschen-demonstrieren-gegen-Weidels-Hamburg-Auftritt,weidel146.html>

Oremus, W. (2023). Elon Musk promised an anti-‘woke’ chatbot. It’s not going as planned. *The Washington Post*, NA-NA.

Otteni, C., & Weisskircher, M. (2022). AfD gegen die Grünen? Rechtspopulismus und klimapolitische Polarisierung in Deutschland. *Forschungsjournal Soziale Bewegungen*, 35(2), 317–335. <https://doi.org/10.1515/fjsb-2022-0022>

- Perrone, A., Loucaides, D., & Edwards, S. (2024). First they came for the Greens. *Index on Censorship*, 53(2), 35–37. <https://doi.org/10.1177/03064220241274926>
- Pfahl-Traughber, A. (2019). *Die AfD und der Rechtsextremismus: Eine Analyse aus politikwissenschaftlicher Perspektive*. Springer Fachmedien.
<https://doi.org/10.1007/978-3-658-25180-2>
- Pickel, G. (2022). Durch Populismus von der Demokratie zur Autokratie? Von den Beziehungen zwischen subjektiver und objektiver Demokratiemessung. In W. Muno, C. Wagner, T. Kestler, & C. Mohamad-Klotzbach (Hrsg.), *Staat, Rechtsstaat und Demokratie: Konzeptionelle und aktuelle Diskussionen in der vergleichenden Politikwissenschaft* (S. 333–361). Springer Fachmedien.
https://doi.org/10.1007/978-3-658-38759-4_14
- Pickel, G., & Yendell, A. (2018). Religion als konfliktärer Faktor im Zusammenhang mit Rechtsextremismus, Muslimfeindschaft und AfD-Wahl. *Flucht ins Autoritäre. Rechtsextreme Dynamiken in der Mitte der Gesellschaft*, 217–243.
- Pomerantz, A. (2017). Big-Girls Don't Cry: Portrayals of the Fat Body in RuPaul's Drag Race. In N. Brennan & D. Gudelunas (Hrsg.), *RuPaul's Drag Race and the Shifting Visibility of Drag Culture: The Boundaries of Reality TV* (S. 103–120). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-319-50618-0_8
- Powers, L. (2014). *The evolution of the princess: Impact on perceptions* [ProQuest Dissertations & Theses].
<https://www.proquest.com/docview/1560881516/abstract/157FB976A8A84011PQ/1>
- Priester, K. (2007). *Populismus. Historische und aktuelle Erscheinungsformen*. Frankfurt a. M.: Campus.

- Prinzing, M. (2020). Zwischen virtuellen Schlägen und analogen Mistkarren. Digitale Aggression auf Personen in der Öffentlichkeit. In *Medien + Erziehung* (Bd. 64, Nummer 1, S. 42–51).
- Puar, J. K. (2007). *Terrorist Assemblages: Homonationalism in Queer Times*. Duke University Press. <https://doi.org/10.1215/9780822390442>
- Rabe-Kleberg, U. (1995). Wird die Frauenfrage zur Privatsache? Geschlechterpolitik in den neuen Bundesländern. In H.-H. Krüger, M. Kühnel, & S. Thomas (Hrsg.), *Transformationsprobleme in Ostdeutschland: Arbeit, Bildung, Sozialpolitik* (S. 117–126). VS Verlag für Sozialwissenschaften.
https://doi.org/10.1007/978-3-663-11657-8_8
- Razack, S. H. (2021). Whiteness, Christianity, and anti-Muslim racism
1. In Shona Hunter & Christi van der Westhuizen (Hrsg.), *Routledge Handbook of Critical Studies in Whiteness*. Routledge.
- Richardson-Little, N., Merrill, S., & Arlaud, L. (2022). Far-right anniversary politics and social media: The Alternative for Germany’s contestation of the East German past on Twitter. *Memory Studies*, 15(6), 1360–1377.
<https://doi.org/10.1177/17506980221133518>
- Riebe, J., & Stiftung, A. A. (2024). „Ideologieprojekt Inklusion“: Positionierungen der AfD zu Inklusion als Ausdruck ihres rechtsextremen Weltbildes.
- Rieger, D. (1985). Jeanne d’Arc und der Patriotismus. *Romanistisches Jahrbuch*.
<https://doi.org/10.1515/9783110244922.122>
- Said, Edward W.: Orientalismus. Aus dem Englischen von Hans Günter Holl. Frankfurt a. M. 2009 (engl. 1978).

- Sayan-Cengiz, F., & Tekin, C. (2022). Gender, Islam and nativism in populist radical-right posters: Visualizing ‘insiders’ and ‘outsiders’. *Patterns of Prejudice*, 56(1), 61–93. <https://doi.org/10.1080/0031322X.2022.2115029>
- Sänger, L. & Bernhardt, K. (2025, Januar 29). *Lars Sänger und Kathleen Bernhardt moderieren Fakt ist! Aus Erfurt* (mdr.de) [Mdr.de].
<https://www.mdr.de/fakt-ist/redaktionen/erfurt/moderatoren-fakt-ist-erfurt-100.html>
- Sbai, A. (2021). TikTok – der neue Stern am Social-Media-Himmel. In M. Jahnke (Hrsg.), *Influencer Marketing: Für Unternehmen und Influencer: Strategien, Erfolgsfaktoren, Instrumente, rechtlicher Rahmen. Mit vielen Beispielen* (S. 95–126). Springer Fachmedien. https://doi.org/10.1007/978-3-658-31892-5_5
- Schaffrath, M. (2019). Sprachliche Qualitätskriterien der Fußball-Live-Kommentierung im TV. Eine inhaltsanalytische Untersuchung am Beispiel ausgewählter Spiele bei der EURO 2016. *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 67(3), 294–318.
<https://doi.org/10.5771/1615-634X-2019-3-294>
- Scharff Rethfeldt, W. (2021). Geschichte und Gegenwart der beruflichen Bildung in der Logopädie. In I. Darmann-Finck & K.-H. Sahmel (Hrsg.), *Pädagogik im Gesundheitswesen* (S. 1–15). Springer Berlin Heidelberg.
https://doi.org/10.1007/978-3-662-61428-0_9-1
- Salheiser, A. (2022). Natürliche Daten: Dokumente. In: Baur, N., Blasius, J. (eds) *Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung*. Springer VS, Wiesbaden.
https://doi.org/10.1007/978-3-658-37985-8_104
- Schneiders, T. G. (2012). Die dunkle Seite der Islamkritik. In T. G. Schneiders (Hrsg.), *Verhärtete Fronten: Der schwere Weg zu einer vernünftigen Islamkritik* (S. 77–96). VS Verlag für Sozialwissenschaften. https://doi.org/10.1007/978-3-531-94220-9_7

- Schröder, M. (2018). *AfD-Unterstützer sind nicht abgehängt, sondern ausländerfeindlich*. [SOEPpapers on Multidisciplinary Panel Data Research](#) 975, DIW Berlin, The German Socio-Economic Panel (SOEP).
- Schultz, T. (2022). *28.1 Blut und Drama: Die mediale Berichterstattung über Terrorismus*. 507–518. <https://doi.org/10.5771/9783748904212-507>
- Schultz, T., Ziegele, M., Jakob, N., Jakobs, I., Quiring, O., & Schemer, C. (2021). Verschwörungsglaube, Medienzynismus und Militanz: Einstellungen und Informationsquellen von Menschen mit AfD-Wahlpräferenz – ein Beitrag zur Radikalisierungsforschung. *ZRex – Zeitschrift für Rechtsextremismusforschung*, 1(1), Article 1. <https://www.budrich-journals.de/index.php/zrex/article/view/37316>
- Scorpions—Send Me an Angel*. *Songtext*. (o. J.). Songtexte.com. Abgerufen 1. Februar 2025, von <https://www.songtexte.com/songtext/scorpions/send-me-an-angel-7bd92e78.html>
- Seidel, J. (2025, Februar 1). *Aufregung um Merz, AfD und Migration: Was ist da eigentlich los?* <https://www1.wdr.de/nachrichten/bundestagswahl-2025/merz-cdu-afd-abstimmung-brandmauer-100.html> (letzter Zugriff: 10.02.2025)
- Simon, W. (2004). *GABALs großer Methodenkoffer: Grundlagen der Kommunikation*. GABAL Verlag GmbH.
- Snegovaya, M. (2024). *When Left Moves Right: The Decline of the Left and the Rise of the Populist Right in Postcommunist Europe*. Oxford University Press.
- Sobande, F. (2019). Woke-washing: “Intersectional” femvertising and branding “woke” bravery. *European Journal of Marketing*, 54(11), 2723–2745. <https://doi.org/10.1108/EJM-02-2019-0134>

- Spissinger, F. (2024). *Die Gefühlsgemeinschaft der AfD: Narrative, Praktiken und Räume zum Wohlfühlen*. Verlag Barbara Budrich.
- Steiner, N. D., & Landwehr, C. (2018). Populistische Demokratiekonzeptionen und die Wahl der AfD: Evidenz aus einer Panelstudie. *Politische Vierteljahresschrift*, 59(3), 463–491.
- Stepanova, V. (1996). Photomontage. In L. Heron & V. Williams (Hrsg.), *Illuminations*. Routledge.
- Strick, S. (2024). Enis Maci in Dub. In R. Gaderer & V. Grömmke (Hrsg.), *Hass teilen* (S. 33–50). transcript Verlag. <https://doi.org/10.1515/9783839471951-003>
- Sturm, G. (2020). Populismus und Klimaschutz. Der AfD-Klimadiskurs. *Soziologiemagazin*, 13(2), 13–14.
- Tagesschau. (07.11.2024). *Was das Ampel-Aus bedeutet*. tagesschau.de. Abrufbar unter: <https://www.tagesschau.de/inland/innenpolitik/ampelkoalition-krise-fragen-antworten-100.html>] (letzter Zugriff: 10.02.2025)
- Tagesschau. (2024b, Mai 24). *Empörung über rassistische Parolen bei Feier auf Sylt*. tagesschau.de. Abrufbar unter: <https://www.tagesschau.de/inland/gesellschaft/rassismus-video-sylt-100.html>] (letzter Zugriff: 10.02.2025)
- Tagesschau. (2025, Januar 30). *Publizist Friedman tritt aus Protest aus der CDU aus*. tagesschau.de. <https://www.tagesschau.de/inland/innenpolitik/friedman-cdu-merz-100.html>
- Taylor, S. (2011). Beasts of Burden. *Qui Parle*, 19(2), 191–222. <https://doi.org/10.5250/quiparle.19.2.0191>
- Theunissen, G. (2002). *Altenbildung und Behinderung: Impulse für die Arbeit mit Menschen, die als lern- und geistig behindert gelten*. Julius Klinkhardt.

TikTok-Video von [@Platzhalter_1], 26. Oktober 2024. Abrufbar unter:

<https://www.tiktok.com/@cosynus22/video/7430093425048882464> (letzter Zugriff: 10.02.2025).

TikTok-Video von [@Platzhalter_1], 29. November 2024. Abrufbar unter:

<https://www.tiktok.com/@cosynus22/video/7442837662202891553> (letzter Zugriff: 10.02.2025).

TikTok-Video von [@Platzhalter_1], 24. September 2024. Abrufbar unter:

<https://www.tiktok.com/@cosynus22/video/7418054482145135904> (letzter Zugriff: 10.02.2025).

TikTok-Video von [@Platzhalter_1], 28. Oktober 2024. Abrufbar unter:

<https://www.tiktok.com/@cosynus22/video/7430770740430966049> (letzter Zugriff: 10.02.2025).

TikTok-Video von [@Platzhalter_1], 18. Januar 2025. Abrufbar unter:

<https://www.tiktok.com/@cosynus22/video/7461032413884468502> (letzter Zugriff: 10.02.2025).

TikTok-Video von [@Platzhalter_1], 11. Mai 2024. Abrufbar unter:

<https://www.tiktok.com/@cosynus22/video/7367729892986850592> (letzter Zugriff: 10.02.2025).

TikTok-Video von [@Platzhalter_1], 24. Mai 2024. Abrufbar unter:

<https://www.tiktok.com/@cosynus22/video/7372367887002078497> (letzter Zugriff: 10.02.2025)

TikTok-Video von [@Platzhalter_1], 23. Dezember 2024. Abrufbar unter:

<https://www.tiktok.com/@cosynus22/video/7451637742028541217> (letzter Zugriff: 10.02.2025).

TikTok-Video von [@Platzhalter_1], 20. Dezember 2024. Abrufbar unter:

<https://www.tiktok.com/@cosynus22/video/7450563833363582241> (letzter Zugriff: 10.02.2025).

TikTok-Profil von [@Platzhalter_2], 30. Oktober 2024. Abrufbar unter:

https://www.tiktok.com/@m_rhee2024 (letzter Zugriff: 10.02.2025).

TikTok-Video von [@Platzhalter_2], 30. Oktober 2024. Abrufbar unter:

https://www.tiktok.com/@m_rhee2024/video/7431545184707513633 (letzter Zugriff: 10.02.2025).

TikTok-Video von [Platzhalter_0], 18. September 2024. Abrufbar unter:

https://www.tiktok.com/@der_fuerst/video/7415905307773226273 (letzter Zugriff: 10.02.2025).

Uhlenbrock, L. (2024). KI-generierte Bilder, Texte und Videos erkennen. In *Medien + Erziehung. Zeitschrift für Medienpädagogik* (Bd. 68, Nummer 3, S. 34–37).

v. Rheinbaben A., C. (2023). Zu viel und zu wenig. In C. v. Rheinbaben A. (Hrsg.), *Wirkungsvoll und überzeugend sprechen – der Rich-Impact-Speaking-Ansatz: Sprechkompetenz für Führungskräfte* (S. 35–41). Springer.

https://doi.org/10.1007/978-3-662-67778-0_5

Vedder, G. (2023). *Gewichtsdiskriminierung im Privat- und Berufsleben*. 185–189.

<https://doi.org/10.5771/9783957104373-185>

Vogel, H., & Schmitt, E. (2024, September 8). *Die AfD und TikTok: Was die Partei besser macht als die Konkurrenz*. SWR Aktuell.

<https://www.swr.de/swraktuell/baden-wuerttemberg/tiktok-soziale-medien-wahlkampf-afd-100.html>

Vorländer, H., Herold, M., Hormig, F., & Schäller, S. (2024). *POLARISIERTE POLITISCHE LANDSCHAFTEN*.

Warczak, Katie Ann (2023). *BE(COM)ING HUMAN: THE INTERSECTIONS OF ANIMALITY, RACE, AND DISABILITY IN MODERNIST LITERATURE*. The Pennsylvania State University.

- Westle, B., & Bieber, I. (2009). Wahlkampf der Geschlechter? Inhaltsanalyse von Printmedien im Bundestagswahlkampf 2005. In S. Kühnel, O. Niedermayer, & B. Westle (Hrsg.), *Wähler in Deutschland: Sozialer und politischer Wandel, Gender und Wahlverhalten* (S. 166–197). VS Verlag für Sozialwissenschaften.
https://doi.org/10.1007/978-3-531-91661-3_6
- Wildt, M. (2017). *Volk, Volksgemeinschaft, AfD*. Hamburger Edition.
<https://library.oapen.org/handle/20.500.12657/93420>
- ‘X’-Video von [Deutscher Schäferhund] (@DeutscherSchfe), 17. Januar 2024. Abrufbar unter: [<https://x.com/DeutscherSchfe3/status/1880251205433389210>] (letzter Zugriff: 10.02.2025).
- Yin, R. K. (2009). *Case study research: Design and methods* (Vol. 5). sage.
- Zinterl, C. (2020). *Mehrgewichtigkeit zwischen westlicher Gegenwartsgesellschaft und Popkultur am Beispiel des Jugendromans „Dumplin“*.
<https://doi.org/10.25365/THESIS.64569>
- Zywietz, B., & Ipsen, F. (2024). Grenzen der Unwahrheit. In B. Zywietz & K. Erlemann (Hrsg.), *Was sollen wir glauben? Zwischen Wahrheit, Täuschung und Propaganda* (S. 85–131). Springer Fachmedien. https://doi.org/10.1007/978-3-658-45485-2_4

Anhang

Transkript

TikTok-Video von [@Platzhalter_2], 30. Oktober 2024. Abrufbar unter:

https://www.tiktok.com/@m_rhee2024/video/7431545184707513633 (letzter Zugriff:

10.02.2025).

Transkribiert mit noScribe Vers. 0.5 mit zusätzlicher händischer Korrektur

Erzählerstimme [00:00:00]: Es war einmal an einem Sonntagmorgen 10 Uhr. Ricarda wurde munter, denn ihr Magen knurrte. (12 Sekunden Pause)

Erzählerstimme [00:00:18]: Seitdem Ricarda im Bundestag sitzt und jeden Monat um die 11.000 Euro bekommt, obwohl sie nie etwas gelernt hat, kann sie sich jetzt eine Haushälterin leisten. Doch diese hatte bei Ricardas Frühstück an diesem Sonntagmorgen etwas vergessen.

Ricarda Lang (Deepfake) [00:00:35]: Verdammt, keine Sahnetörtchen mehr da. Ich muss unbedingt zum Bäcker.

Ricarda Lang (Deepfake) [00:00:45]: Oh, wie geil, Harz. Mh. (..) Ah.

Ricarda Lang (Deepfake) [00:01:26]: Ich glaube, ich bin im Paradies. (..) Mann, oh Mann, sieht das alles lecker aus. Hier würde ich mich mal gern nachts einschließen lassen.

Erzählerstimme [00:01:34]: Der Duft in der Bäckerei machte Ricarda hungrig. Sie beschloss nicht, mit dem Fahrrad nach Hause zu fahren. Das dauert ihr zu lange. Sondern mit einem...

Ricarda Lang (Deepfake) [00:01:44]: Taxi, Taxi! Ich brauche so schnell wie möglich ein Taxi. Verdammt noch mal, soll ich hier auf dem Fußweg verhungern?

Ricarda Lang (Deepfake) [00:02:31]: So gefällt mir das, mmh. Schön faul auf dem Sofa sitzen, Sahnetörtchen essen und YouTube gucken.