

# Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Einleitung.....</b>	<b>1</b>
1.1	Emotionen und die Mobilisierung einer ermüdeten Wählerschaft.....	1
1.2	Angst und ihr gesellschaftlicher Bedeutungsgewinn .....	4
1.3	Forschungsinteresse und Zielsetzung.....	7
1.4	Aufbau und Struktur der Arbeit .....	10
<b>2</b>	<b>Angst: Individuelle Emotion und kollektive Stimmung .....</b>	<b>13</b>
2.1	Definition und Abgrenzung von verwandten Phänomenen.....	13
2.2	Angst wovor oder worum: Angstobjekt versus Identifikationsobjekt.....	20
2.3	Funktionale Ambivalenz der Wirkung von Angst .....	22
2.4	Appraisaltheoretischer Zugang zur Emotion Angst .....	25
2.5	Typologie von Ängsten und spezifische Angstobjekte dieser Arbeit .....	29
2.6	Zusammenfassung und Zwischenfazit .....	33
<b>3</b>	<b>Entstehungsbedingungen von Angsterleben .....</b>	<b>37</b>
3.1	Ängste als Konstruktion und Produkt von gesellschaftlichen Diskursen.....	37
3.1.1	Kommunikative und mediale Vermittlung von Bedrohungen und Ängsten .....	38
3.1.2	Empirische Befunde: Medien, Bedrohungsperzeption und Angsterleben .....	43
3.1.3	Perzeption von Bedrohung und Wirksamkeit als Folge von Medienrezeption.....	47
3.1.4	Interpersonale Kommunikation über Bedrohungen und Ängste .....	53
3.2	Der Faktor Persönlichkeit für die Perzeption von Bedrohung und Wirksamkeit.....	56
3.2.1	Persönliche Erfahrungen in Bezug auf ein Angstobjekt.....	56
3.2.2	Die persönliche Angstneigung als Moderatorvariable.....	59
3.2.3	Soziodemografie und individuelle Sozialstruktur .....	62
3.3	Zusammenfassung der theoretischen Überlegungen und Modellbildung .....	66

<b>4</b>	<b>Angst als Mobilisator und Bremsklotz für die Wählermobilisierung .....</b>	<b>71</b>
4.1	Begriffsverständnis: Politische Mobilisierung im Wahlkampf.....	71
4.2	Forschungsstand zur Wählermobilisierung .....	73
4.2.1	Soziodemografie und individuelle Ressourcen .....	74
4.2.2	Politische Prädispositionen und Einstellungen .....	75
4.2.3	Die Rolle interpersonaler Kommunikation und massenmedialer Rezeption .....	83
4.2.4	Das Mobilisierungsgewicht direkt rezipierter Wahlkampfkommunikation.....	87
4.2.5	Zusammenfassung und Zwischenfazit.....	90
4.3	Die Rolle von Angst für die Wählermobilisierung .....	92
4.3.1	Bisherige Forschungsperspektiven und empirische Studienergebnisse .....	92
4.3.2	Die Affective-Intelligence-Theory zur Wirkung von Angst im Wahlkampfkontext.....	100
4.3.3	Desiderat und Implikationen für die vorliegende Arbeit .....	106
4.4	Psychologische Angsttheorien: Reaktionen auf Angsterleben .....	110
4.4.1	Das kognitiv-transaktionale Stressmodell von Lazarus und Folkman (1984).....	111
4.4.2	Zwei zentrale Strategien im Umgang mit Angst.....	114
4.4.3	Passivität, Vermeidung und Lähmung als Folgen des Angsterlebens.....	117
4.4.4	Kritik und Limitationen sowie Übertragbarkeit auf politischen Kontext.....	119
4.5	Zusammenführung der Ansätze zur Hypothesen- und Modellbildung .....	121
<b>5</b>	<b>Untersuchungskonzeption und Methodik.....</b>	<b>129</b>
5.1	Bundestagswahlkampf 2017: Angstdiskurs und Leitmotiv (Un-)Sicherheit.....	129
5.2	Die Methode der Online-Befragung .....	139
5.3	Operationalisierung der Variablen und Konstrukte .....	143
5.4	Vorbereitung und Durchführung der Online-Befragung.....	153
5.4.1	Aufbau und Logik des Fragebogens .....	153
5.4.2	Rahmendaten: Quotierung der Stichprobe, Pretest und Feldphase.....	155
5.4.3	Datenbereinigung und Struktur der Stichprobe.....	158

<b>6</b>	<b>Empirische Befunde.....</b>	<b>161</b>
6.1	Deskriptive Ergebnisse: Appraisals und Umfang des Angsterlebens .....	161
6.1.1	Perzeption der Angstobjekte als Bedrohung .....	161
6.1.2	Perzeption der Wirksamkeit im Umgang mit den Angstobjekten.....	165
6.1.3	Umfang des Angsterlebens.....	169
6.1.4	Zusammenfassung und Zwischenfazit.....	171
6.2	Entstehungsbedingungen des Angsterlebens .....	173
6.2.1	Erklärungsfaktoren für die Perzeption der Angstobjekte als Bedrohung.....	173
6.2.2	Pfadlogik: Medien und Kommunikation, Perzeptionen und Angsterleben.....	185
6.2.3	Zusammenfassung der Befunde und Einordnung der Hypothesen.....	199
6.3	Wirkungen des Angsterlebens auf die Mobilisierung der Wählerschaft.....	203
6.3.1	Einige methodische Vorbemerkungen.....	203
6.3.2	Existenzängste.....	207
6.3.3	Soziale Ängste .....	212
6.3.4	Leistungsängste .....	218
6.3.5	Vergleich von Personen mit niedrigem und hohem Angstlevel.....	224
6.3.6	Zusammenfassung der Befunde und Einordnung der Hypothesen.....	227
<b>7</b>	<b>Resümee und Ausblick .....</b>	<b>231</b>
7.1	Diskussion und Einordnung der empirischen Befunde .....	231
7.1.1	Angst und Angsterleben während des Bundestagswahlkampfes 2017.....	232
7.1.2	Entstehungsbedingungen des Angsterlebens.....	233
7.1.3	Angsterleben als Mobilisator und Bremsklotz für die Wählermobilisierung .....	236
7.2	Reflexion des methodischen Vorgehens.....	242
7.3	Fazit und Anknüpfung für weitere Forschung .....	247
	<b>Literaturverzeichnis.....</b>	<b>251</b>
	<b>Anhang .....</b>	<b>283</b>
	A1: Matrix für das Hayes-Modell.....	283