

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung.....	1
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
2	Angst: Individuelle Emotion und kollektive Stimmung	13
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
3	Entstehungsbedingungen von Angsterleben	37
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

4	Angst als Mobilisator und Bremsklotz für die Wählermobilisierung	71
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
5	Untersuchungskonzeption und Methodik.....	129
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

6 Empirische Befunde	161
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 Angst level	224
6.3.6 Zusammenfassung der Befunde und Einordnung der Hypothesen	227
7 Resümee und Ausblick	231
7.1 Diskussion und Einordnung der empirischen Befunde	231
7.1.1 Angst und Angsterleben während des Bundestagswahlkampfs 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
Literaturverzeichnis.....	251
Anhang	283
A1: Matrix für das Hayes-Modell.....	283