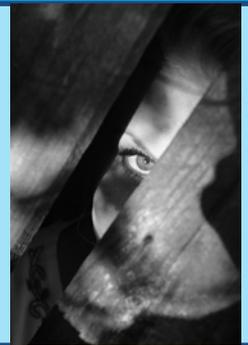


Die Quellen der Angst

Populistische Kommunikation und journalistische Berichterstattung im Vergleich

**Frank Marcinkowski, Michelle Bennett, Jessica Best, Julia von Boehn,
Felix Brinkschulte, Raphael Brügger, Dortje Fechner, Tobias Groß,
Kimon Kieslich, Sebastian Mallek, Esther Neumann, Katharina Tielsch**



Marcinkowski, Frank/Bennett, Michelle/ Best, Jessica/Boehn, Julia von/Brinkschulte, Felix/Brügger, Raphael/Fechner, Dortje/Groß, Tobias/Kieslich, Kimon/Mallek, Sebastian/Neumann, Esther/Tielsch, Katharina: Die Quellen der Angst: Populistische Kommunikation und journalistische Berichterstattung im Vergleich.

Forschungsreport 1/2017 des Arbeitsbereichs Kommunikation – Medien – Gesellschaft.

Münster: Institut für Kommunikationswissenschaft, Westfälische Wilhelms-Universität.

Layout und Satz: Simon Proost, Maria Kionke

Deckblatt: Simon Proost

Titelbild: ninocare

Linkes Bild: loganart

Rechtes Bild: pexels

1 Zusammenfassung

Dass die Alternative für Deutschland (AfD) ihre Erfolge in den vergangenen Landtagswahlen dem gezielten Schüren von Ängsten zu verdanken hat, gilt unter Beobachtern in Politik, Journalismus und Wissenschaft als ausgemacht. Daher gehört es zum guten Ton aller demokratischen Kräfte, vor eben jener Strategie zu warnen. Namentlich die Presse und der öffentlich-rechtliche Rundfunk haben es sich zur Aufgabe gemacht, die ‚Politik der Angst‘ als solche zu entlarven und durch Aufklärung über Hintergründe zum Abbau von Ängsten beizutragen. Das ist ein zumindest zwiespältiges Unterfangen, denn auch wenn die Medien die Emotionalisierung politischer Kommunikation anprangern, sind sie zugleich durch ihren Informationsauftrag darauf verpflichtet, über eben jene Vorgänge und Sachverhalte zu berichten, die von Teilen ihres Publikums als Bedrohung empfunden und zur Grundlage ihrer Ängste gemacht werden können. Das gilt vor allem für die massenhafte Zuwanderung von Kriegs- und Armutsflichtlingen in den Jahren 2015/2016 und die damit einhergehende Ausbreitung und wachsende Bedeutung des Islam bzw. der islamischen Kultur in Deutschland. Das Prinzip Hoffnung lautet dann, dass durch die spezifisch journalistische Darstellung dieser Entwicklungen, die unaufgeregte Konzentration auf objektive Fakten und die aufklärerische Intention eine rationale Reaktion des Publikums ermöglicht werde, während umgekehrt die „postfaktische“ Politik und Kommunikation populistischer Gruppierungen zur Emotionalisierung und Irrationalität verleite. Bis dato liegen allerdings keine belastbaren wissenschaftliche Beweise für die Annahme vor, dass journalistische Berichterstattung und populistische Kommunikation über identische Sachverhalte tatsächlich zu unterschiedlichen emotionalen Reaktionen (speziell: Angstreaktionen) im Publikum führen würden.

Um diese Wissenslücke zu schließen, bedient sich die vorliegende Studie einem Methoden-Mix aus einer standardisierten Inhaltsanalyse (n = 773) und einem Online-Experiment (n = 805). Untersucht wurden die Effekte von jeweils vier Nachrichtenbeiträgen von ARD und ZDF sowie Facebook-Posts und Pressemitteilungen der AfD im Zeitraum von Juli 2015 bis Juni 2016 zu zwei Themenkomplexen: die sogenannte „Flüchtlingskrise“ und die vermeintliche „Islamisierung“ der deutschen Gesellschaft. Die Ergebnisse zeigen, sowohl die Nachrichtenbeiträge des öffentlich-rechtlichen Rundfunks als auch die Kommunikation der AfD steigern die Angst der Rezipienten. Dabei ist es keineswegs so, dass populistische Kommunikation signifikant stärker emotionalisiert als journalistische Berichterstattung. Der Kommunikationsstil, ob (vorgeblich) „faktisch“ und informativ hier oder (vermeintlich) „postfaktisch“ und persuasiv dort, macht insoweit keinen Unterschied. Darüber hinaus zeigt sich, dass kommunikativ erzeugte Angst, egal ob durch die AfD selbst oder den Rundfunk ausgelöst, mit erhöhter Bereitschaft zur Unterstützung rechtspopulistischer Parteien oder Gruppierungen korreliert ist.

Diese und weitere Ergebnisse sind vor allem für die anstehenden Landtags- und Bundestagswahlen von besonderem Interesse. Was die Angst der Deutschen vor Islam und Flüchtlingen angeht, so ist immer dann, wenn die Medien eines der Themen aufgreifen, von einer „ungewollten Komplizenschaft“ von populistischer Politik und Journalismus auszugehen. Mehr noch: da diese Ängste mit erhöhter Bereitschaft zur Unterstützung islam- und fremdenfeindlicher Parteien und Gruppierung einhergeht, besteht die Gefahr, dass Nachrichtenmedien, auch wenn sie lediglich ihrem Informationsauftrag nachgehen, zu „unfreiwilligen Wahlhelfern“ der AfD werden.

2 Ausgangslage und Erkenntnisinteresse

“[...] Das Politikkonzept der Rechtspopulisten: Emotionen statt Fakten - sei es bei dem Thema Klimawandel, Islam oder auch beim Thema Flüchtlinge” (Bolz/Edelhof 2016).

Über eine Million Flüchtlinge wurden seit 2015 in Deutschland registriert. Gleichzeitig wurden etwa 450.000 Asylanträge gestellt, das war die höchste Zahl neuer Anträge seit 1992 (Enste et al. 2016). Dies hat bei einer Mehrheit der deutschen Bevölkerung spürbar Unbehagen ausgelöst. Laut ARD-Deutschlandtrend (Ehni 2016) haben 51 Prozent der Deutschen Angst vor der Menge an Flüchtlingen, die in Deutschland ankommen und Zuflucht suchen. Zusätzlich attestiert eine Studie der R+V (2016), dass 67 Prozent der Deutschen Angst vor Spannungen zwischen Deutschen und den hier lebenden Ausländern haben. Darüber hinaus sind Begriffe wie “Flüchtlingsstrom” und “Flüchtlingswelle”, die eine Art Überflutung des Landes insinuierten, längst im normalen Sprachgebrauch etabliert. Vorgänge wie die in der Silvesternacht 2015 in Köln oder der Anschlag auf den Berliner Weihnachtsmarkt haben die Wahrnehmung des Islam als bedrohlich weiter befördert.

Das Thema Angst – insbesondere die Angst vor Migranten, vor dem Islam und vor den Folgen einer wachsenden Zuwanderung nach Deutschland – ist somit endgültig im politischen und gesellschaftlichen Diskurs angekommen. Angst ist dabei durchweg schlecht beleumundet. Sie gilt als etwas, das es im politischen Prozess zu vermeiden gilt, am liebsten zugunsten eines ‚kühlen Kopfes‘ und aufgeklärter Gelassenheit. Was genau aber ist Angst und warum ist sie so unbeliebt? Der Begriff wird auch in der Forschung als ein ‚negativ‘ wahrgenommenes Gefühlserleben verstanden, weil sich Menschen im Zustand der Angst normalerweise unwohl fühlen. Danach geht Angst mit einem hohen Ausmaß an physiologischer und psychischer Erregung einher und wird nach Witte (1998, 424) durch die Wahrnehmung einer äußeren Bedrohung hervorgerufen, die zugleich als gefährlich und persönlich relevant eingeschätzt wird. Da die physiologische Erregung jene Teile des Gehirns beeinträchtigt, in denen Menschen ihre Handlungspläne entwickeln, machen starke Angstgefühle buchstäblich hilflos und zugleich anfällig für Einredungen Dritter, die einem sagen, wie mit der Bedrohung umzugehen ist (Hüther 2016). Angst wird also mit Manipulierbarkeit in Verbindung gebracht, und genau deswegen gilt sie unter demokratischen Vorzeichen als anrüchig. Die Wirkung von Angstkommunikation beruht – nach allem was man heute weiß – auf der Erzeugung zweier Wahrnehmungskomponenten: der Wahrnehmung einer ernsthaften Bedrohung einerseits und der Wahrnehmung wirksamer und verfügbarer Maßnahmen zur Abwehr dieser Bedrohung andererseits (Witte 1998; Dillard & Anderson 2004).

Was die gegenwärtige politische Lage in der Bundesrepublik Deutschland angeht, so wird vor allem den politischen Kräften an den radikalen Rändern des Parteienspektrums vorgeworfen, sie stimulierten und instrumentalisierten die Ängste der Menschen. Namentlich die Partei ‚Alternative für Deutschland‘ (AfD) und die mit ihr verbundenen Bewegungen stehen im Zentrum der Kritik. Der gängige Vorwurf lautet, sie hätten keine politischen Lösungen zu bieten, sondern schüren lediglich Ängste und betrieben das, was in der wissenschaftlichen Literatur als “Politik der Angst” (Glassner 2004; Wodak 2015) bezeichnet wird. Entsprechende Vorwürfe kommen nicht nur von der parteipolitischen Konkurrenz, sondern auch von Vertretern führender Nachrichtenmedien (Amann 2017). Erstere müssen sich fragen lassen, ob sie nicht ihrerseits die Angst vor dem Populismus für wahlpolitische Eigeninteressen instrumentalisieren (bzw. warum das eine weniger bedenkliche Angstpolitik sein soll). Aber auch der Journalismus ist mit seiner Kritik an einer Politik der Angst in einer schwierigen Situation. Auf der einen Seite wirft man AfD, Pegida & Co. vor, die Gefahren durch Flüchtlingsbewegungen

und Islam zu übertreiben. Zugleich sind die Nachrichtenmedien ihrerseits qua Informationsauftrag darauf verpflichtet, über eben jene Vorgänge und Sachverhalte zu berichten, die von Teilen ihres Publikums als Bedrohung empfunden und zur Grundlage ihrer Ängste gemacht werden können. Jeder Anschein, wichtige Informationen (etwa die Nationalität von Straftätern) könnten verschwiegen oder ausgelassen werden, führt seinerseits zu massiver Medienkritik und untergräbt die Glaubwürdigkeit des Journalismus. In der Folge berichten nicht zuletzt die Nachrichtenformate des öffentlich-rechtlichen Rundfunks intensiv über die Flüchtlingsthematik und die Rolle des Islam in Deutschland. Damit besteht potenziell auch bei ihnen die Möglichkeit, bei den Zuschauern ein Gefühl des Bedrohseins zu erzeugen. Und Bedrohungswahrnehmungen sind nun einmal die Grundlage jeder Angst. Immerhin kann man hoffen, dass durch die spezifisch journalistische Darstellung dieser Entwicklungen, die unaufgeregte Konzentration auf objektive Fakten und die aufklärerische Intention eine rationale Reaktion des Publikums ermöglicht und unnötige Ängste vermieden – wenn nicht gar abgebaut – werden. Ist diese Hoffnung realistisch?

Die vorliegende Studie geht dieser Frage nach, indem sie das Erregungspotential von Originaldokumenten der politischen Kommunikation der Partei AfD auf der einen Seite und Originalbeiträgen der beiden öffentlich-rechtlichen Hauptnachrichtensendungen *Tagesschau* und *ZDF heute* auf der anderen Seite zum Thema Migration und Islam vergleichend untersucht. Im Ergebnis soll geklärt werden, ob sich die Wirkung der (mutmaßlich) absichtsvoll auf Bedrohungsgefühle abzielenden Aussagen der AfD zu Migration und Islam (so wie sie in Pressemitteilungen und Facebook-Posts der Partei verbreitet werden) einerseits und die auf Information und Faktenvermittlung abzielenden Nachrichtenbeiträge von ARD und ZDF zum gleichen Themenkomplex andererseits im Hinblick auf die Erzeugung von Angst überzufällig (und in der erwarteten Weise) unterscheiden.

3 Forschungsfragen

Auf Grundlage der vorangegangenen Überlegungen ergeben sich folgende detaillierte Forschungsfragen:

- Frage 1: *Sind kommunikative Botschaften, egal ob aus politischen oder journalistischen Quellen, überhaupt in der Lage, Angst zu erzeugen bzw. zu steigern?*
- Frage 2: *Induziert parteipolitische Kommunikation über Flüchtlinge und Islam mehr Angst als journalistische Berichterstattung?*
- Frage 3a: *Führt politisch induzierte Angst vor Flüchtlingen und Islam zur Unterstützung rechtspopulistischer Parteien?*
- Frage 3b: *Führt journalistisch induzierte Angst vor Flüchtlingen und Islam zur Unterstützung rechtspopulistischer Parteien?*
- Frage 4a: *Wird der Zusammenhang zwischen kommunikativ induzierter Angst und Bereitschaft zur Unterstützung islam-/migrationsfeindlicher Parteien und Bewegungen durch die Häufigkeit von Kontakten mit Migranten moderiert?*
- Frage 4b: *Wird der Zusammenhang zwischen kommunikativ induzierter Angst und Bereitschaft zur Unterstützung islam-/migrationsfeindlicher Parteien und Bewegungen durch die ‚Affinität zu einem stabilen kognitiven Orientierungssystem‘ moderiert?*

4 Forschungsdesign und Methodik

Zur Beantwortung dieser Fragen wurde ein Online-Experiment mit über 800 Probanden durchgeführt. Als Vorbereitung diente eine standardisierte Inhaltsanalyse, in welcher über 750 Beiträge (AfD Pressemitteilungen/FB-Postings und Fernsehnachrichten) inhaltsanalytisch ausgewertet wurden.

Standardisierte Inhaltsanalyse

Grundgesamtheit der Analyse waren alle thematisch einschlägigen Nachrichtenbeiträge der "Tagesschau" (ARD, 20 Uhr) und von "ZDF heute" (ZDF, 19 Uhr), sowie alle thematisch einschlägigen Facebook-Posts und Pressemitteilungen der AfD im Zeitraum vom 01. Juli 2015 bis 30. Juni 2016. Relevante Beiträge umfassten die Themen Islam, Zuwanderung und Migration, Flüchtlinge und Asyl sowie islamistischer Terror.^{1, 2} Zusätzlich musste ein räumlicher und thematischer Bezug zur Europäischen Union und/oder Deutschland gegeben sein, damit ein Beitrag als Bestandteil der Grundgesamtheit aufgefasst wurde.

Die relevanten Kommunikationsbeiträge der AfD wurden durch Sichtung der thematischen Schwerpunkte aller Pressemitteilungen (zugreifbar über die Website der Bundespartei) und singulären Postings (auf dem Facebook-Account der Bundespartei) im Untersuchungszeitraum ermittelt. Insgesamt handelte es sich um 343 Beiträge. Wegen der überschaubaren Anzahl an (zudem häufig nicht sehr langen) Beiträgen wurde entschieden, alle gefundenen Dokumente in die Analyse einzubeziehen (Vollerhebung). Da im gleichen Zeitraum über 1000 thematisch einschlägige Nachrichtenbeiträge von ARD und ZDF identifiziert wurden, musste aus diesem Teil der Grundgesamtheit eine Stichprobe gezogen werden. Durch eine geschichtete Zufallsauswahl wurde sichergestellt, dass jeder der beiden Sender mit der gleichen Anzahl von Beiträgen aus jedem Monat des Untersuchungszeitraums in der Stichprobe repräsentiert ist. Die journalistische Berichterstattung des öffentlichen-rechtlichen Rundfunks war schlussendlich durch insgesamt 430 Nachrichtenbeiträge der "ARD Tagesschau" und von "ZDF heute" vertreten.

Für jeden einzelnen Beitrag konnte mit Hilfe der oben genannten Angstfaktoren (Art und Anzahl der Bedrohungsinformationen; Art und Anzahl der Aussagen über mögliche Abwehrmaßnahmen) ein individueller Angstwert (-1 bis +1) berechnet werden. Neben den Variablen zur Berechnung des Angstwertes wurden weitere Variablen wie Umfang/Länge der Beiträge, Visualisierung und differenzierte Themenkategorie in der standardisierten Inhaltsanalyse erfasst.

¹ In den analysierten Beiträgen kritisiert die AfD eher den Umgang der Regierung mit der „Flüchtlingsproblematik“ als dass sie die Sache selbst thematisiert. Die öffentlich-rechtlichen Sender stellen ihrerseits unklare Flüchtlingszahlen und überfüllte Flüchtlingslager in den Fokus ihrer Berichterstattung. Behandelte Themen waren bei *beiden* Kommunikatoren vorwiegend: (illegale) Flüchtlingsbewegung in Richtung Deutschland, Präsenz von Flüchtlingen (u.a. überfüllte Flüchtlingslager), (fehlende) Ressourcen der Bundesregierung (finanziell und personell), Kontrollverlust der Regierung.

² Die *Aussagen über Bedrohlichkeit und Schädigung* thematisieren über alle Beiträgen gesehen vor allem folgende Themenbereiche: Gewalt und Kriminalität in Verbindung mit Flüchtlingen, finanzielle Belastungen für die Bundesrepublik, Überfremdung der deutschen Leitkultur. Gewalt ist sowohl bei der AfD als auch bei öffentlich-rechtlichen Sendern die am häufigsten thematisierte Bedrohung durch Migration. Im Verhältnis zu den öffentlich-rechtlichen Sendern argumentiert die AfD mehr mit kultureller Überfremdung und finanzieller Überforderung.

Online-Experiment

Die Auswertung der Inhaltsanalyse wurde genutzt, um insgesamt acht typische Beiträge zu identifizieren, die sich nach Quelle (ARD/ZDF oder AfD), Thema (Migration oder Islam) und Angstwert (hoch oder niedrig) systematisch unterscheiden. Diese Beiträge wurden innerhalb eines Online-Experiments als Treatment eingebunden, das heißt, jeder der 805 Probanden hat einen von diesen acht Beiträgen gesehen (acht Experimentalgruppen mit jeweils rd. 100 Probanden) und dabei vor und nach dem Treatment einen Fragebogen ausgefüllt. Die genannten Faktoren (Quelle, Thema, Angstwert) bilden insoweit die unabhängigen Variablen des Experiments (Between-Subjects-Design). Die Studienteilnehmer wurden über das Online-Access-Panel eines externen Meinungsforschungsinstitut (respondi AG) rekrutiert. In Hinblick auf das Alter und den Bildungsstand der deutschen Bevölkerung stellt das befragte Sample eine für die deutsche Bevölkerung repräsentative Stichprobe dar. Allerdings nahmen mehr Frauen ($n = 484$) als Männer ($n = 321$) am Online-Experiment teil. Die politische Einstellung aller Befragten – gemessen auf einer 11er-Skala von links nach rechts – kann als ausgeglichen bezeichnet werden, wobei sich die Mehrheit der Befragten (knapp 50 Prozent) in der politischen Mitte verortet.

Als zentrale abhängige Variablen wurden fünf diskrete Emotionen gemessen: neben Angst, Ärger, Traurigkeit, Entspannung und Freude. Die Messung erfolgte zweimal, unmittelbar vor dem Treatment und unmittelbar nach der Rezeption des jeweiligen Kommunikationsbeitrags (Within-Subjects-Design). Sie erfolgte durch Selbst-Berichte der Befragten. Selbst-Berichte sind in der Psychologie und in den Sozialwissenschaften die am häufigsten verwendete Methode der Emotionsforschung (Scherer 2005). Dabei werden Rating-Skalen verwendet, mit der die Reaktion auf einzelne Adjektive abgefragt wird, die ihrerseits diskrete Affekte indizieren. Die Wahrnehmung der dargestellten Bedrohung und die Bewertung der Umsetzung geeigneter Gegenmaßnahmen, um die in den Beiträgen angedeuteten Folgen zu bewältigen, waren weitere wichtige Aspekte der Untersuchung.

Um einen möglichen Persuasionseffekt zu messen wurde eine weitere abhängige Variable (in zwei Varianten) konstruiert. Sie beruht auf der Annahme, dass die implizite Botschaft einer jeden politischen Kommunikation – was immer konkret versprochen oder eingefordert werden mag – regelmäßig lautet: Unterstützt uns, damit wir das umsetzen können, was hier vorgeschlagen wird. Dementsprechend haben wir mit jeweils zwei Items die Bereitschaft zur Unterstützung einer islamkritischen bzw. migrationskritischen „Partei oder Bewegung“ auf einer 5er-Skala abgefragt. Als zentrale Kovariaten wurden die Häufigkeit privater und beruflicher Kontakte zu Ausländern (5 Items) und die Affinität zu einem stabilen kognitiven Orientierungssystem (ASKO-Skala; 9 Items; Schumann 2005) integriert.

5 Ergebnisse

Frage 1: *Sind kommunikative Botschaften, egal ob aus politischen oder journalistischen Quellen, überhaupt in der Lage, Angst zu erzeugen bzw. zu steigern?*

Die Grundlage jeglicher Interpretationen der Ergebnisse der nachfolgenden Fragen ist die Annahme, dass politische und journalistische Kommunikation tatsächlich Angst zu induzieren vermögen. Diese Annahme galt es somit im ersten Schritt zu prüfen, bevor weitere Analysen vorgenommen wurden. In der Auswertung (ANOVA) zeigt sich, dass sowohl die Berichterstattung der öffentlich-rechtlichen Sender als auch die politische Online-Kommunikation der AfD signifikante Effekte auf die Emotionen

der Probanden ausübt. In sechs von acht Experimentalgruppen wurde eine deutliche Steigerung der Angst nach Rezeption des entsprechenden Beitrags gemessen (die Steigerung betrug im Schnitt einen halben Skalenpunkt über alle Gruppen hinweg auf einer siebenstufigen Skala). Lediglich diejenigen Probanden, die einen Beitrag zum Thema Islam mit einem (inhaltsanalytisch gemessen) niedrigen Angstwert rezipiert hatten, zeigten unabhängig von der Quelle (AfD oder Journalismus) keinen überzufälligen Anstieg der Angst.

Der Effekt ist in Anbetracht der Tatsache, dass die Probanden lediglich einen einzigen Videobeitrag bzw. Textbeitrag von ca. zwei Minuten Länge rezipierten, als durchaus substantiell zu interpretieren. Er lässt erahnen, was passiert, wenn eine komplette Nachrichtensendung mehrere Beiträge der gesehenen Art enthält, was im Untersuchungszeitraum den Regelfall darstellte; und das über Wochen und Monate hinweg.

Um zu prüfen, ob dieser Angsteffekt nur einen Teil der Rezipienten betrifft, die spezifische Eigenschaften aufweisen, haben wir den Test in zweierlei Weise erweitert. Zunächst haben wir geprüft, ob journalistische bzw. politische Kommunikation über Flüchtlinge und den Islam bevorzugt solchen Menschen Angst macht, die selbst keinen oder nur wenig Kontakt (in der Nachbarschaft, am Arbeitsplatz im Bekanntenkreis) mit Menschen ausländischer Herkunft haben. Oder ob – umgekehrt formuliert – diejenigen, die im realen Leben häufig Kontakte mit Migranten haben, vor kommunikativ induzierten Ängsten ihnen gegenüber gefeit sind. Dieses gängige Vorurteil bestätigt sich in unserem Experiment nicht. Tatsächlich finden wir keinen Zusammenhang zwischen der Kontakthäufigkeit im wirklichen Leben und der Angstreaktion von Probanden auf unsere Stimuli. Dabei ist es egal, aus welcher Quelle (AfD vs. ARD/ZDF) der Stimulus stammt. Demgegenüber zeigt sich ein überzufälliger Zusammenhang zwischen Angstreaktionen und einem Persönlichkeitsmerkmal, das in der Politischen Soziologie als „Affinität zu einem stabilen kognitiven Orientierungssystem“ (ASKO) bezeichnet wird. Die ASKO-Skala wurde im Rahmen der Autoritarismusforschung entwickelt und misst inhaltlich insbesondere die Abneigung gegen jegliche Neuerungen und Veränderungen (Schumann 2005). Da diese Haltung selbst schon eine Reaktion auf Verunsicherung und Angst vor einer komplexer werdenden Welt ist, kann es nicht verwundern, dass politische Angstappelle aber eben auch journalistische Berichterstattung gerade bei Menschen mit hoher ‚Affinität zu einem stabilen kognitiven Orientierungssystem‘ auf fruchtbaren Boden fallen.

Frage 2: Induziert parteipolitische Kommunikation über Flüchtlinge und Islam mehr Angst als journalistische Berichterstattung?

Die Antwort lautet: Nein. Entgegen der allgemeinen Annahme lässt sich mit experimentellen Mitteln nicht nachweisen, dass die vermeintlich ausschließlich auf das Schüren von Ängsten spezialisierte Kommunikation der AfD tatsächlich signifikant mehr Angst erzeugt als die Berichterstattung der Medien. Tatsächlich sind die gemessenen Werte der Angststeigerung nach Rezeption eines Nachrichtenbeitrags von ARD oder ZDF in vielen Fällen höher als in den jeweiligen Vergleichsgruppen mit AfD-Beiträgen. Die Differenzen sind allerdings nicht als überzufällig zu interpretieren. Zumindest aber muss man konstatieren: Tagesschau und Heute sind, was die Erzeugung von Angst angeht, trotz gegenteiliger Intention nicht weniger ‚erfolgreich‘ als die AfD.

Frage 3a: Führt politisch induzierte Angst vor Flüchtlingen und Islam zur Unterstützung rechtspopulistischer Parteien?

Auf Grundlage der bisherigen Erkenntnisse wurde im nächsten Schritt untersucht, welchen Effekt die Angst hat, die durch die politische Kommunikation der AfD ausgelöst wurde. Probanden, die einen Beitrag zum Thema Migration rezipierten, sollten anschließend angeben, mit welcher Wahrchein-

lichkeit sie Parteien oder Gruppierungen unterstützen würden, welche sich aktiv (a) gegen die Aufnahme weiterer Flüchtlinge und (b) für die Abschiebung illegaler Einwanderer einsetzen. Analog wurden die Befragten, die einen Beitrag zum Thema Islam rezipiert hatten, nach allfälligen Konsequenzen für ihr politisches Verhalten gefragt. Der Bezugspunkt war hierbei die Unterstützungsbereitschaft für eine Partei oder Gruppierung, die (a) der Verbreitung der islamischen Kultur in Deutschland entgegenzuwirken beabsichtigt und (b) den Einfluss des Islam in Deutschland eingrenzen will. In der Analyse (bivariate Korrelation) konnte ein substantieller und signifikanter Zusammenhang zwischen kommunikativ induzierter Angst und der Unterstützung der beschriebenen politischen Akteure festgestellt werden. Technisch gesprochen lässt sich etwa knapp 15% der Varianz in der Unterstützungsbereitschaft migrationsfeindlicher Parteien und Gruppierungen allein durch die kommunikative Emotionalisierung ‚erklären‘. Der Befund bleibt auch dann stabil, wenn man aufwändigere Analysemethoden verwendet (Strukturgleichungsanalyse mit latenten Variablen). Der Zusammenhang ist dabei durchaus als gerichtet zu interpretieren, weil als unabhängige Variable die Differenz der Vorher-Nachher-Messung von Angst verwendet wurde. Im Within-Subjects-Design fungiert praktisch jeder Proband als seine eigene Kontrollgröße. Daher kann der statistische Zusammenhang als direkter Effekt des kommunikativen Stimulus interpretiert werden.

Frage 3b: Führt journalistisch induzierte Angst vor Flüchtlingen und Islam zur Unterstützung rechtspopulistischer Parteien?

Dieselben Analysen wurden mit den Angaben derjenigen Probanden gerechnet, die einen Nachrichtenbeitrag von ARD oder ZDF gesehen hatten. Das Ergebnis ist weitgehend identisch. Auch zwischen der durch journalistische Berichterstattung (ARD und ZDF) induzierten Angst und der Unterstützung für islam- und migrationskritische Parteien und Gruppierungen besteht ein substantieller und signifikanter Zusammenhang. Technisch gesprochen lässt sich etwa knapp 11% der Varianz in der Unterstützungsbereitschaft islamfeindlicher Parteien und Gruppierungen allein durch die journalistische Emotionalisierung ‚erklären‘, die bei denjenigen Probanden auftrat, die einen Nachrichtenbeitrag zum Thema gesehen hatten. Das heißt, auch die durch Nachrichtenmedien (ungewollt) erzeugte Angst vor Einwanderung und Islam nützt AfD, Pegida & Co.

Frage 4a: Wird der Zusammenhang zwischen kommunikativ induzierter Angst und Bereitschaft zur Unterstützung islam-/migrationsfeindlicher Parteien und Bewegungen durch die Häufigkeit von Kontakten mit Migranten moderiert?

Auch hier kann man wieder fragen, ob der unter 3a und 3b gefundenen Zusammenhang von spezifischen Lebensumständen oder Persönlichkeitseigenschaften der Befragten abhängt, oder ob er bei allen Befragten in gleicher Weise zu finden ist. Technisch spricht man in solchen Fällen von einem ‚moderierten‘ Zusammenhang: Beispielweise könnte es in der gesamten Population einen Zusammenhang von Ausbildung und Einkommen geben, der aber bei Männern stärker ausgeprägt ist als bei Frauen. Das Geschlecht der Befragten wäre in dem Fall (statistisch gesehen) ein ‚Moderator‘ des Zusammenhangs. In analoger Weise haben wir durch eine Reihe ‚moderierter Regressionen‘ geprüft, ob die Häufigkeit und Intensität von Kontakten mit Migranten einen Einfluss darauf hat, ob und wie die Angst eines Probanden auf seine Bereitschaft zur Unterstützung für islam- oder migrationsfeindliche Parteien und Gruppierungen einwirkt. Das ist unabhängig von der Quelle des kommunikativen Stimulus (AfD vs. ARD und ZDF) nicht der Fall. In keinem Modell war ein signifikanter Moderationseffekt zu finden. Das bedeutet, wenn es gelingt, mit Hilfe kommunikativer Botschaften Angst zu erzeugen, dann führt das zu erhöhter Unterstützungsbereitschaft für islam- und migrationsfeindliche Gruppierungen, unabhängig davon, ob ein Betroffener in seinem alltäglichen Leben viel, wenig oder gar keinen Kontakt mit Migranten hat.

Frage 4b: *Wird der Zusammenhang zwischen kommunikativ induzierter Angst und Bereitschaft zur Unterstützung islam-/migrationsfeindlicher Parteien und Bewegungen durch die ‚Affinität zu einem stabilen kognitiven Orientierungssystem‘ moderiert?*

Die gleichen Analysen haben wir für einen zweiten potentiellen Moderator, nämlich den oben als ASKO eingeführten Einstellungskomplex gerechnet. Zwar ist die durch das Konstrukt gemessene Abneigung gegenüber Veränderungen und Neuerung erwartungsgemäß mit erhöhter Unterstützungsbereitschaft für AfD, Pegida & Co. korreliert. Auf den Zusammenhang von kommunikativ induzierter Angst und der entsprechenden Verhaltensintention hat dieser Moderator aber keinen Einfluss. Das bedeutet, nicht nur bei Menschen mit geschlossenem Weltbild, sondern auch bei Aufgeschlossenen führt Angst zur Hinwendung gegenüber solchen Parteien und Bewegungen, die sich ganz explizit gegen die als Bedrohung wahrgenommenen Umstände richten.

6 Fazit

Die gängige Rede von der ‚postfaktischen‘ Politik bezeichnet einen Kommunikationsstil, in dem Fakten und Wahrheiten ignoriert und stattdessen Gefühle und Emotionen in manipulativer Absicht mobilisiert werden, so dass schließlich die ‚gefühlte‘ Wirklichkeit über die ‚wirkliche‘ Wirklichkeit triumphiert. Ein solches Denken, Handeln und Kommunizieren wird vorzugsweise Politikern und Parteien am rechtspopulistischen Rand des politischen Spektrums unterstellt. Die qualitätsbewussten Nachrichtenmedien, die nicht wenig dazu beigetragen haben, dass ‚postfaktisch‘ in Deutschland zum Wort des Jahres 2016 gekürt wurde, versuchen dem mit an Fakten orientierter Berichterstattung und betont sachlich-nüchternem Ton entgegenzuwirken. Die vorliegende Studie zeigt, dass dies, zumindest wenn über Sachverhalte und Ereignisse berichtet werden muss, die ein mehr oder weniger großer Teil der Bevölkerung als bedrohlich empfindet, nicht gelingt. Unabhängig von der gegenteiligen Absicht emotionalisiert auch die Nachrichtenberichterstattung von ARD und ZDF über Flüchtlinge und den Islam und zwar nicht weniger, als die Kommunikation derjenigen, die es bewusst auf Emotionalisierung anlegen. Neben der hier im Fokus stehenden Angst weckten die Beiträge auch Wut, Ärger und Stress, einen ganzen Strauß an sogenannten negativen Emotionen also – und das alles, obwohl die Ereignisse, um die es in den Berichten ging, zum Teil monatelang zurücklagen. Und diese Emotionen sind politisch folgenreich, zumindest insoweit, dass sie bestimmte Verhaltensdispositionen unterstützen. Dabei ist – wie immer – von differentiellen Medienwirkungen auszugehen, nämlich in dem Sinne, dass die emotionale Reaktion derjenigen, die aufgrund spezifischer Persönlichkeitsprägungen besonders anfällig sind, deutlicher ausfallen wird. Aber auch der durchschnittliche kausale Effekt in der gesamten Population ist bemerkenswert. Ohne es dramatisieren zu wollen: Die Medien tragen zum Klima der Angst, das sie so häufig und gerne beklagen, einen namhaften Teil bei.

Das mag für viele nicht überraschend sein, aber häufig besteht die Aufgabe von Wissenschaft gerade darin zu zeigen, dass das, was sowie so schon jeder zu wissen meint, tatsächlich wahr ist – oder eben auch nicht. Emotionen durch (oder trotz) Fakten lautet insoweit der Befund – Fakten statt Emotionen bleibt demgegenüber ein frommer Wunsch. Aber, nicht zu berichten, ist auch keine Alternative. Der Journalismus wird mit dem Dilemma leben müssen. Er sollte allerdings wissen, was daraus folgen kann und den erhobenen Zeigefinger bisweilen in der Tasche lassen.

7 Literatur

- Amann, M. (2017).** Angst für Deutschland. Die Wahrheit über die AfD: wo sie herkommt, wer sie führt, wohin sie steuert. München: Droemer.
- Bolz, B.; Edelhoff, J. (2016).** Alternative für die Politik: Emotionen statt Fakten. URL: <http://daserste.ndr.de/panorama/archiv/2016/Alternative-fuer-die-Politik-Emotionen-statt-Fakten,postfaktisch102.html>, abgerufen am: 26.01.17.
- Dillard, J.P. & Anderson, J. W. (2004).** The role of fear in persuasion. *Journal of Psychology & Marketing* (21), Issue 11, p. 909-926.
- Ehni, E. (2015).** ARD-DeutschlandTrend. Deutsche besorgt über Flüchtlinge. URL: <https://www.tagesschau.de/inland/deutschlandtrend-405.html>, abgerufen am: 26.01.17.
- Enste, D. H.; Drummond Nauck, J.; Scheider, R. (2016).** Facetten und Fakten der Flüchtlingsdebatte. Eine Analyse aus wirtschaftsethischer Perspektive. URL: http://www.forschungsnetzwerk.at/downloadpub/2016_IW-Report_2016-12_Facetten_Fluechtlingsdebatte.pdf, abgerufen am: 26.01.17.
- Glassner, B. (2004).** Narrative Techniques of Fear Mongering. *Social Research*, 71 (4): 819-826.
- Hüther, G. (2016).** Biologie der Angst. Wie aus Streß Gefühle werden. 13. Aufl., Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.
- R+V. (2016).** Presseinfo: Ergebnisse der Ängste-Studie 2016. URL: <https://www.ruv.de/presse/aengste-der-deutschen/presseinformation-aengste-der-deutschen-2016>, abgerufen am: 26.01.17.
- Scherer, K. R. (2005).** What are emotions? And how can they be measured? *Social Science Information* (44), Issue 4, pp. 695–729.
- Schumann, S. (2005).** Die ASKO-Skala. In: Schumann, S./Schoen, H. (Hrsg.). Persönlichkeit. Eine vergessene Größe der empirischen Sozialforschung. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 41-55.
- Witte, K. (1998).** Fear as motivator, fear as inhibitor: Using the extended parallel process model to explain fear appeal successes and failures. *Handbook of Communication and Emotion*. Andersen, P.A. & Guerrero, L. K., eds., San Diego et al.: Academic Press.
- Wodak, R. (2015).** The politics of fear. What right-wing populist discourses mean. London: SAGE.

8 Methodischer Appendix

Auswertung zu Frage 1 und 2:

Zur Untersuchung der Fragen 1 und 2 wurde eine Mixed Design ANOVA berechnet. Dabei wurde Angst als messwiederholter Faktor verwendet (Pre- und Postmessung) und die drei unabhängigen Variablen aus dem 2 x 2 x 2 -Testdesign (Thema, Angstwert und Quelle) als Zwischensubjektfaktoren. Berechnet wurden somit die Veränderung der Angst über die gesamte Stichprobe (N = 805) sowie alle Interaktionseffekte der Angstinduktion mit einer der unabhängigen Variablen. Alle nachfolgend angegebenen Ergebnisse sind auf dem Niveau $p < .05$ signifikant.

Im Modell kann ein signifikanter Anstieg der Angst von der Vorher- zur Nachher-Messung festgestellt werden, $F(1, 797) = 77.269$. Zudem gibt es einen signifikanten Interaktionseffekt zwischen der Angstmessung und dem Thema der Berichterstattung (Migration oder Islam), $F(1, 797) = 8.058$. Das bedeutet, dass sich die Veränderung der Angst je nach Thema unterscheidet und zwar in der Weise, dass das Thema Migration mehr Angst induziert als das Thema Islam. Darüber hinaus kann ein signifikanter Interaktionseffekt zwischen der Angstmessung und der Intensität der Berichterstattung (niedriger und hoher Angstwert) identifiziert werden, $F(1, 797) = 8.309$. Dies zeigt, dass je nach Intensität der Berichterstattung (u.a. Menge der Bedrohungsinformationen) die Veränderung der Angst unterschiedlich stark ist. Mit Blick auf den Interaktionsgraphen (nicht dokumentiert) lässt sich feststellen, dass Beiträge mit – inhaltsanalytisch gemessen - hohem Angsterzeugungspotenzial auch tatsächlich mehr Angst erzeugen als Beiträge mit niedrigem Angsterzeugungspotenzial. Das ist zugleich eine Art externer Validierung unserer Inhaltsanalyse. Ein signifikanter Interaktionseffekt zwischen der Quelle und der Angstmessung kann demgegenüber nicht ausgemacht werden, $F(1, 797) = 1.119$. Dies bedeutet, dass die Angstveränderung unabhängig von der Quelle der Berichterstattung auftritt. Alle weiteren Interaktionen (Angstmessung x Thema x Intensität; Angstmessung x Thema x Quelle; Angstmessung x Intensität x Quelle; Angstmessung x Thema x Quelle x Intensität x Quelle) sind nicht signifikant.

Tabelle 1: Korrelation von Kontakthäufigkeit, ASKO und Angst

	Korrelation nach Pearson (N)		
	Angst	Kontakt- häufigkeit	ASKO
Angst	1.0		
Kontakthäufigkeit	.003 ($p = .932$)	1.0	
ASKO	.209** ($p = .000$)	.174** ($p = .000$)	1.0
N	805	805	805

Zusammengefasst lassen sich demnach drei signifikante Effekte feststellen. Zunächst ist die Veränderung der Angst über die gesamte Stichprobe signifikant in dem Sinne, dass ein überzufälliger Anstieg von der Vorher- zur Nachher-Messung meßbar ist. Zudem ist die Veränderung der Angst unterschiedlich stark ausgeprägt, je nachdem, um welches Thema es sich handelt (Migration oder Islam), und schließlich hat der konkrete Inhalt eines Kommunikats (hier als sein ‚Angstwert‘ bezeichnet) einen überzufälligen Einfluss auf seine Wirkung. Ein Unterschied der Angstveränderung in Abhängigkeit von der Quelle (AfD vs. ARD und ZDF) konnte demgegenüber nicht festgestellt werden.

Die Erweiterung der Analyse beruht auf einfachen bivariaten Korrelationen der im Text genannten Faktoren mit der nach dem Treatment gemessenen Angst der Probanden (vgl. Tabelle 1).

Auswertung zu Fragen 3a und 3b:

Zur Beantwortung der Fragen 3a und 3b wurden einfache bivariate Korrelationen zwischen der aktuellen Angst (Post-Treatment Messung) und der Unterstützungsbereitschaft für migrations- bzw. islamfeindliche Parteien oder Gruppierungen gemessen. Diese Bereitschaft interpretieren wir als eine Verhaltensintention; also eine Disposition, die einem entsprechenden (im Rahmen des Experiments nicht beobachtbaren) Verhalten unmittelbar vorgelagert ist. Die verwendeten Items sind im Ergebnisteil dokumentiert. Die Werte der Korrelation nach Pearson sind in Tabelle 2 angegeben.

Tabelle 2: Korrelation von Angst und Verhaltensintention nach Quelle

	Korrelation nach Pearson (N)	
	AfD	ARD/ZDF
Angst – Unterstützungsbereitschaft migrationsfeindlicher Parteien & Gruppen	.387** (198)	.223** (202)
Angst – Unterstützungsbereitschaft islamfeindlicher Parteien & Gruppen	.203** (209)	.330** (196)

Anmerkung: ** Die Korrelationen sind auf dem Niveau von .01 (2-seitig) signifikant. In Klammern sind die jeweiligen Gruppengrößen angegeben.

Auswertung zu Fragen 4a und 4b:

Zur Beantwortung der Fragen 4a und 4b wurde eine Reihe von moderierten Regressionen geschätzt; die Modelle wurden mit dem PROCESS Makro (Ver. 2.16) von Andrew F. Hayes gerechnet. Unabhängige Variable war die durch den Stimulus induzierte Angst (Differenz der Vorher-Nachher-Messung). Abhängige Variable war, je nach Thema des Stimulus Materials, die Bereitschaft zur Unterstützung einer islamfeindlichen Partei oder Gruppe bzw. die Bereitschaft zur Unterstützung einer migrationsfeindlichen Partei oder Gruppe. Die Zusammenhänge wurden nacheinander mit zwei Moderatoren geschätzt: dem Wert der ASKO-Skala und einer 4-stufigen Skala zur Messung der Kontakthäufigkeit mit Migranten (in der Nachbarschaft, am Arbeitsplatz, im Freundes- und Bekanntenkreis). Aus Gründen der Übersichtlichkeit werden nachfolgend nur die (durchweg nicht signifikanten) Interaktionseffekte berichtet. Die statistische Signifikanz ist durch Bootstrapping (1.000 Stichproben) getestet:

Tabelle 3: Effekt der Interaktionsterme in vier moderierten Regressionen

	AV: Unterstützung migrationsfeindliche Partei oder Gruppierung					
	coeff	se	t	p	LLCI	ULCI
Angst x ASKO	-.02	.03	-.71	.48	-.07	.03
Angst x Kontakt	.11	.11	1.04	.30	-.10	.33
	AV: Unterstützung islamfeindliche Partei oder Gruppierung					
Angst x ASKO	-.03	.03	-1.01	.31	-.10	.03
Angst x Kontakt	.05	.10	.54	.59	-.14	.24