



universität
wien

MAGISTERARBEIT / MASTER'S THESIS

Titel der Magisterarbeit / Title of the Master's Thesis

**„Der Einfluss von rechtspopulistischer Wahlwerbung auf
Personen mit einer erhöhten Ängstlichkeit“**

verfasst von / submitted by

David Reichert, Bakk. phil.

angestrebter akademischer Grad / in partial fulfilment of the requirements for the degree of

Magister der Philosophie (Mag. phil.)

Wien, 2018 / Vienna, 2018

Studienkennzahl lt. Studienblatt /
degree programme code as it appears on
the student record sheet:

A 066 841

Studienrichtung lt. Studienblatt /
degree programme as it appears on
the student record sheet:

Magisterstudium Publizistik- und
Kommunikationswissenschaft

Betreut von / Supervisor:

Univ.-Prof. Dr. Jörg Matthes

Eidesstattliche Erklärung

Ich erkläre hiermit an Eides statt, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und ohne Benutzung anderer als der angegebenen Hilfsmittel angefertigt habe. Die aus fremden Quellen direkt oder indirekt übernommenen Gedanken sind als solche kenntlich gemacht. Die Arbeit wurde bisher in gleicher oder ähnlicher Form keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt und auch noch nicht veröffentlicht.

Wien, 2. August 2018

David Reichert

Ich **danke** meinen Eltern für die immerwährende Unterstützung.

Inhaltsverzeichnis

1.	Einleitung	9
1.1	Gesellschaftliche Relevanz	9
1.2	Ziele der vorliegenden Arbeit	10
1.3	Aufbau der Arbeit.....	11
2.	Rechtspopulismus	12
2.1	Rechtspopulistische Parteien in Österreich am Beispiel der FPÖ	12
2.2	Inhalte rechtspopulistischer Kampagnen und Wahlwerbungen	13
2.3	Das Medium Wahlwerbeplakat	13
2.4	Einfluss von rechtspopulistischer Wahlwerbung	14
2.5	Explizite Einstellungen.....	15
2.6	Implizite Einstellungen.....	16
3.	Akkulturation	17
3.1	Der Begriff der Akkulturation.....	17
3.2	Interactive Acculturation Model (IAM).....	19
3.3	Korrelation von Akkulturationsorientierungen	22
3.4	Concordance Model of Acculturation (CMA)	22
3.5	Die Host Community Acculturation Scale (HCAS).....	24
3.6	Vorhersage von Akkulturationsorientierungen	25
3.7	Begriffliche Trennungsunschärfe	26
4.	Angst und Ängstlichkeit	27
4.1	Das State-Trait-Modell der Angst	28
4.2	State-Trait-Anxiety-Inventory (STAI).....	28
4.3	Deutsche Kurz-Version des STAI.....	30
4.4	Angst und Medienrezeption.....	31
5.	Untersuchungsziel	32
5.1	Forschungsfragen	32
5.2	Hypothesen	33
6.	Methode	37
6.1	Forschungsdesign und Stichprobe.....	37
6.2	Aufbau des Fragebogens.....	38
6.3	Stimulusmaterial.....	39
6.4	Messung und Operationalisierung.....	43
6.5	Ablauf.....	47
7.	Ergebnisse	48
7.1	Effekt auf die eigene Akkulturationsorientierung	51
7.2	Effekt auf die prognostizierten Akkulturationsorientierungen.....	57
8.	Zusätzliche Analysen	62
8.1	Übereinstimmung der Akkulturationsorientierungen	62
8.2	Ausbildung als Moderator.....	66
8.3	Alter als Moderator.....	66
8.4	Geschlecht als Moderator	68
8.5	Politische Einstellung als Moderator.....	69
8.6	Kontakt zu Ausländern als Moderator	71

9.	Diskussion	72
9.1	Limitation	80
9.2	Implikationen für zukünftige Forschungen.....	82
10.	Literaturverzeichnis	85
10.1	Abbildungsverzeichnis	91
10.2	Tabellenverzeichnis.....	92
11.	Anhang.....	93
11.1	Fragebogen.....	93
11.2	Abstract.....	111
11.3	Lebenslauf.....	113

1. Einleitung

1.1 Gesellschaftliche Relevanz

Zuwanderung und Flucht sind eine der bedeutendsten Themen der heutigen Zeit. Durch anhaltende Konflikte und Kriege sind Menschen weltweit stetig gezwungen zu fliehen und sich auf die Suche nach einer neuen Heimat zu machen. Laut der UN-Flüchtlingsorganisation UNHCR waren alleine im Jahr 2016 65,6 Millionen Menschen auf der Flucht, wovon 22,5 Millionen von diesen vor Konflikten, Verfolgung oder Menschenrechtsverletzungen ihre Heimatländer verlassen (UNHCR, 2017) und eine neue Heimat finden mussten. Sowohl die Zuwanderer, als auch die Personen aus der Aufnahmegesellschaft haben eigene Vorstellungen und Erwartungen an das jeweilige Gegenüber, wie der Prozess der Zuwanderung vonstattengehen soll. Wissenschaftlich werden diese Vorstellungen Akkulturationsorientierungen genannt. Sie existieren sowohl bei Personen aus der Zuwanderungsgesellschaft, als auch bei Personen aus der Aufnahmegesellschaft und sind von immenser Bedeutung für den Eingliederungsprozess von Neuankömmlingen in schon bereits bestehende Gesellschaften. Haben die beiden Gruppen sehr konträre Vorstellungen, respektive Akkulturationsorientierungen, kommt es zu einer konfliktären oder problematischen Übereinstimmungen, die in weiterer Folge unter anderem zu Intergruppenkonflikten zwischen den Zuwanderern und Personen aus der Aufnahmegesellschaft führen können (Bourhis, Moise, Perreault, & Senécal, 1997; Bourhis & Montreuil, 2016).

Weltweit haben die Konflikte und Kriege und die daraus entstehenden Flüchtlingsströme auch dazu geführt, dass rechtspopulistische und nationalistische Parteien das Thema Migration und Zuwanderung noch stärker in ihre Wahlprogramme und Wahlkampfsujets integriert haben. Hinsichtlich jüngster Wahlerfolge und dem Zuwachs von nationalistischen Strömungen lässt sich dem Verwenden dieser Sujets ein gewisser Erfolg attestieren. So nahmen noch vor dem Ausbrechen der Flüchtlingskrise in Europa im Sommer 2015 am 12. Januar 2015 „mehr als 25.000 Personen“ (Polizei Sachsen - Polizeidirektion Dresden, 2015) an einer Kundgebung des Vereins „Patriotische Europäer gegen die Islamisierung des Abendlandes“ (PEGIDA) in Dresden teil. Ziel dieser Veranstaltungen, die häufig montags und auch in anderen deutschen und europäischen Städten stattfand, war es, gegen eine von ihnen behauptete Islamisierung der Gesellschaft zu demonstrieren. Hierbei wird sowohl eine symbolische, als auch eine ökonomi-

sche Bedrohung inszeniert, die von Menschen mit muslimischen Glauben ausgeht. Die Verschärfung der Flüchtlingssituation in Europa aufgrund des Bürgerkriegs in Syrien ab dem Sommer 2015 und der deutlichen Zunahme von durch- und einreisenden Flüchtlingen in Österreich und Deutschland führte dazu, dass rechtspopulistische Parteien und Organisationen vermehrten Zuspruch aus der Bevölkerung bekamen. Dies zeigte sich besonders deutlich bei den darauffolgenden Wahlen in Österreich und Deutschland. Scheiterte die rechtspopulistische Partei „Alternative für Deutschland“ (AfD) bei der deutschen Bundestagswahl im Jahr 2013 noch an der Fünfprozenthürde und verpasste somit den Einzug in das Parlament, wurde sie bei der Bundestagswahl 2017 drittstärkste Partei und bekleidet seitdem 94 der 709 Sitze im deutschen Bundestag (Bundeswahlleiter, 2017). In Österreich kann diese Entwicklung schon länger beobachtet werden und gipfelte im Jahr 2017 mit einer erneuten Regierungsbeteiligung der rechtspopulistischen Partei FPÖ.

Rechtspopulistische Parteien bedienen sich vor allem in Wahlkampfzeiten und der nebenhergehenden Wahlwerbung einem bestimmten Sujet: Die Bedrohung der Gesellschaft durch Fremde. Den Wählern soll vermittelt werden, dass sowohl eine ökonomische als auch eine symbolisch-kulturelle Bedrohung durch Zuwanderer existiert und die jüngsten Wahlergebnisse zeigen, dass die Kampagnen bei den Wählern zu funktionieren scheinen. Offen bleibt, in wie fern die Wahlwerbeplakate, die eine von Fremden ausgehende Bedrohung beinhalten, sich nicht nur auf Wahlergebnisse auswirken, sondern auch auf andere Bereiche, nämlich die des täglichen Lebens und dem Kontakt mit Zuwanderern.

1.2 Ziele der vorliegenden Arbeit

Wie die Eingliederung von Zuwanderern in eine bestehende Gesellschaft abläuft hängt stark damit zusammen, wie sich Zuwanderer und Personen aus der Aufnahmegesellschaft diesen Prozess vorstellen und was sie von dem jeweiligen Gegenüber erwarten. In der vorliegenden Studie soll untersucht werden, ob rechtspopulistische Wahlwerbung, die eine von Ausländern ausgehende Bedrohung darstellt, einen Einfluss auf die Akkulturationsorientierungen von Personen aus der Aufnahmegesellschaft hat und auf deren Vermutungen welche Akkulturationsorientierungen Zuwanderer präferieren. Ein besonderer Fokus gilt dabei Personen mit einer höheren Ausprägung des Persönlichkeitsmerkmals der Ängstlichkeit, da herausgefunden werden konnte, dass diese Per-

sonen Bedrohungen intensiver wahrnehmen, als Personen die eine geringere Ängstlichkeit haben (Spielberger, 1972a).

In vorhergehenden Studien konnte bereits bewiesen werden, dass Wahlwerbepлакate rechtspopulistischer Parteien einen Einfluss auf die expliziten und impliziten Einstellungen gegenüber Minderheiten haben (Arendt, Marquart, & Matthes, 2013; Matthes & Marquart, 2013; Schemer, 2010). Auch zeigte sich in diesen Studien, dass es hierbei nicht zwingend notwendig ist, dass die Rezipienten den rechtspopulistischen Parteien zu- oder abgeneigt sind.

1.3 Aufbau der Arbeit

Zu Beginn der Arbeit wird ein Überblick über die Terminologie, die rechtspopulistische Partei FPÖ in Österreich und ihre Kampagnen gegeben. Im Folgenden wird der aktuelle Forschungsstand dargestellt und zusammengefasst. Aus diesem wird im Anschluss die Forschungslücke näher erläutert und das Forschungsinteresse abgeleitet. Nach der Vorstellung der Forschungsfragen und den zugehörigen Hypothesen wird auf das Forschungsdesign und das methodische Vorgehen eingegangen. Im weiteren Verlauf werden die Ergebnisse der empirischen Studie präsentiert und diskutiert. Am Ende werden mögliche Limitationen und Implikationen für zukünftige Forschungen genannt.

2. Rechtspopulismus

„Rechtspopulisten sehen [...] das Volk durch das politische Establishment in seiner Souveränität, durch kulturell „Fremde“ zudem in seiner Identität bedroht. Das apokalyptische Szenario, nach dem die angestammte Kultur sich in der Zersetzung befinde, stellt auf innere wie äußere Feindbilder ab. Dabei stellt die Warnung vor „Überfremdung“ ein Schlüsselmerkmal rechtspopulistischer Fremdenfeindlichkeit dar. Es richtet sich also gegen Migranten sowie ethnische und religiöse Minderheiten.“ (Lewandowsky, 2017)

2.1 Rechtspopulistische Parteien in Österreich am Beispiel der FPÖ

Spätestens seit der Übernahme des Parteivorsitzes durch Jörg Haider im Jahr 1986 entwickelte sich die „Freiheitlichen Partei Österreichs“ (FPÖ) zu einer rechtspopulistischen Partei. Trotz dem darauffolgenden Bruch der Koalition mit der SPÖ und der Abspaltung des gemäßigten, liberalen Flügels hin zum Liberalen Forum konnte die FPÖ sich einer steigenden Wählergunst erfreuen. Dies führte bei der Nationalratswahl 1999 zum Abschneiden als zweitstärkste Partei mit 26,9% der Stimmen und zu einer Regierungsbeteiligung mit der ÖVP. Auf dem Weg zu diesem Wahlerfolg bediente sich die FPÖ immer wieder fremdenfeindlicher und rassistischer Parolen, welche auch dazu führten, dass Jörg Haider selbst kein Regierungsamt begleiten konnte. Unmittelbar nach der Regierungsbeteiligung und im Zuge der Abspaltung einiger Parteimitglieder, inklusive dem ehemaligen Parteivorsitzenden Jörg Haider, hin zum BZÖ verlor die FPÖ immer mehr Wählerstimmen bei den Landtags- und Nationalratswahlen. Mit der Wahl von Heinz-Christian Strache als Parteiobmann konnte diesem Trend bei der Nationalratswahl 2006 ein Ende gesetzt werden. Wie auch schon Haider bediente sich die Partei unter Strache noch deutlicher dem Sujet der Fremdenfeindlichkeit. Bei der Nationalratswahl 2013 konnte die FPÖ einen weiteren Stimmenzuwachs verzeichnen und zog mit 20,5% als drittstärkste Partei im österreichischen Nationalrat ein (Bundeswahlbehörde, 2013).

Ein Höhepunkt dieser Entwicklung ist die erneute Regierungsbeteiligung nach der vorgezogenen Nationalratswahl im Jahr 2017. Die FPÖ erreichte bei dieser Wahl 26,0% der Stimmen und bildet zusammen mit der ÖVP die Regierungskoalition (Bundeswahlbehörde, 2017). Der fremdenfeindliche Kurs der FPÖ konnte nicht nur im Wahlkampf beobachtet werden. Auch beim Verschärfen der Flüchtlingskrise innerhalb

Europas im Sommer 2015 bezog die FPÖ Stellung gegen die Politik der damals amtierenden Regierung und die Aufnahme von Flüchtlingen.

2.2 Inhalte rechtspopulistischer Kampagnen und Wahlwerbungen

Während der Nationalratswahl 2008 warb die FPÖ in ihrem Wahlprogramm mit dem Slogan „Wir für euch“ und „Österreich zuerst“. Es folgt eine nähere Erläuterung der eigenen Migrationspolitik, in der immer wieder auf straffällige Ausländer eingegangen wird, die aus Sicht der FPÖ aus Österreich ausgewiesen werden müssten und mit einem lebenslänglichen Einreiseverbot belegt werden müssten (Freiheitliche Partei Österreich, 2008). Die Thematik der Migration findet sich immer wieder in den jeweiligen Wahlprogrammen der FPÖ (Freiheitliche Partei Österreich, 2008, 2013). Eigenen Aussagen nach steht die FPÖ kritisch gegenüber einem multikulturellen Gesellschaftsbild und versucht die österreichische Identität zu beschützen und zu bewahren. Dies zeigt sich vor allem in der Kampagne für die Nationalratswahl 2013, welche unter dem Motto „Politik der Nächstenliebe“ verlief (Freiheitliche Partei Österreich, 2013). Teile dieser Kampagne waren beispielsweise Wahlwerbeplakate, die mit dem Slogan „Liebe deinen Nächsten – Für mich sind das Österreicher!“ warben. Zusätzlich erklärte der Spitzenkandidat der Partei, Heinz-Christian Strache: „Unter Nächstenliebe verstehe ich im Gegensatz zu den anderen Parteien sicher nicht die Solidarität mit Banken, Spekulanten, Kriminellen oder Asylbetrügnern, sondern die Solidarität mit den Österreichern!“ (Freiheitliche Partei Österreich, 2013).

2.3 Das Medium Wahlwerbeplakat

Wahlwerbeplakate besitzen im Gegensatz zu anderen journalistischen Produkten einen gesonderten Charakter. Sie ermöglichen es Themen übertrieben zu visualisieren, eine Botschaft einseitig zu vermitteln und bieten die einfache Möglichkeit Stereotypen darzustellen (Matthes & Marquart, 2013). Vor allem für rechtspopulistische Parteien bieten sie somit ein ideales Medium, um die eigenen Ansichten und Inhalte in der Bevölkerung kundzutun. Noch dazu kommt die fehlende Möglichkeit sich den Wahlwerbeplakaten, vor allem während des Wahlkampfes, zu entziehen, da sie förmlich allgegenwärtig sind und es im Vergleich zu anderen Medien, wie Zeitungen oder dem Fernsehen, nicht möglich ist durch bloßes Umschalten oder Umblättern, den Inhalten zu entgehen.

Ökonomische und symbolische Bedrohung

Inhaltlich bedienen sich rechtspopulistische Wahlwerbeplakate häufig zwei verschiedenen Arten von Bedrohungen. Einerseits einer ökonomischen Bedrohung und andererseits einer symbolischen Bedrohung. Diese Bedrohungsszenarien sind in der Lage Angst beim Rezipienten hervorzurufen, was laut der „Integrated Threat-Theory“ dazu führen kann, dass Vorurteile entstehen (Stephan, Stephan, & Gudykunst, 1999).

Die *ökonomische Bedrohung* hat ihren Ursprung in der realistischen Gruppen-Konflikt-Theorie und stellt für eine In-Group eine aus ihrer Sicht realistische Bedrohung durch eine Out-Group dar. Maßgebliche Themengebiete sind hierbei Sicherheit, Politik, Wirtschaft oder Gesundheit (Clifton, 2011; Jammal & Schwegler, 2007).

Auch der Begriff der *symbolischen Bedrohung* stammt aus der „Integrated Threat-Theory“. Die Gefahr, die eine In-Group hierbei sieht, ist das Symbole der Out-Group das eigene Wertesystem in Gefahr bringen können (Jammal & Schwegler, 2007; Stephan u. a., 1999). Ausschlaggebend für eine solche, von der In-Group wahrgenommenen Bedrohung sind Unterschiede in Kultur, Werten und Lebensstilen (Schrangl, 2012).

2.4 Einfluss von rechtspopulistischer Wahlwerbung

In der bisherigen Forschung wurden Wahlwerbeplakate und ihr Einfluss auf die Rezipienten nur selten untersucht. Größere Beachtung fanden meist andere Werbeformen wie beispielsweise Wahlwerbespots, welche vor allem in den Vereinigten Staaten häufig im Mittelpunkt von Untersuchungen stehen. Nichtsdestotrotz gibt es vereinzelte Studien, die sich näher mit dieser Form der Wahlwerbung beschäftigt haben. Christian Schemer untersuchte im Zuge der Abstimmung über eine mögliche Verschärfung des Asylgesetzes in der Schweiz im Jahre 2006, inwiefern rechtspopulistische Wahlwerbung, in Form von Wahlwerbeplakaten, dazu in der Lage ist, das Abstimmungsverhalten der Rezipienten zu beeinflussen. In der für die Deutsch- und Westschweiz repräsentativen Studie konnte Schemer herausfinden, dass politische Wahlwerbeplakate dazu in der Lage sind negative affektive Reaktionen, wie Angst und Ärger gegenüber Asylsuchenden bei den Rezipienten auszulösen. In weiterer Folge zeigte sich dadurch eine zustimmende Einstellung gegenüber einer Verschärfung des Asylgesetzes (Schemer, 2010).

Zu einem ähnlichen Ergebnis kamen auch Matthes und Marquart in ihrer Studie, in der sie die Wirkung von negativ-emotionalisierender politischer Werbung auf die Einstellungen gegenüber Ausländern untersuchten (Matthes & Marquart, 2013). In der

für die Schweiz repräsentativen Untersuchung konnten die Forscher ihre Hypothese bestätigen, dass „Personen mit niedriger Bildung bei der Konfrontation mit besonders stark emotionalisierender Plakatwerbung eine vergleichsweise größere Angst vor Migranten [zeigen], als Personen mit höherer Bildung“ (Matthes & Marquart, 2013). Ebenso zeigte sich bei Personen mit niedriger Bildung eine negative Einstellungsveränderung gegenüber Ausländern unter Einfluss der Darbietung von stark emotionalisierender rechtspopulistischer und stereotyper Plakatwerbung (Matthes & Marquart, 2013).

In einer weiteren Studie konnte herausgefunden werden, dass die Rezeption von Wahlwerbeplakaten nicht nur einen Einfluss auf die expliziten, sondern auch auf die impliziten Einstellungen gegenüber einer Personengruppe haben kann. Diesen Einfluss konnten Arendt et al. in einer Studie mit einem studentischen Sample beweisen (Arendt u. a., 2013). Um die impliziten Einstellungen zu messen verwendeten die Forscher den Implicit Association Test (IAT). Sie fanden heraus, dass durch die Präsentation von verschiedenen Bedrohungsszenarien, welche auf rechtspopulistischen Wahlwerbeplakaten zu sehen waren, negativere implizite Einstellungen gegenüber Personen mit Migrationshintergrund entstehen können (Arendt u. a., 2013).

2.5 Explizite Einstellungen

Explizite Einstellungen zeichnen sich dadurch aus, dass sie einen hohen Bewusstseinsgrad besitzen und für gewöhnlich verbalisiert werden können (Kämpfe, 2005). Laut Gawronski & Bodenhausen steht der Prozess der Proposition hinter den expliziten Einstellungen. Das Ergebnis dieses Prozesses kann als evaluiertes und wertendes Urteil angesehen werden. Ausgehend von diesen Beurteilungen bilden Menschen eine Meinung über einen Gegenstand oder eine Person (Gawronski & Bodenhausen, 2006).

Der höhere Bewusstseinsgrad stellt einen Nachteil bei der Messung der expliziten Einstellungen dar, da diese somit auch fälschungsanfälliger werden (Kämpfe, 2005). Trotz der geringen Validität von Fragebogenskalen und der Möglichkeit von sozialer Erwünschtheit, konnte bereits in verschiedenen Studien festgestellt werden, dass die Rezeption von Wahlwerbeplakaten einen Einfluss auf die expliziten Einstellungen gegenüber bestimmten Personengruppen haben kann (Arendt u. a., 2013; Matthes & Marquart, 2013).

2.6 Implizite Einstellungen

Hierbei handelt es sich um automatisierte Kognitionen, welche kaum kognitive Ressourcen benötigen, spontanen Charakter besitzen und nicht steuerbar sind. Es handelt sich um unbeabsichtigte, zielunabhängige, willkürliche Kognitionen, welche sich außerhalb unserer bewussten Kontrolle befinden (Kämpfe, 2005). Liegt den expliziten Einstellungen der Prozess der Proportion zugrunde, ist dies bei den impliziten Einstellungen der „associative process“. Dabei handelt es sich um eine automatisierte affektive Reaktion auf bestimmte Assoziationen, die automatisch auf einen relevanten Stimulus folgen. Ob der Mensch davon ausgeht, dass die Assoziation stimmt oder nicht, ist in diesem Fall nicht von Relevanz. Ausschlaggebend für die Aktivierung einer bestimmten Assoziation sind die Assoziationen, die bereits im Gedächtnis gespeichert wurden und die externen Stimuli mit der die jeweilige Person konfrontiert wird (Gawronski & Bodenhausen, 2006).

Es wird davon ausgegangen, dass sich diese unbewussten Einstellungen nur schwer selbstständig kontrollieren lassen. Dies stellt auch die Frage, inwiefern sich die zugehörigen Prozesse manipulieren lassen. Gawronski und Bodenhausen fanden diesbezüglich heraus, dass durch eine Veränderung der assoziativen Struktur, auch evaluative Konditionierung genannt, Einfluss auf die impliziten Einstellungen genommen werden kann (Gawronski & Bodenhausen, 2006).

Arendt et al konnten dies mit Hilfe des Implicit Association Tests (IAT) in einer Studie aus dem Jahr 2013 bestätigen. Sie konnten zeigen, dass die Darbietung von rechtspopulistischen Wahlwerbeplakaten einen Einfluss auf die impliziten Einstellungen der Rezipienten haben kann (Arendt u. a., 2013).

3. Akkulturation

3.1 Der Begriff der Akkulturation

Im Allgemeinen wird unter dem Begriff der Akkulturation der Prozess, der Veränderung von Personen oder Gesellschaften aufgrund von interkulturellem Kontakt verstanden. Schon im Jahr 1954 versuchte das „Social Science Research Council“ Akkulturation als „culture change that is initiated by conjunction of two or more autonomous cultural systems“ zu definieren. Schon damals wurde auf die verschiedenen Aspekte der Akkulturation eingegangen:

„It's dynamics can be seen as the selective adaption of value systems, the processes of integration and differentiation, the generation of developmental sequences, and the operation of role determinations and personality factors“ (Social Science Research Council, 1954)

Im Laufe der Zeit wurden aus verschiedenen Fachrichtungen heraus weiterführende Begriffserläuterungen und theoretische Modelle entworfen. Die soziologische Sicht auf den Begriff wurde vor allem durch den Begründer der Akkulturationsforschung, Friedrich Heckmann, geprägt. Er beschreibt diesen als

„durch Kulturkontakt hervorgerufene Veränderungen von Werten, Normen und Einstellungen bei Personen, den Erwerb von Kenntnissen und Fähigkeiten und Qualifikationen (Sprache, arbeitsbezogene Qualifikationen, gesellschaftlich-kulturelles Wissen u.a.) sowie Veränderungen von Verhaltensweisen und 'Lebensstilen' (z.B. in Bezug auf Arbeit, Wohnen, Konsum, Freizeitverhalten, Kommunikationsformen, Heiratsmuster); auch Veränderungen der Selbstidentität sind damit notwendigerweise verbunden“ (Heckmann, 1992).

Heckmann sieht Akkulturation also als einen Prozess, hervorgerufen durch den Kontakt zweier Kulturen, der sich auf nahezu alle Lebensbereiche des Menschen auswirkt und der mit einem starken Einfluss und der notwendigen Veränderung der eigenen Identität einhergeht. Zusätzlich zu dieser Veränderung des Individuums kommt es laut Heckmann innerhalb dieses Prozesses auch zu einem Wandel von Gruppen, Kulturen und Institutionen (Heckmann, 1992).

Während sich die soziologische Herangehensweise vor allem mit den schon oben genannten Prozessen innerhalb von Gruppen beschäftigt, konzentriert sich die Psychologie vor allem auf die Ebene des Individuums. Um sich begrifflich abzugrenzen wurde hierfür 1967 der Begriff der „psychologischen Akkulturation“ eingeführt. Maßgeblich hierfür sind die von Berry genannten Veränderungen der Persönlichkeitsebene in Form von Persönlichkeitszügen, Identität, Einstellungen und Verhaltensweisen. Der grundlegende Unterschied zwischen Akkulturation und psychologischer Akkulturation ist die Ansicht, dass nicht alle Veränderungen von jedem Gruppenmitglied gleich aufgefasst oder erlebt werden.

Ausgehend von diesem Konzept entwickelte John W. Berry 1990 das zweidimensionale Akkulturationsmodell. Zweidimensional bedeutet in diesem Zusammenhang, dass nicht davon ausgegangen werden kann, dass die eigene kulturelle Herkunftsidentität möglichst schnell und einseitig an die Mehrheits- bzw. Aufnahmekultur angepasst und aufgegeben wird, was einem eindimensionalen Ansatz entsprechen würde, sondern der Prozess der stückweisen Aufgabe der eigenen Kultur und der Prozess der Annahme der Fremdkultur relativ unabhängig voneinander ablaufen (Berry, 1990; Birman, 1994; Phinney, Horenczyk, Liebkind, & Vedder, 2001; Roccas, Horenczyk, & Schwartz, 2000). Eine Akkulturation hinsichtlich einer, beider oder keiner Kultur ist somit möglich. Entscheidend hierfür sind laut Berry zwei grundlegende Fragen/Dimensionen:

1. „Cultural Maintenance“: Die eigene kulturelle Identität und ihre Merkmale werden als wertvoll angesehen - Diese soll beibehalten werden
2. „Contact and Participation“: Beziehungen mit anderen Gruppen werden als wertvoll angesehen - Beziehungen/Kontakt zu diesen sollen aufrecht erhalten werden (Berry, 1990)

Je nach Beantwortung dieser beiden Fragen lassen sich laut Berry vier Modelle der Akkulturation ableiten (Berry, 1990):

- **Integration:** Die Herkunftskultur wird beibehalten und gleichzeitig wird der Kontakt zur Mehrheits-/Aufnahmekultur gesucht.
- **Assimilation:** Es kommt zu einer einseitigen Anpassung an die Mehrheits-/Aufnahmekultur. Die Herkunftskultur wird nahezu aufgegeben.

- **Separation:** Es wird versucht die Herkunftskultur vollständig beizubehalten. Der Kontakt mit der Mehrheits-/Aufnahmekultur wird möglichst vermieden.
- **Marginalisierung:** Es kommt zu einem Verlust der Herkunftskultur, gleichzeitig findet jedoch kein Kontakt, sondern eine Isolierung gegenüber der Mehrheits-/Aufnahmekultur statt.

Tabelle 1. Modelle der Akkulturation nach Berry (Berry, 1990)

Four Varieties of Acculturation, based upon Orientations to Two Basic Issues			
		Issue 1: Is it considered to be of value to maintain cultural identity and characteristics?	
		Yes	No
Issue 2: Is it considered to be value to maintain relationships with other groups?	Yes	Integration	Assimilation
	No	Seperation	Marginalization

3.2 Interactive Acculturation Model (IAM)

Das Modell von Berry findet sowohl in der psychologischen als auch der sozialwissenschaftlichen Forschung nach wie vor viele Fürsprecher und Kritiker. Darunter auch Bourhis, Möise, Perreault und Sénécal, die 1997 einen Alternativansatz bzw. eine Abwandlung des von Berry postulierten Modells veröffentlichten. In ihrem Interactive Acculturation Model (IAM) integrieren sie die Akkulturationsorientierungen der Aufnahmegesellschaft (autochtone Gruppe) und die Wechselseitigkeit zwischen Aufnahme- und Zuwanderungsgesellschaft deutlich stärker als es noch bei Berry der Fall. Um diesem Umstand gerecht zu werden wird in diesem Modell die ursprüngliche Frage bzw. interkulturelle Dimension von Berry „Wird es als wertvoll erachtet eine Beziehung mit der anderen Gruppe aufrecht zu erhalten?“ mit der Frage „Wird es als wertvoll erachtet, die kulturelle Identität der aufnehmenden Gesellschaft zu übernehmen?“ ersetzt. Des Weiteren wird die von Berry postulierte Orientierung der Marginalisierung aus Sicht der Zuwanderungsgesellschaft mit Anomie und Individualismus ersetzt und aus Sicht der Aufnahmegesellschaft mit Exklusion und Individualismus. Aus diesen Modifikationen ergeben sich neue Dimensionen/Fragen für die jeweiligen Gruppen, die wie folgt lauten:

Aufnahmegesellschaft (autochthone Gruppe):

1. Dimension: Finden Sie es akzeptabel, dass Immigranten ihre eigene kulturelle Identität erhalten?
2. Dimension: Akzeptieren Sie es, dass Immigranten die kulturelle Identität der Mehrheit übernehmen?

Zuwanderungsgesellschaft (allochthone Gruppe):

1. Dimension: Wünschen Sie Ihre kulturelle Identität zu erhalten?
2. Dimension: Wünschen Sie die kulturelle Identität der Einheimischen zu übernehmen?

Die Beantwortung dieser Fragen führt laut Bourhis et al. zu unterschiedlichen Akkulturationsorientierungen, wie in der Tabelle zu sehen ist (Bourhis, Moise, Perreault, & Senécal, 1997).

Tabelle 2. Zweidimensionales Modell der Akkulturationsorientierungen in Anlehnung an Bourhis et al. 1997 (Bourhis, Moise, Perreault, & Senécal, 1997)

		1. Dimension	
		JA	NEIN
2. Dimension Aufnahmegesellschaft: Akzeptieren Sie es, dass Immigranten die kulturelle Identität der Mehrheit übernehmen?	JA	Integration	Assimilation
	NEIN	Segregation	Aufnahmegesellschaft: Exklusion/Individualisierung Zuwanderungsgesellschaft: Anomie, Individualismus

Die zwei Orientierungen Integration und Individualisierung werden als willkommen-heißend bestimmt, während Assimilation, Segregation und Exklusion als zurückweisende Orientierungen postuliert werden (Bourhis & Montreuil, 2016). Die Unter-

schiede werden im Folgenden für die jeweiligen Akkulturationsorientierungen der Aufnahmegesellschaft verdeutlicht:

Integration: Die Werte der Kultur der Zuwanderer werden unterstützt und es wird akzeptiert, dass Zuwanderer wichtige Merkmale der Kultur der Aufnahmegesellschaft übernehmen.

Individualisierung: Der Fokus liegt bei dieser Orientierung nicht auf einer Gruppenzugehörigkeit, sondern auf den Individuen und ihren Beiträgen und Leistungen selbst. Das Beibehalten der Herkunftskultur oder die Adaption der Mehrheitskultur spielt hierbei nur eine untergeordnete Rolle, wodurch Personen, die diese Akkulturationsorientierung verfolgen mit Zuwandern ähnlich agieren, wie mit Personen aus der Aufnahmegesellschaft.

Assimilation: Es wird erwartet, dass Zuwanderer ihre Herkunftskultur vollständig aufgeben und im Gegenzug die Kultur der Aufnahmegesellschaft vollständig übernehmen.

Segregation: Schwerpunkt dieser Orientierung ist, dass Zuwanderer zwar ihre eigene Kultur beibehalten können, diese sich aber in keiner Weise mit der Kultur der Aufnahmegesellschaft vermischt. Es wird keinerlei interkultureller Kontakt gewünscht. Dieses Ziel soll durch eine Ghettoisierung der Zuwanderer erreicht werden.

Exklusion: Mitglieder aus der Aufnahmegesellschaft, die diese Akkulturationsorientierung vertreten, lehnen es ab, dass Zuwanderer Teile ihrer Herkunftskultur, -werte oder -bräuche beibehalten akzeptieren allerdings auch nicht, dass Zuwanderer Teile der Mehrheitskultur adaptieren. Sie glauben nicht daran, dass Zuwanderer jemals kulturell oder sozial rechtmäßige TeilnehmerInnen der Aufnahmegesellschaft werden können.

Im Laufe weiterer Forschungen hat Bourhis und Montreuil eine weitere Akkulturationsorientierung eingeführt. Die der Integration-Transformation. Sie besagt, dass Personen aus der Aufnahmegesellschaft nicht nur die Zuwanderer Kultur zu akzeptieren und diese darin zu unterstützen, die Aufnahmekultur zu integrieren, sondern auch bereit sind Teile der Aufnahmekultur in Richtung der Zuwanderungskultur zu verändern um

eine bessere Integration dieser zu ermöglichen (Bourhis & Montreuil, 2004, 2016). Um die Komplexität und Länge des Messinstruments für die Probanden nicht noch weiter zu erhöhen wird im weiteren Verlauf der Untersuchung auf die Akkulturationsorientierung der Integration-Transformation verzichtet.

3.3 Korrelation von Akkulturationsorientierungen

Wesentlicher Bestandteil des Interactive Acculturation Models ist die Interaktion zwischen den Akkulturationsorientierungen der Aufnahmegesellschaft und den Akkulturationsorientierungen der Zuwanderer. Die dabei aufeinandertreffenden Orientierungen und die daraus resultierenden Konstellationen können zu verschiedenen Passungen führen, welche Bourhis und seine Kollegen als konsensual, problematisch oder konfliktär beschreiben (Bourhis, Moise, Perreault, & Senecal, 1997). Letztere können den Akkulturationsprozess negativ beeinflussen, indem sie zu Intergruppenkonflikten mit Personen aus der Aufnahmegesellschaft oder bei Zuwanderern zu Akkulturationsstress führen. Verfolgen beispielsweise Personen aus der Aufnahmegesellschaft die Orientierungen Segregation oder Exklusion ist es egal welche Akkulturationsorientierungen Zuwanderer verfolgen: Es kommt immer zu einer konfliktären Übereinstimmung.

Tabelle 3. Akkulturationsorientierungen aus Aufnahme- und Zuwanderungsgesellschaft nach (Bourhis, Moise, Perreault, & Senecal, 1997)

Akkulturationsorientierung der Aufnahmegesellschaft	Akkulturationsorientierung von Zuwanderern				
	Integration	Assimilation	Separation	Exklusion (Anomie)	Individualismus
Integration	konsensual	problematisch	konfliktär	problematisch	problematisch
Assimilation	problematisch	konsensual	konfliktär	problematisch	problematisch
Segregation (Separation)	konfliktär	konfliktär	konfliktär	konfliktär	konfliktär
Exklusion	konfliktär	konfliktär	konfliktär	konfliktär	konfliktär
Individualismus	problematisch	problematisch	problematisch	problematisch	konsensual

3.4 Concordance Model of Acculturation (CMA)

Genau an diesem Zusammenhang, dem Übereinstimmungsgrad der Akkulturationsorientierungen von Personen aus der Aufnahmegesellschaft und derer von Personen aus der Zuwanderungsgesellschaft, setzt das von Piontkowski, Rohmann und Florack entwickelte Concordance Model of Acculturation, kurz CMA, an. Einerseits spezifizie-

ren sie die „Level“ der Übereinstimmung genauer, indem sie sie um die Komponenten Kultur und Kontakt erweitern und andererseits integrierten sie das von Stephan und Stephan in der Integrated Threat Theory (ITT) postulierte Konstrukt der intergruppalen Bedrohung (Piontkowski, Florack, Hoelker, & Obdrzálek, 2000). Zur Überprüfung ihrer Annahmen verglichen sie die in verschiedenen Zuwanderergruppen am stärksten präsente Akkulturationsorientierung mit der jeweiligen Orientierung von Personen aus der Aufnahmegesellschaft. Es zeigte sich, dass Personen mit einer konsensualen Übereinstimmung am wenigsten Bedrohung ausgehend von der Zuwanderergruppe empfanden. Umgekehrt zeigte sich bei der Analyse der Daten, dass die Bedrohung umso stärker wahrgenommen wird, wenn es zu einer konfliktären Übereinstimmung kommt.

In einer weiteren Studie konnten diese Ergebnisse bestätigt werden und gezeigt werden, dass die Übereinstimmung zwischen der eigenen Akkulturationsorientierung und der bei Zuwandern vermuteten Akkulturationsorientierung und das daraus resultierende konsensuale, problematische oder konfliktäre Level einen Einfluss auf die von der Zuwanderergruppe wahrgenommene Bedrohung bzw. das Gefühl einer Bereicherung durch diese beeinflusst wird (Piontkowski, Rohmann, & Florack, 2002). Dass die Akkulturationsorientierungen in einem engen Zusammenhang mit dem Wahrnehmen von Bedrohung stehen, konnten auch Montreuil und Bourhis 2001 in einer Studie mit 637 Einwohnern von Quebec feststellen. Sie fanden heraus, dass das Gefühl der Bedrohung der eigenen Identität durch die Anwesenheit von Zuwanderern der wichtigste Einflussfaktor für das Verfolgen einer assimiltorischen, segregatorischen oder exklusionistischen Akkulturationsorientierung ist. Da eine solche Bedrohung auch bei Zuwanderern, die die Muttersprache der Aufnahmegesellschaft gesprochen haben, auftrat, kann laut der Autoren ein Linguistic Threat ausgeschlossen werden. Einen Erklärungsversuch, den die Autoren nennen, basiert auf der Realistic Group Conflict Theory nach Sherif. Sie vermuten, dass es aufgrund der gleichen Sprache der Aufnahmegesellschaft und der Zuwanderern zu einer befürchteten Verknappung der Ressourcen im öffentlichen und privaten Raum kommen kann (Montreuil & Bourhis, 2001; Muzaffer Sherif, 1966; Zick, 2010). In der vorliegenden Studie soll an diesen Ergebnissen angeknüpft werden und unter anderem die Auswirkungen einer durch Wahlwerbeplakate dargestellten ökonomischen Bedrohung näher untersucht werden.

3.5 Die Host Community Acculturation Scale (HCAS)

Um die Ausprägung der jeweiligen Akkulturationsorientierung von Personen aus der Aufnahmegesellschaft messen zu können haben Bourhis und Montreuil im Jahr 2001 die Host Community Acculturation Scale, kurz HCAS, entwickelt (Bourhis & Montreuil, 2016; Montreuil & Bourhis, 2001). Ziel des Erhebungsinstrumentes ist es, messbar zu machen, in welchem Ausmaß Individuen aus der Aufnahmegesellschaft eine der Akkulturationsorientierungen Assimilation, Segregation, Integration, Exklusion und Individualismus (und später Integration-Transformation) in Bezug auf verschiedene Lebensbereiche (beispielsweise Kultur, Bräuche, Werte) verfolgen. Bei der Verwendung des Messinstrumentes gilt es bestimmte Merkmale zu beachten. Es zeigte sich, dass es von Bedeutung ist, wie die Gruppe von Zuwanderern ausgewählt und benannt wird, über die die Mitglieder aus der Aufnahmegesellschaft befragt werden. Vorangehende Studien haben gezeigt, dass es zu unterschiedlichen Messergebnissen kommt, je nachdem ob eine Immigrantengruppe als geschätzt („valued“) oder weniger geschätzt („devalued“) gilt. Dies zeigte sich beispielsweise in einer Studie in der frankophone Personen aus Québec eher eine integrationistische oder individualistische Akkulturationsorientierung gegenüber „wertgeschätzten“ Zuwanderern aus Frankreich einnahmen, als gegenüber „weniger wertgeschätzten“ Personen aus Haiti, die zwar genauso wie die Zuwanderer aus Frankreich französisch sprechen, allerdings einen anderen ethnokulturellen Hintergrund aufweisen (Montreuil & Bourhis, 2001). Diese Ergebnisse konnten in weiteren Studien überprüft und bestätigt werden (Barrette, Bourhis, Personnaz, & Personnaz, 2004; Bourhis & Montreuil, 2004).

Um eine mögliche Wertung einzelner Zuwanderergruppen durch die Mitglieder der Aufnahmegesellschaft auszuschließen, gibt es die Option den Begriff „Zuwanderer“ oder „Immigrant“ im Allgemeinen zu verwenden, ohne eine nähere Spezifikation der Gruppe vorzunehmen. Bourhis und Bougie konnten allerdings herausfinden, dass dieser Begriff eher zu einer negativen Konnotation bei den Probanden führt und einer Tendenz hin zu Antworten, die auf eine Zuordnung zu „weniger wertgeschätzten“ Zuwanderergruppen vermuten lässt (Bourhis & Bougie, 1998; Bourhis & Montreuil, 2016). Die Autoren der Studien vermuten, dass der allgemein gehaltene Begriff „Immigrant“ eher eine Zuordnung mit einer problematischen Zuwanderergruppe in Erinnerung ruft, als mit einer wertgeschätzten Zuwanderergruppe. Ein weiterer Nachteil der Verwendung

des allgemein gehaltenen Begriffs ist die Unklarheit darüber, mit welchen Zuwanderern die einzelnen Probanden den Begriff in Verbindung gebracht haben.

Auch die Auswahl der Lebensbereiche, welche untersucht werden sollen, hat einen Einfluss auf die Ausprägung der jeweiligen Orientierungen. Zu unterscheiden sind dabei sowohl private Lebensbereiche wie Kultur, Werte und Bräuche, als auch öffentliche Lebensbereiche wie Wohnen, Heirat oder Anstellung. In vorangehenden Studien konnte festgesellt werden, dass es zu unterschiedlichen Ausprägungen bei den Akkulturationsorientierungen kam, je nach privaten oder öffentlichen Lebensbereichen (Bourhis, Moise, Perreault, & Senécal, 1997). Die Autoren der Skala empfehlen die Auswahl von mindestens drei zusammenhängenden Lebensbereichen, entweder aus dem privaten oder aus dem öffentlichen Leben. Da Personen aus der Aufnahmegesellschaft häufig aufgrund von Anti-Diskriminierungsgesetzen ein Bewusstsein gegenüber Benachteiligungen für Zuwanderer in den öffentlichen Lebensbereichen, wie zum Beispiel dem der Arbeit, haben und es somit zu einer sozialen Erwünschtheit bei der Beantwortung der Fragen kommen kann (Bourhis & Montreuil, 2016) wurden in der vorliegenden Arbeit die privaten Lebensbereiche Kultur, Werte und Bräuche herangezogen.

3.6 Vorhersage von Akkulturationsorientierungen

Bei der Untersuchung der Akkulturationsorientierungen lag der Fokus in der Vergangenheit vor allem bei der Untersuchung von Zuwanderern. Erst mit dem von Bourhis vorgestellten Interactive Acculturation Model (IAM) und der Entwicklung der Host Acculturation Scale (HCAS) kamen vermehrt Forschungen auf, die die Aufnahmegesellschaft in den Fokus rückten. Dabei werden zum Teil die Akkulturationsorientierungen sowohl von Personen aus der Aufnahmegesellschaft gemessen, also auch von Personen aus der Zuwanderungsgesellschaft. Werden diese Daten nun im Zuge des IAMs oder des CAMs (siehe Kapitel 3.4) ausgewertet ergeben sich daraus verschiedene Übereinstimmungs-Level (Bourhis, Barrette, El-Geledi, & Schmidt, 2009; Bourhis, Moise, Perreault, & Senecal, 1997; Piontkowski u. a., 2002). Stellen diese Level zwar die objektiv gemessene Realität der jeweiligen Gruppen dar, bedeutet dies nicht zwingend, dass dies auch die subjektive Realität für einzelne Personen aus der jeweiligen Gruppe widerspiegelt. Auch wenn beispielsweise Personen aus der Zuwanderungsgesellschaft eine integrationistische Akkulturationsorientierung präferieren und dies auch bei den Personen aus der Aufnahmegesellschaft der Fall ist, kann es sein, dass beispielsweise die Personen aus der Aufnahmegesellschaft bei Personen aus der Zuwande-

rungsgesellschaft eine separatistische Akkulturationsorientierung vermuten. In diesem Fall wäre das bei der Person vorherrschende Übereinstimmungslevel der Orientierungen ein „misfit“ bzw. konfliktual, da ihre „falsche“ Vermutung mehr Einfluss auf das Level der Übereinstimmung hat, als die „richtige“ und tatsächliche, allerdings unbekannte, Akkulturationsorientierung der Zuwanderer (Bourhis, Moise, Perreault, & Senecal, 1997; Piontkowski u. a., 2002; Zagefka & Brown, 2002). Dies unterstreicht die Bedeutung der Untersuchung, welche Akkulturationsorientierungen die Gruppen bei der jeweils anderen Gruppe vermuten, da nicht nur die tatsächliche Akkulturationsorientierung von Bedeutung ist, sondern die bei der anderen Gruppe vermutete, unter Umständen einen stärkeren Einfluss hat. Dieser Sachverhalt wird um so gravierender, wenn man bisherige Forschungsergebnisse berücksichtigt, in denen offensichtlich wird, dass die Übereinstimmung zwischen bei anderen Menschen vermuteter und tatsächlicher Akkulturationsorientierung häufig nicht passt. In einer Studie von Van Oudenhoven et al. zeigte sich, dass der Großteil der befragten Zuwanderern die Akkulturationsorientierung der Integration präferierten, während Personen aus der Aufnahmegesellschaft vermuteten dass eben diese Zuwanderer mehrheitlich eine separatistische Akkulturationsorientierung verfolgen (Oudenhoven, Prins, & Buunk, 1998).

3.7 Begriffliche Trennungsunschärfe

Andreas Zick kritisiert zu Recht, dass es in der bisherigen Forschung zu einer Trennungsunschärfe und einem Vermischen der verschiedenen Konstrukte kommt und es aus diesem Grund notwendig ist, den Begriff der Akkulturationsorientierung genauer ab- und einzugrenzen. Seiner Meinung nach ist eine genauere Definition der einzelnen Konstrukte insbesondere deswegen wichtig, da die zugrunde liegenden Einstellungen, Orientierungen, Strategien und Verhalten nicht unbedingt miteinander übereinstimmen müssen. Der Versuch, eine begriffliche Abgrenzung zwischen den einzelnen Konstrukten zu schaffen basiert auf der Operationalisierung des jeweiligen Konzepts:

- Akkulturationsorientierung: implizite, automatisierte Grundhaltung
- Akkulturationseinstellung: explizite, bewusste Forderung an andere welche Art und Weise der Akkulturation als angemessen gesehen bzw. gewünscht wird
- Akkulturationsstrategie: geplante, zielgerichtete Verhaltensintension
- Akkulturationsverhalten: das tatsächliche akkultorative Verhalten

Ausgehend von dieser begrifflichen und konzeptuellen Abgrenzung versucht Zick den Begriff der Akkulturationsorientierung wie folgt zu definieren:

„Akkulturationsorientierungen manifestieren sich als implizite gruppenbezogene Grundhaltungen, die sich in generalisierten oder expliziten Einstellungen eines Individuums manifestieren. Sie sind Präferenzen für grundsätzliche Strategien der Aneignung kultureller Umwelten, die durch Interaktionen mit anderen Gruppen und deren Mitglieder definiert sind.“ (Zick, 2010)

Folgt man dieser Begriffsdefinition sind die in der vorliegenden Studie bei der Aufnahmegesellschaft abgefragten Akkulturationsorientierungen eher als Akkulturations-einstellungen, also explizite Wünsche oder Forderungen an Zuwanderer, zu verstehen und die bei Zuwanderern vermuteten Akkulturationsorientierungen als tatsächliche Orientierungen zu sehen. Aufgrund der Verwendung der Host Community Acculturation Scale von Bourhis wird trotz der berechtigten und zu unterstützenden Trennung und genaueren Abgrenzung der einzelnen Konzepte in der vorliegenden Studie auch für die in der Aufnahmegesellschaft untersuchten Konzepte der Begriff der Akkulturationsorientierung verwendet. Wünschenswert wäre eine Integration der von Zick geäußerten Kritik in die Erhebungsinstrumente von Bourhis und Kollegen um in zukünftigen Untersuchungen klarer zwischen den einzelnen Konzepten und den zugrundeliegenden Vorgängen unterscheiden zu können.

4. Angst und Ängstlichkeit

Unter Angst wird zumeist „eine Stimmung oder ein Gefühl der Beengtheit, Beklemmung oder Bedrohung, einen unangenehmen, spannungsreichen, oft quälenden Zustand“ verstanden (Hogen, 2001). Dadurch dass es sich um eine Emotion handelt ist es ein aktueller und kurzfristiger Zustand, der als unangenehm empfunden wird (E. Becker, 2011; Meyer & Horstmann, 2006). Im Unterschied zur Furcht, welche sich auf reale oder vermeintlich bedrohliche Objekte, Personen oder Ereignisse bezieht ist Kierkegaard der Meinung, dass Angst „ungerichtet, objektlos und frei flottierend ist“ (Morschitzky, 2009). Handelt es sich bei diesen beiden Konstrukten, wie schon beschrieben, um kurzfristige Zustände, so ist die Ängstlichkeit ein dauerhaftes Persönlichkeitsmerkmal. Diese kann entweder angeboren oder durch Sozialisation erworben werden. Pawlik nennt beispielsweise die Faktoren harte Bestrafung, autoritärer elterlicher

Erziehungsstil, elterliche Inkonsequenz als ausschlaggebende Faktoren für Personen, die sich selbst als ängstlich einschätzen bzw. in Tests mit einer erhöhten Ängstlichkeit abschneiden (Schölmerich & Hülser, 2006).

4.1 Das State-Trait-Modell der Angst

Das von Spielberger 1972 konzipierte State-Trait-Modell versteht Angst als zweidimensional. Zu unterscheiden sind die beiden Dimensionen Zustands-Angst (State) und Eigenschafts-Angst (Trait). Er definiert diese wie folgt:

„State-Angst ist ein emotionaler Zustand, welcher durch Anspannung, Besorgtheit, Nervosität, innere Unruhe und Furcht vor zukünftigen Ereignissen gekennzeichnet ist. Physiologisches Korrelat ist eine erhöhte Aktivität des autonomen Nervensystems.“ (Becker, 2011; Spielberger, 1972a)

„Trait-Angst ist eine erworbene, zeitstabile Verhaltensdisposition, welche bei einem Individuum zu Erlebens- und Verhaltensweisen führt, eine Vielzahl von objektiv wenig gefährlichen Situationen als Bedrohung wahrzunehmen.“ (Becker, 2011; Spielberger, 1972a)

In Bezug auf die Trait-Angst postuliert Spielberger, dass Personen mit einer höheren Ängstlichkeit gleichzeitig auch öfter, intensiver und länger anhaltende State-Angst haben, als Personen mit einer niedrigen Ängstlichkeit (Spielberger, 1985). Dieser Anstieg der State-Angst wird vor allem dann wahrgenommen, wenn es bei höherängstlichen Menschen zu einer Situation mit einer wahrgenommenen Bedrohung des Selbstwerts kommt (Becker, 2011; Spielberger, 1972a).

Obgleich es in der Vergangenheit vermehrt Kritik am State-Trait-Modell gegeben hat und die Forschungsbemühungen immens sind, gibt es noch kein anderes Angst-Modell, welches dieses bisher ablösen konnte (Becker, 2011).

4.2 State-Trait-Anxiety-Inventory (STAI)

Um die jeweiligen Dimensionen messbar zu machen hat Spielberger 1981 das State-Trait-Anxiety-Inventory (STAI) entwickelt. Die beiden Konstrukte Angst als Zustand und Angst als Eigenschaft sollen damit messbar gemacht werden (Spielberger, 1972a). Seit 1981 existiert, zu dem im Original englischsprachigen Inventory, eine

deutsche Version von Laux und Kollegen, das deutschsprachige State-Trait Angst Inventar. Sowohl in der Ursprungsversion, als auch in der deutschen Übersetzung beinhalten die beiden Skalen des Inventars zur Messung der Zustands-Angst und der Eigenschafts-Angst jeweils 20 Items, die auf einer 4-stufigen Antwortskala beantwortet werden sollen. In der Langversion werden bei der State-Angst zehn positive und zehn negative Fragen abgefragt und bei der Zustands-Angst 13 positive und sieben negative. Aus den daraus resultierenden Ergebnissen kann eine Score von 20 bis 80 Ausprägungspunkten erreicht werden (Laux, Glanzmann, Schaffner, & Spielberger, 1981).

Tabelle 4. STAI-Y1 zur Erhebung der State-Angst nach Spielberger (1983)

S-Nr.	Statement	Not at all	Some-what	Moderately so	Very much so
1.	I feel calm	1	2	3	4
2.	I feel secure	1	2	3	4
3.	I am tense	1	2	3	4
4.	I feel strained	1	2	3	4
5.	I feel at ease	1	2	3	4
6.	I feel upset	1	2	3	4
7.	I am presently worrying over possible misfortunes	1	2	3	4
8.	I feel satisfied	1	2	3	4
9.	I feel frightened	1	2	3	4
10.	I feel comfortable	1	2	3	4
11.	I feel self-confident	1	2	3	4
12.	I feel nervous	1	2	3	4
13.	I am jittery	1	2	3	4
14.	I feel indecisive	1	2	3	4
15.	I am relaxed	1	2	3	4
16.	I feel content	1	2	3	4
17.	I am worried	1	2	3	4
18.	I feel confused	1	2	3	4
19.	I feel steady	1	2	3	4
20.	I feel pleasant	1	2	3	4

Tabelle 5. STAI-Y2 zur Erhebung der Trait-Angst nach Spielberger (1983)

S-Nr.	Statement	Not at all	Some-what	Moderately so	Very much so
1.	I feel pleasant	1	2	3	4
2.	I feel nervous and restless	1	2	3	4
3.	I feel satisfied with myself	1	2	3	4
4.	I wish I could be as happy as others seem to be	1	2	3	4
5.	I feel like a failure	1	2	3	4
6.	I feel rested	1	2	3	4
7.	I am "calm, cool, and collected"	1	2	3	4
8.	I feel that difficulties are piling up so that I cannot overcome them	1	2	3	4
9.	I worry too much over something that really doesn't matter	1	2	3	4
10.	I am happy	1	2	3	4
11.	I have disturbing thoughts	1	2	3	4
12.	I lack self-confidence	1	2	3	4
13.	I feel secure	1	2	3	4
14.	I make decisions easily	1	2	3	4
15.	I feel inadequate	1	2	3	4
16.	I am content	1	2	3	4
17.	Some unimportant thought runs through my mind and bothers me	1	2	3	4
18.	I take disappointments so keenly that I can't put them out of my mind	1	2	3	4
19.	I am a steady person	1	2	3	4
20.	I get in a state of tension or turmoil as I think over my recent concerns and interests	1	2	3	4

4.3 Deutsche Kurz-Version des STAI

Seit der ursprünglichen Entwicklung des STAI im Jahr 1972 wurde das Inventar aus verschiedenen Gründen und von verschiedenen ForscherInnen immer wieder überarbeitet, übersetzt und verändert. Beispielsweise wurde eine spezielles STAI für Kinder entwickelt und Übersetzungen ins Deutsche, Spanische oder Griechische angefertigt (Fountoulakis u. a., 2003; Laux u. a., 1981; Charles D. Spielberger, Gonzalez-Reigosa, Martinez-Urrutia, Natalicio, & Natalicio, 2017; Charles Donald Spielberger & Edwards, 1973). Eine weitere Variation des STAI stammt von Jürgen Grimm aus dem Jahr 2009 und basierend auf der deutschen Übersetzung von Laux und Kollege aus dem Jahr 1981. In dieser Version wird zusätzlich zu einer Lang-Version des Inventars mit den 20 Items pro Skala eine Kurversion vorgestellt mit jeweils nur zehn Items. Beantwortet werden die Items zur Erhebung der Zustands-Angst auf einer Skala von 1 („überhaupt nicht“) bis 8 („ganz und gar“) und die Items zur Erhebung der Ängstlichkeit (Trait-Angst) von

1 („fast nie“) bis 8 („fast immer“). Daraus ergibt sich bei der Kurzversion eine mögliche Gesamtscore von 10 bis 80. Für eine bessere Vergleichbarkeit mit anderen Tests schlägt Grimm die Umrechnung des Rohtestwerts in den prozentualen Zustimmungswert vor. In Bezug auf die jeweilige Kurzversion der Skala lautet die Umrechnung wie folgt berechnet:

$$\text{Zustimmungsprozent} = (\text{Rohtestwert} - 10) \cdot 100/70$$

In der Kurzversion für die Erhebung der „momentanen Angst“, also State-Angst, sind vier Statements positiv und sechs negativ formuliert. In der Kurzversion für die Erhebung der „allgemeinen Angsttendenz“, also der Trait-Angst, werden drei Statements positiv und sieben negativ formuliert (Grimm, 2009).

4.4 Angst und Medienrezeption

Bezüglich der Frage, wie sich Medieninhalte auf Rezipienten auswirken existiert eine lange Forschungstradition. Schon frühe Studien haben sich damit beschäftigt wie Medieninhalte, wie Bilder oder Fernsehsendungen auf den Betrachter wirken. Bereits im Jahr 1933 konnte Blumer wissenschaftlich bestätigen, dass Kinder durch die Rezeption von Bildern verängstigt und erschrocken sind (Wirth, 2005). Gerade durch das Aufkommen von Hörfunksendungen und dem Fernseher wurde sowohl die Wirkungsforschung als auch die Rezeptionsforschung eines der bedeutendsten Themenfelder der Kommunikationswissenschaft bzw. Psychologie. In der vorliegenden Arbeit wird versucht sowohl Teile der Rezeptionsforschung als auch Teile der Wirkungsforschung zu integrieren. Einerseits sollen die Auswirkungen von bedrohlichen Wahlwerbeplakaten auf die Rezipienten untersucht werden und andererseits soll der Einflussfaktor der Ängstlichkeit im Laufe dieses Prozesses näher untersucht werden. Dass es durch bedrohliche Wahlwerbeplakate zu einem Einfluss auf die Rezipienten kommt, konnte in vorangehenden Studien bereits herausgefunden werden (Arendt u. a., 2013; Matthes & Marquart, 2013; Schemer, Wirth, & Matthes, 2010), in wie fern aber die jeweilige Ängstlichkeit der Rezipienten diesen Effekt beeinflusst, wurde bisweilen noch nicht genauer untersucht.

5. Untersuchungsziel

5.1 Forschungsfragen

Schwerpunkt der vorliegenden Arbeit ist der Einfluss von Wahlwerbeplakaten, die eine von Ausländern ausgehende Bedrohung darstellen. Es soll untersucht werden ob es durch die Rezeption der Wahlwerbeplakate einen Effekt auf die Einstellungen gegenüber Fremden kommt und es zu einem Einfluss auf die Akkulturationsorientierung der Betrachter kommt. Unterschieden wird dabei zwischen Personen mit einer niedrigeren Ängstlichkeit und Personen mit einer höheren Ängstlichkeit. Ein weiterer Schwerpunkt liegt in der Untersuchung, ob die Wahlwerbeplakate auch einen Einfluss auf die von Personen aus der Aufnahmegesellschaft bei Zuwandern vermuteten Akkulturationsorientierungen haben. Vor dem Hintergrund der bisherigen Forschungsergebnisse werden die folgenden Forschungsfragen abgeleitet:

Forschungsleitende Frage 1:

Welche Auswirkungen hat rechtspopulistische Wahlwerbung, die eine von Ausländern ausgehende Bedrohung darstellt, auf Personen mit einer höheren Ängstlichkeit?

Forschungsleitende Frage 2:

Welche Auswirkungen hat die Rezeption der Wahlwerbeplakate auf die Akkulturationsorientierung von Personen aus der Aufnahmegesellschaft?

Forschungsleitende Frage 3:

Welche Auswirkungen hat die Rezeption der Wahlwerbeplakate auf die von Personen aus der Aufnahmegesellschaft bei Zuwanderern vermuteten Akkulturationsorientierungen?

5.2 Hypothesen

Aus den weiter oben angeführten Forschungsergebnissen und den in weiterer Folge entwickelten Forschungsfragen werden die folgenden Hypothesen abgeleitet. Diese sollen anschließend durch die empirische Untersuchung überprüft werden.

Effekt auf die State-Angst

Rechtspopulistische Wahlwerbeplakate beinhalten häufig eine negative Darstellung von Menschen mit Migrationshintergrund. Durch die postulierte Gefahr der Zuwanderung sollen sowohl ökonomische als auch symbolische Bedrohungsszenarien für die Aufnahmegesellschaft vermittelt werden. Bereits in früheren Studien konnte herausgefunden werden, dass diese Art der bedrohlichen Wahlwerbung einen Einfluss auf die Rezipienten und deren Einstellungen, Stereotypen und Wahrnehmungen gegenüber Ausländern haben (Matthes & Marquart, 2013; Schemer u. a., 2010). In wie fern Bedrohungen unterschiedlich wahrgenommen werden konnte Spielberger bereits 1972 untersuchen. Er fand heraus, dass es einerseits Personen gibt, die eine hohe Ängstlichkeit (Trait-Angst) und andererseits Personen mit einer niedrigeren Ängstlichkeit gibt. Es handelt sich dabei um dauerhaftes, stabiles Persönlichkeitsmerkmal, welches entweder angeboren oder durch Sozialisation erworben wurde. Personen mit einer hohen Trait-Angst nehmen Bedrohungen und Stress sowohl intensiver, als auch häufiger wahr (Meyer & Horstmann, 2006; Spielberger, 1972a). Diese intensivere Wahrnehmung führt im Falle einer Bedrohung zu einem zusätzlichen Anstieg der State-Angst. Hierbei handelt es sich um einen kurzweiligen emotionalen Zustand, welcher durch Anspannung, Besorgtheit, Nervosität, innere Unruhe und Furcht vor zukünftigen Ereignissen gekennzeichnet ist (E. Becker, 2011). Durch diese Erkenntnisse lässt sich folgende Hypothese ableiten:

H1: Die Rezeption von Wahlwerbeplakaten, die eine von Ausländern ausgehende symbolische (H1a) oder ökonomische (H1b) Bedrohung darstellen, führt bei Personen mit hoher Trait-Angst zu einem stärkeren Anstieg der State-Angst als bei Personen mit einer niedrigen Trait-Angst.

Effekt auf die expliziten Einstellungen

In früheren Studien konnte bereits festgestellt werden, dass die negative Darstellung und Berichterstattung von Ausländern einen Einfluss auf die Einstellungen und Urteile gegenüber dieser Personengruppe haben. Auch Matthes und Marquart konnten herausfinden, dass emotionalisierende Wahlwerbeplakate einen Einfluss auf die expliziten Einstellungen gegenüber Ausländern haben (Arendt u. a., 2013; Matthes & Marquart, 2013; Schemer, 2010). Im Hinblick auf die Forschungsergebnisse von Spielberger, welcher herausfand, dass Personen mit einer höheren Trait-Angst Bedrohungen intensiver und bedrohlicher wahrnehmen als Personen mit einer niedrigeren Trait-Angst (Spielberger et. al, 1972b) kann die folgende Hypothese abgeleitet werden:

H2: Die Rezeption von Wahlwerbeplakaten, die eine von Ausländern ausgehende symbolische (H2a) oder ökonomische (H2b) Bedrohung darstellen, löst bei Personen mit hoher Trait-Angst negativere explizite Einstellungen gegenüber Zuwanderern aus, als bei Personen mit einer niedrigeren Trait-Angst.

Effekt auf die Akkulturationsorientierung

Walter G. Stephan konnten im Zuge der Untersuchungen zur Integrated Threat Theory (ITT) herausfinden, dass das Wahrnehmen von Bedrohungen einen starken Einfluss auf die Wahrnehmung einer Außen-Gruppe hat. Ihnen zufolge kann dadurch ein Effekt auf die Stärke der Identifikation mit der In-Group, den allgemeinen Umgang mit der Out-Group und das Wissen über diese festgestellt werden (Stephan, Diaz-Loving, & Duran, 2000; Stephan u. a., 1999). Kommt es nun zu einer dargestellten Bedrohung wird diese von Personen mit einer höheren Trait-Angst laut Spielberger intensiver wahrgenommen als von Personen mit einer niedrigeren Trait-Angst. Infolgedessen sollten die Effekte, die Stephan et al. herausfinden konnten, bei dieser Personengruppe stärker ausgeprägt sein, als bei Personen mit einer niedrigeren Trait-Angst: höhere Identifikation mit der In-Group, negativere Stereotypen und negativere Einstellungen gegenüber der Out-Group. Dass wahrgenommene Bedrohungen einen Einfluss auf bzw. eine Ursache für das Präferieren einer bestimmten Akkulturationsorientierung sein können, konnte bereits durch Montreuil und Bourhis festgestellt werden. Sie fanden heraus, dass der wichtigste Einflussfaktor für Personen, die eine assimilatorische, segregationistische und exklusionistische Orientierung verfolgen, die wahrgenommene Bedrohung der eigenen Identität durch die Anwesenheit von Zuwanderern ist (Montreuil &

Bourhis, 2001). Zur Messung der Akkulturationsorientierung von Personen aus der Aufnahmegesellschaft haben Montreuil und Bourhis die Host Community Acculturation Scale (HCAS) entwickelt (Bourhis & Montreuil, 2016). Die relevanten Dimensionen sind: „Ich akzeptiere die kulturelle Identität der Minderheit bzw. Zuwanderer“ und „Ich toleriere die Übernahme der Identität der Aufnahmegesellschaft durch die Minderheit“ (In Anlehnung an Bourhis & Montreuil, 2016). Ausgehend von diesen Dimensionen setzen sich die Orientierungen Integration, Assimilation, Segregation, Exklusion und Individualisierung zusammen. Aufgrund der dargestellten Bedrohungen und der intensiveren Wahrnehmung von Personen, die eine höhere Trait-Angst aufweisen, kann somit folgende Hypothese abgeleitet werden:

H3: Die Rezeption von Wahlwerbeplakaten, die eine von Ausländern ausgehende symbolische Bedrohung (**H3a**) oder ökonomische Bedrohung (**H3b**) darstellen, führt bei Personen mit einer höheren Trait-Angst zu einem stärkeren Präferieren einer assimilatorischen Akkulturationsorientierung (**H3ab1**) bzw. einer segregationistischen Akkulturationsorientierung (**H3ab2**) bzw. einer exklusionistischen Akkulturationsorientierung (**H3ab3**), als bei Personen mit einer niedrigeren Trait-Angst.

Vorhersage/Prognose

Bisherige Studien sind zu dem Ergebnis gekommen, dass die Vorhersagen der Aufnahmegesellschaft bezüglich der Akkulturationsorientierungen von Immigranten häufig nicht mit den tatsächlichen präferierten Orientierungen, der Immigranten übereinstimmen. Zwar kommen nahezu alle Studien zu dem Ergebnis, dass sowohl in der Zuwanderungs- als auch in der Aufnahmegesellschaft die Orientierung der Integration am meisten Zustimmung findet, jedoch konnten beispielsweise Zagefka und Brown feststellen, dass die Aufnahmegesellschaft deutlich häufiger vermutet, dass sich Zuwanderer separieren möchten, als dies tatsächlich von den befragten Personen mit Migrationshintergrund angegeben wurde (Zagefka & Brown, 2002). Die Aufnahmegesellschaft vermutet fälschlicherweise, dass Zuwanderer das Beibehalten der eigenen Kultur als wichtiger erachten als der Kontakt mit der Aufnahmegesellschaft (Oudenhoven u. a., 1998; van Osch & Breugelmans, 2012). Diese Fehleinschätzung und die daraus wahrgenommene und resultierende Nicht-Übereinstimmung der Akkulturationsstrategien zwischen Aufnahme- und Zuwanderungsgesellschaft kann, genauso wie eine tatsächli-

che Nicht-Übereinstimmung einen starken Einfluss auf die Beziehung der beiden Gruppen haben und unter anderem zu Intergruppenkonflikten führen (Piontkowski u. a., 2000).

Bisher wurden noch keine genauen Untersuchungen angestellt, weshalb es innerhalb der Aufnahmegesellschaft zu dieser Fehleinschätzung kommt. Die von Stephan und Stephan im Zuge der ITT herausgefundenen Ergebnisse, lassen vermuten, dass eine wahrgenommene Bedrohung das Wissen über die Zuwanderungsgruppe beeinflusst (Stephan u. a., 2000). Umso höher bzw. intensiver diese Bedrohung nun wahrgenommen wird, umso stärker wird dieses Wissen beeinflusst und die Vermutungen über die Fremdgruppen verändern sich. Daher lässt sich die folgende Hypothese aufstellen:

H4: Personen mit einer höheren Trait-Angst vermuten nach der Rezeption von Wahlwerbeplakaten, die eine von Ausländern ausgehende symbolische Bedrohung (**H4a**) oder ökonomische Bedrohung (**H4b**) darstellen, häufiger, dass Zuwanderer einer Akkulturationsorientierung der Separation (**H4ab1**) bzw. Marginalisierung (**H4ab2**) bzw. Individualisierung (**H4ab3**) nachgehen, als dies von Personen mit einer niedrigeren Trait-Angst vermutet wird.

6. Methode

6.1 Forschungsdesign und Stichprobe

Zur Untersuchung der aufgestellten Hypothesen und der Beantwortung der Forschungsfragen wurde eine experimentelle Studie durchgeführt. In dieser wurden die gezeigten Werbeplakate variiert wodurch drei verschiedene Gruppen gebildet werden konnten:

1. Gruppe, welche rechtspopulistische Wahlwerbung mit einer von Ausländern ausgehenden symbolischen Bedrohung rezipierte.
2. Gruppe, welche rechtspopulistische Wahlwerbung mit einer von Ausländern ausgehenden ökonomischen Bedrohung rezipierte.
3. Kontrollgruppe, welche ausschließlich neutrale Werbung von österreichischen Handy Providern und Haushaltwarenherstellern rezipierte.

Nach dem Abfragen der demographischen Daten wurde das Persönlichkeitsmerkmal Ängstlichkeit (Trait-Angst) der TeilnehmerInnen erhoben. Aus diesen Ergebnissen wurden zwei Gruppen, die der Personen mit niedriger Trait-Angst und die der Personen mit höherer Trait-Angst gebildet. Daraus resultiert für das vorliegende Forschungsdesign ein 2x3 Design.

Um eine möglichst breite Streuung in Bezug auf Alter, höchste Bildungsabschlüsse und politische Gesinnung innerhalb der Stichprobe zu erhalten wurde ein Markt- und Meinungsforschungsinstitut beauftragt. Die Ergebnisse wurden anhand eines experimentellen Online-Fragebogens erhoben. Personen, die den Fragebogen in unter drei Minuten absolvierten, wurden aus dem Datensatz entfernt, womit nach dieser Bereinigung insgesamt 91 Personen zwischen 18 und 64 Jahren ($M = 43.47$, $SD = 13.96$) zur Auswertung herangezogen werden konnten. Die Verteilung zwischen weiblichen und männlichen TeilnehmerInnen belief sich auf 48,4% männlich und 51,6% weiblich. Das Bildungsniveau innerhalb der Stichprobe ist eher niedrig, so haben nur 14,3% der TeilnehmerInnen einen Universitäts- oder Fachhochschulabschluss ($n = 13$), wohingegen bei circa 63,7% der Personen eine Lehrlingsausbildung oder eine berufsbildende mittlere Schule die höchste Ausbildung darstellt ($n = 58$). Die politische Gesinnung der Gesamtstichprobe ist als relativ mittig anzusehen ($M = 4.12$, $SD = 1.32$,

Range 1-7) und die Einstellung gegenüber der rechtspopulistischen Partei FPÖ neutral ($M = 4.02$, $SD = 1.94$, Range 1-7).

6.2 Aufbau des Fragebogens

Der Fragebogen ist in acht Abschnitte unterteilt: Abfrage der soziodemographische Daten, Ermittlung der Trait-Angst, Darstellung des Stimulusmaterials, Ermittlung der State-Angst, Abfrage der expliziten Einstellungen gegenüber Ausländern, Abfrage der eigenen Akkulturationsorientierung, Abfrage der prognostizierten Akkulturationsorientierung, Abfrage des Kontakts zu Ausländern und zuletzt die Ermittlung der politischen Gesinnung der Probanden.

Es wurde von einer durchschnittlichen Bearbeitungsdauer von zehn Minuten ausgegangen, was durch die Ergebnisse bestätigt wurde ($M = 510.84$ (Sekunden), $SD = 166.12$ (Sekunden)). Am Ende des Fragebogens wurde anhand des Debriefings auf die Ziele der Studie hingewiesen und darauf aufmerksam gemacht, dass es sich bei den gezeigten Werbungen um fiktive Anzeigen handelte.

Nach dem Abfragen der soziodemographischen Daten Alter, Geschlecht und des höchsten Bildungsabschlusses zu Beginn des Fragebogens wurde anhand einer modifizierten Version des State-Trait-Anxiety Inventory (STAI) nach Spielberger die Ängstlichkeit der Probanden gemessen. Hierbei handelt es sich um die unabhängige Variable und den Moderator der Studie. Bei der folgenden Darstellung der jeweiligen Werbeanzeigen mussten die Probanden die Anzeigen auf einer sieben-stufigen Likert Skala nach den folgenden Kriterien bewerten: professionell – unprofessionell, glaubwürdig – unglaubwürdig, gut – schlecht. Im Anschluss wurden die State-Angst, explizite Einstellungen gegenüber Personen mit Migrationshintergrund und sowohl die eigene als auch die prognostizierte Akkulturationsorientierung ermittelt. Die Kovariate „politischen Gesinnung“ und „Denken über die FPÖ“ wurde im letzten Abschnitt des Fragebogens anhand einer siebenstufigen Likert-Skala (1 = „eher links“, 7 = „eher rechts“) erhoben.

Probanden aus der Gruppe, die Wahlwerbeplakate mit einer symbolischen oder ökonomischen Bedrohung rezipiert haben, bekamen am Schluss des Fragebogens eine Frage zu den wahrgenommenen Inhalten der Wahlwerbeplakate. Diese Fragen dienen dazu, zu überprüfen, ob die TeilnehmerInnen die Bedrohungen bzw. Inhalte der Wahlwerbeplakate verstanden und richtig erfasst haben. Bei Personen mit einer dargestellten symbolischen Bedrohung lautete die Frage „In den gezeigten Wahlwerbungen der FPÖ ging es INHALTLICH darum, dass zu viele Ausländer die österreichischen Werte ge-

fährden.“ ($M = 2,77$, $SD = 2,073$, Range 1 = „trifft voll und ganz zu“ bis 7 = „trifft überhaupt nicht zu“). Bei Personen mit einer dargestellten ökonomischen Bedrohung lautete die Frage: „In den gezeigten Wahlwerbungen der FPÖ ging es INHALTLICH darum, dass das Sozialsystem unter der Last von zu vielen Migranten zusammenbricht.“ ($M = 3,30$, $SD = 2,066$, Range 1 = „trifft voll und ganz zu“ bis 7 = „trifft überhaupt nicht zu“).

6.3 Stimulusmaterial

Allen TeilnehmerInnen wurden insgesamt sechs Werbeplakate präsentiert, die jeweils auf einer sieben-stufigen Likert Skala mit „professionell – unprofessionell“, „glaubwürdig – unglaubwürdig“ und „gut – schlecht“ bewertet werden sollten. Personen aus der Kontrollgruppe bekamen sechs verschiedene Werbeplakate von jeweils drei österreichischen Handy Providern und drei Haushaltswarenherstellern präsentiert. Diese Werbeplakate enthielten keinerlei Bezug zu politischen Themen, Parteien oder Personen.

Personen aus den Gruppen, die Wahlwerbeplakate mit einer dargestellten symbolischen oder ökonomischen Bedrohung präsentiert bekamen, wurden insgesamt sechs verschiedene für diese Studie entwickelte Wahlwerbeplakate von unterschiedlichen Parteien gezeigt. Drei der sechs Wahlwerbeplakate dienten als neutrale Filler und wurden zu Beginn und im Folgenden jeweils zwischen den Wahlwerbungen mit Bedrohungsszenarien gezeigt. Ein Plakat dieser Filler war von der ÖVP, eines von der SPÖ und eines von der Partei Die Grünen. Bei der Kreation dieser Plakate wurde auf ein neutrales Sujet geachtet mit keinerlei Bezug zu der Thematik Migration und Zuwanderung. Jede der beiden Gruppen beinhaltete zwischen den beiden Fillern die experimentelle Manipulation in Form von drei Plakaten mit einerseits einer dargestellten symbolischen Bedrohung durch Ausländer und andererseits einer dargestellten ökonomischen Bedrohung durch Ausländer. Um eine realistische Einschätzung zu erreichen wurden die Plakate im klassischen Stil einer FPÖ-Kampagne gestaltet. Dazu zählen vor allem die Farbgebung (blau, weiß, rot), der Aufbau und die Textgestaltung.

Das erste Plakat der Gruppe mit einer symbolischen Bedrohung beinhaltete eine Frontalaufnahme eines vollen Flüchtlingsbootes, welches gerade anlegt. Der Haupt-Slogan darüber lautet „UNSERE WERTE IN GEFAHR“, während der Subtext „Stoppt die Islamisierung Europas“ ist (Abb. 1). Das zweite Plakat dieser Gruppe zeigt eine Menschenmenge gläubiger Muslime auf einer deutschen Straße beim Freitagsgebet. Im

Hintergrund sind Schaulustige und ein Polizeiwagen zu erkennen. Der Haupt-Slogan lautet „UNSERE KULTUR IST IN GEFAHR“ und der Subtext „Fanatismus stoppen“ (Abb. 2). Das dritte Plakat, welche eine symbolische Bedrohung durch Ausländer darstellen soll, beinhaltet ein Foto einer Straße, auf der drei vollverschleierte Frauen zu sehen sind. Begleitet wird das Foto von dem Slogan „ÜBERFREMDUNG STOPPEN“ und dem Subtext „Meine Heimat bleibt österreichisch“ (Abb. 3).



Abbildung 1. Wahlwerbeplakate: Symbolische Bedrohung #1



Abbildung 2. Wahlwerbeplakat: Symbolische Bedrohung #2



Abbildung 3. Wahlwerbeplakate: Symbolische Bedrohung #3

Um eine ökonomische Bedrohung beim Betrachter zu erreichen, wurde auf dem ersten FPÖ-Wahlwerbeplakat dieser Gruppe ein Foto eines Bahnsteigs gezeigt, auf dem sich eine große Anzahl an Personen mit südländischem Aussehen befindet, die versuchen einen Zug zu besteigen, während eine Person im Vordergrund den Daumen nach oben zeigt. Der Slogan auf diesem Plakat lautet „UNSER GELD FÜR UNSERE LEUT“ gefolgt von der Aussage „Wirtschaftsflüchtlinge sofort abschieben“ (Abb. 4). Das zweite Plakat dieser Reihe zeigt eine Gruppe von Asylsuchenden vor einem Amtsgebäude in einer Schlange stehen. Der Haupt-Slogan lautet hier „DER SOZIALSTAAT KOLLABIERT“ und der Subtext enthält die Aussage „Kein Geld mehr für Wirtschaftsflüchtlinge“ (Abb. 5). Das letzte Wahlplakat mit einer ökonomischen Bedrohung zeigt eine Schlange mit circa 50-100 Personen südländischen Aussehens an einer österreichischen Straße. Auf der rechten Seite des Fotos ist sehr gut erkennbar, die Bildtafel des Verkehrszeichens „Allgemeine Geschwindigkeitsbeschränkung“ mit dem Text „Republik Österreich“ zu sehen. Der deutlich erkennbare Haupt-Slogan der Wahlwerbung lautet „GEKOMMEN UM ZU NEHMEN“ gefolgt von dem Satz „Geld für unsere Kinder anstatt für Asylanten“ (Abb. 6).



Abbildung 4. Wahlwerbeplakat: Ökonomische Bedrohung #1



Abbildung 5. Wahlwerbeplakat: Ökonomische Bedrohung #2



Abbildung 6. Wahlwerbeplakat: Ökonomische Bedrohung #3

6.4 Messung und Operationalisierung

Unabhängige Variable „Trait-Angst“

Zur Messung der Ängstlichkeit (Trait-Angst) der TeilnehmerInnen wurde auf eine Modifikation des State-Trait-Anxiety Inventory (STAI) nach Spielberger zurückgegriffen (Spielberger, 1972b). Es wurden 10 Items aus der Langversion der deutschen Übersetzung des STAI von Grimm (Grimm, 2009) ausgewählt und mit einer siebenstufigen Likert-Skala gemessen (1 = „fast nie“ – 7 „fast immer“). Aufgrund der benötigten Variation innerhalb der Stichprobe wurden die TeilnehmerInnen in „niedrige Ängstlichkeit“ (n=47) und „hohe Ängstlichkeit“ (n=44) visuell klassiert. Um eine inhaltliche Balance zu halten wurden sowohl positive als auch negative Formulierungen verwendet, welche bei der späteren Auswertung zum Teil rekodiert wurden. Aus den zehn abgefragten Items wurde ein Mittelwertindex gebildet ($M = 3.29$, $SD = 1.08$, $\alpha = .88$).

Messung: State-Angst

Genau wie zur Messung der Trait-Angst wurde bei der Messung der abhängigen Variable „State-Angst“ auf das State-Trait-Anxiety Inventory nach Spielberger zurückgegriffen. Auch in diesem Fall wurde eine Modifikation der deutschen Übersetzung von Grimm (Grimm, 2009) verwendet und neun Items aus der Langversion abgefragt. Zur Messung wurde auch hier eine siebenstufige Likert-Skala herangezogen (1 = „fast nie“ – 7 = „fast immer“). Wie auch bei der Trait-Angst wurden sowohl negative, als auch positive Formulierungen verwendet, um eine inhaltliche Balance zu garantieren. Der aus der Abfrage resultierende Rohtestwert wurde im Anschluss in die prozentuale Zustimmung umgerechnet um eine bessere Vergleichbarkeit mit anderen Tests zu ermöglichen.

Messung: Explizite Einstellungen gegenüber Ausländern

Um die abhängige Variable „expliziten Einstellungen gegenüber Ausländern“ zu messen wurde auf drei Statements zurückgegriffen. Bei diesen handelte es sich um folgende Aussagen:

1. „Zu viele Ausländer schaden Österreich.“
2. „Der Ausländeranteil in Österreich ist zu hoch.“
3. „Ich finde, die Einwanderung von Ausländern nach Österreich sollte stärker reguliert werden.“

Die Statements sollten jeweils auf einer siebenstufigen Likert Skala (1 = „stimme überhaupt nicht zu“ bis 7 = „stimme voll und ganz zu“) bewertet werden. Der aus diesen Items resultierende Index stellt die expliziten Einstellungen gegenüber Ausländern in Österreich dar (M = 5.43, SD = 1.60, $\alpha = .95$).

Messung: Eigene Akkulturationsorientierung

Um die Ausprägung der Akkulturationsorientierungen bei den TeilnehmerInnen zu messen, wurde die Host Community Acculturation Scale (HCAS) nach Bourhis und Montreuil (Bourhis & Montreuil, 2016) verwendet. Die englische Version des Fragebogens wurde ins Deutsche übersetzt und zur Verifizierung der Übersetzung von einer dritten Person zurück ins Englische übersetzt, um die sinngemäße Übereinstimmung der Statements zu garantieren. Im Fragebogen selbst wurde zu fünf der sechs von Bourhis und Montreuil genannten Akkulturationsorientierung jeweils drei Statements aus den Lebensbereichen Kultur, Brauchtum/Bräuche und Werte abgefragt und auf einer siebenstufigen Likert Skala (1 = „stimme überhaupt nicht zu“ und 7 = „stimme vollständig zu“) gemessen. Beispiele für Statements und ihre jeweilige Akkulturationsorientierung sind

- „Flüchtlinge sollten ihre Herkunftskultur ablegen und die österreichische vollständig übernehmen.“ (*Lebensbereich Kultur: Assimilation*)
- „Flüchtlinge sollten ihre ursprünglichen Werte beibehalten können allerdings gleichzeitig auch die österreichischen übernehmen.“ (*Lebensbereich Werte: Integration*)
- „Flüchtlinge können ihre Bräuche beibehalten solange sie diese nicht mit österreichischen Bräuchen vermischen.“ (*Lebensbereich Bräuche: Segregation*)
- „Ob Flüchtlinge ihre Kultur beibehalten oder die österreichische übernehmen macht keinen Unterschied, da jeder die Kultur ausleben soll, die er oder sie möchte.“ (*Lebensbereich Kultur: Individualisierung*)
- „Flüchtlinge sollten weder ihre Bräuche beibehalten noch die österreichischen übernehmen, denn so oder so steht fest, dass weniger Flüchtlinge in Österreich leben sollten.“ (*Lebensbereich Bräuche: Exklusion*)

Für jede Akkulturationsorientierung wurde während der Auswertung ein eigener Mittelwertindex aus den zugehörigen drei abgefragten Items gebildet. (Assimilation: $M = 3.71$, $SD = 1.46$, $\alpha = .79$; Segregation: $M = 3.60$, $SD = 1.54$, $\alpha = .78$; Exklusion: $M = 4.12$, $SD = 1.79$, $\alpha = .92$; Integration: $M = 4.40$, $SD = 1.43$, $\alpha = .70$; Individualisierung: $M = 3.58$, $SD = 1.54$, $\alpha = .80$). Für eine weitere Überprüfung der postulierten Hypothese wurde zusätzlich ein gemeinsamer Mittelwertindex aus allen abgefragten Items der Akkulturationsorientierung der Assimilation, Segregation und Exklusion gebildet ($M = 3.81$, $SD = 1.11$, $\alpha = .88$).

Messung: Prognostizierte Akkulturationsorientierung

Um die prognostizierte Akkulturationsorientierung, also die Orientierung, die Personen aus der Aufnahmegesellschaft bei Personen aus der Zuwanderungsgesellschaft vermuten, messen zu können wurde eine Modifikation der Immigrant Acculturation Scale, kurz IAS, verwendet. Die ursprüngliche Version dieser Skala wurde von John Berry et al. im Jahre 1990 entwickelt (Berry, 1990) und dient dazu die Akkulturationsorientierung von Personen aus der Zuwanderungsgesellschaft messbar machen zu können. Die in dieser Studie verwendeten Items wurden bereits erfolgreich bei nordafrikanischen Immigranten in Paris (Barrette u. a., 2004) und asiatischen und spanischen Amerikanern in Kalifornien (Bourhis u. a., 2009) getestet. Für die vorliegende Studie wurden die Statements insofern modifiziert, dass sie eine Möglichkeit darstellen, die von Personen aus der Herkunftsgesellschaft bei Menschen aus der Zuwanderungsgesellschaft vermuteten Akkulturationsorientierung messen zu können. Ähnlich wie bei der HCAS lassen sich fünf unterschiedliche Orientierungen identifizieren. Diese lauten Separation, Integration, Assimilierung, Marginalisierung und Individualisierung. Wie bereits bei der HCAS wurde auch diese Skala aus dem Englischen ins Deutsche übersetzt und anschließend von einer dritten Person zurück in die Ursprungssprache übersetzt um eine sinngemäße Übereinstimmung der Statements zu garantieren. Zu jeder Orientierung wurde jeweils ein Statement aus dem Bereich Kultur, Werte und Bräuche abgefragt. Beispiele für die im Fragebogen genannten Statements lauteten wie folgt:

- „Flüchtlinge wollen lieber ihre eigene kulturelle Herkunft beibehalten, als die österreichische Kultur zu übernehmen.“ (*Lebensbereich Kultur: Separation*)
- „Flüchtlinge wollen weder ihre eigenen Werte beibehalten, noch die der Österreicher übernehmen, da sie sich mit keinen von beiden wohl fühlen.“ (*Lebensbereich Werte: Marginalisierung*)
- „Flüchtlinge wollen sowohl ihre eigenen Bräuche beibehalten, als auch grundlegende österreichische Bräuche übernehmen.“ (*Lebensbereich Bräuche: Integration*)
- „Flüchtlinge sind gewillt ihre eigene Kultur aufzugeben und stattdessen die österreichische übernehmen.“ (*Lebensbereich Kultur: Assimilation*)
- „Flüchtlinge interessieren sich weder für die eigenen noch für die österreichischen Werte, da es ihnen vor allem um ihre persönlichen Bedürfnisse und Erwartungen geht.“ (*Lebensbereich Werte: Individualisierung*)

Wie auch bei der HCAS und der Messung der eigenen Akkulturationsorientierung wurde bei der Auswertung, der bei Ausländern prognostizierten Akkulturationsorientierung für jede Akkulturationsorientierung ein eigener Index anhand der zugehörigen Items gebildet (Separation: $M = 5.23$, $SD = 1.37$, $\alpha = .78$; Integration: $M = 3.42$, $SD = 1.19$, $\alpha = .71$; Marginalisierung: $M = 2.90$; $SD = 1.38$; $\alpha = .80$; Assimilation: $M = 2.39$, $SD = 1.16$, $\alpha = .77$; Individualisierung: $M = 4.00$, $SD = 1.67$, $\alpha = .87$).

Untersuchungsrelevante Kovariaten

Zu den untersuchungsrelevanten Kovariaten gehören das Alter, das Geschlecht, der höchste abgeschlossene Bildungsabschluss, die politische Gesinnung und das Denken über die FPÖ. Das Alter wurde anhand einer offenen Frage ermittelt und das Geschlecht mittels eines Forced-Choice-Items (1 = „weiblich“, 2 = „männlich“). Die politische Gesinnung wurde anhand des Statements „Wie würden Sie ihre politische Gesinnung einschätzen?“ (1 = „eher links“, 7 = „eher rechts“) abgefragt und die Einstellung gegenüber der FPÖ mit der Frage „Wie denken Sie über die FPÖ?“ (1 = „sehr negativ“, 7 = „sehr positiv“).

Tabelle 6. Reliabilitätsanalyse der Indizes

	Cronbachs α	Mittelwert	Anzahl Items
Trait-Angst	0,88	3,29	10
State-Angst	0,90	3,12	9
Explizite Einstellungen	0,95	5,43	3
Assimilation, Segregation, Exklusion	0,88	3,81	9
Assimilation (alleinstehend)	0,79	3,71	3
Segregation (alleinstehend)	0,78	3,60	3
Integration (alleinstehend)	0,70	4,40	3
Individualisierung (alleinstehend)	0,80	3,58	3
Exklusion (alleinstehend)	0,92	4,12	3
Prognose: Separation	0,78	5,23	3
Prognose: Integration	0,71	3,42	3
Prognose: Marginalisierung	0,80	2,90	3
Prognose: Assimilierung	0,77	2,39	3
Prognose: Individualisierung	0,87	4,00	3

6.5 Ablauf

Für die Erhebung der Daten wurde mit einem Markt- und Meinungsforschungsinstitut zusammengearbeitet. Die Rekrutierungszeit fand zwischen dem 9. Februar 2018 und dem 14. Februar 2018 statt und dauerte somit fünf Tage. Insgesamt nahmen 115 TeilnehmerInnen an der Umfrage teil, wobei sieben TeilnehmerInnen aufgrund einer zu kurzen Beantwortungszeit (unter drei Minuten) von der Auswertung ausgeschlossen wurden.

7. Ergebnisse

Einfluss der Wahlwerbepлакate auf die State-Angst

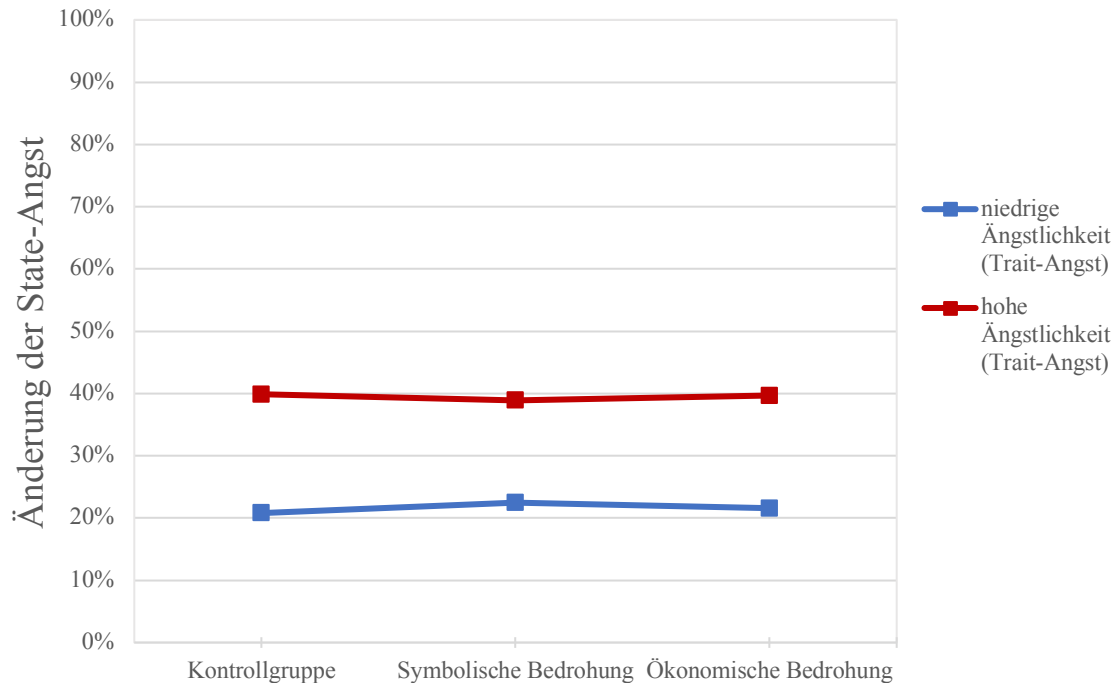


Abbildung 7. Kein signifikanter Haupteffekt der Gruppe; signifikanter Haupteffekt der Trait-Angst auf die State-Angst

In der ersten Hypothese wurde postuliert, dass bei Personen mit einer höheren Trait-Angst durch die Rezeption von Wahlwerbepлакaten, die eine von Ausländern ausgehende symbolische (H1a) oder ökonomische (H1b) Bedrohung darstellen, zu einem stärkeren Effekt auf die State-Angst kommt, als bei Personen mit einer niedrigeren Trait-Angst. Wie schon im Methodenteil beschrieben wurde die Variable „Trait-Angst“ aufgrund der benötigten Variation innerhalb der Stichprobe in „ängstliche“ (n=44) und „weniger ängstliche“ (n=47) Personen visuell klassiert. Der Rohwert aus der Befragung zur State-Angst wurde in die prozentuale Zustimmung umgerechnet (siehe Kapitel 6.4.1). Um die aufgestellte Hypothese zu überprüfen wurde eine zweifaktorielle Varianzanalyse gerechnet.

In Bezug auf die State-Angst fand sich kein signifikanter Haupteffekt der experimentellen Gruppe ($F = .11$, $p = n.s.$), allerdings ein signifikanter Effekt der Trait-Angst auf die State-Angst ($F = 31.93$, $p < .001$, $\eta^2 = 0.27$). Ein Interaktionseffekt konnte nicht festgestellt werden ($F = .07$, $p = n.s.$).

Die Befunde zeigen somit, dass Personen mit einer höheren Ängstlichkeit (Trait-Angst) gleichzeitig auch eine signifikant höhere State-Angst aufweisen, gegenüber Personen, die eine niedrigere Ängstlichkeit haben. Dieser Unterschied lässt sich allerdings nicht durch die Rezeption von Wahlwerbung mit einer dargestellten symbolischen Bedrohung durch Ausländer (H1a) oder Wahlwerbung mit einer dargestellten ökonomischen Bedrohung durch Ausländer (H1b) erklären. Folglich muss die Hypothese falsifiziert werden.

Einfluss der Wahlwerbepлакate auf die expliziten Einstellungen gegenüber Ausländern

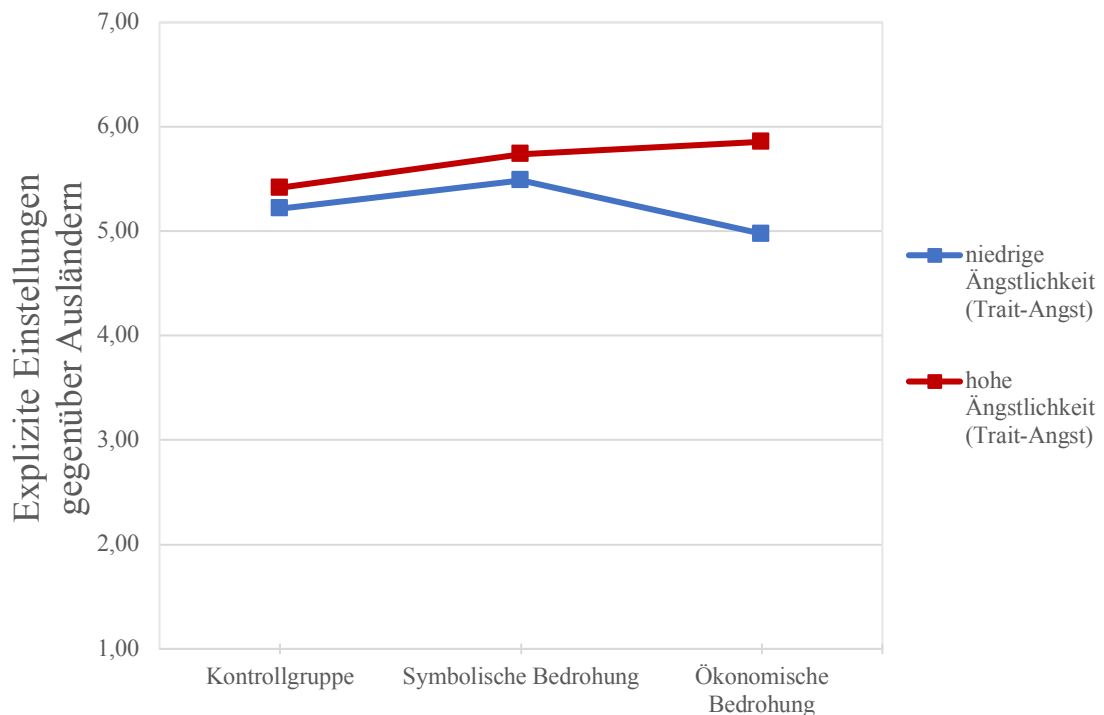


Abbildung 8. Keine signifikanten Effekte

In der zweiten Hypothese wurde postuliert, dass es bei Personen mit einer höheren Trait-Angst zu negativeren expliziten Einstellungen gegenüber Ausländern kommt, wenn diese Wahlwerbung mit einer von Ausländern ausgehenden symbolischen (H2a) oder ökonomischen Bedrohung (H2b) rezipieren als bei Personen mit einer niedrigeren Trait-Angst. Auch hier wurde zur Überprüfung der Hypothese eine zweifaktorielle Varianzanalyse gerechnet.

In Bezug auf die expliziten Einstellungen gegenüber Ausländern fand sich weder ein signifikanter Haupteffekt der experimentellen Gruppe ($F = 2.60$, $p = n.s.$), noch ein signifikanter Effekt der Trait-Angst ($F = 1.68$, $p = n.s.$). Auch ein signifikanter Interaktionseffekt konnte nicht festgesellt werden ($F = .40$, $p = n.s.$).

Die Befunde zeigen, dass es keinen Unterschied zwischen Personen mit einer niedrigen und Personen mit einer höheren Ängstlichkeit, in Bezug auf negative explizite Einstellungen gegenüber Personen mit Migrationshintergrund gibt. Auch die Rezeption von Wahlwerbung mit einer dargestellten symbolischen Bedrohung durch Ausländer (H2a) oder Wahlwerbung mit einer dargestellten ökonomischen Bedrohung durch Ausländer (H2b) führt zu keinem Effekt auf die expliziten Einstellungen. Folglich müssen die Hypothesen falsifiziert werden.

7.1 Effekt auf die eigene Akkulturationsorientierung

In dieser Hypothese wird postuliert, dass die Rezeption von Wahlwerbeplakaten, die eine von Ausländern ausgehende symbolische (H3a) oder ökonomische Bedrohung (H3b) darstellen, bei Personen mit einer höheren Trait-Angst einen Effekt auf das Verfolgen einer assimilatorischen, segregatorischen oder exklusionistischen Akkulturationsorientierung hat. Um die Hypothese zu überprüfen wurde zu Beginn ein Mittelwertindex aus den Items gebildet, die die Ausprägung der Akkulturationsorientierung der Assimilation, der Segregation und der Exklusion erheben sollen. Mit diesem Index wurde eine zweifaktorielle Varianzanalyse gerechnet. Für eine genauere Untersuchung des Datensatzes wurde in weiterer Folge mithilfe der jeweiligen Mittelwertindexe zu jeder Akkulturationsorientierung eine zweifaktorielle Varianzanalyse gerechnet.

Assimilation-Segregation-Exklusion

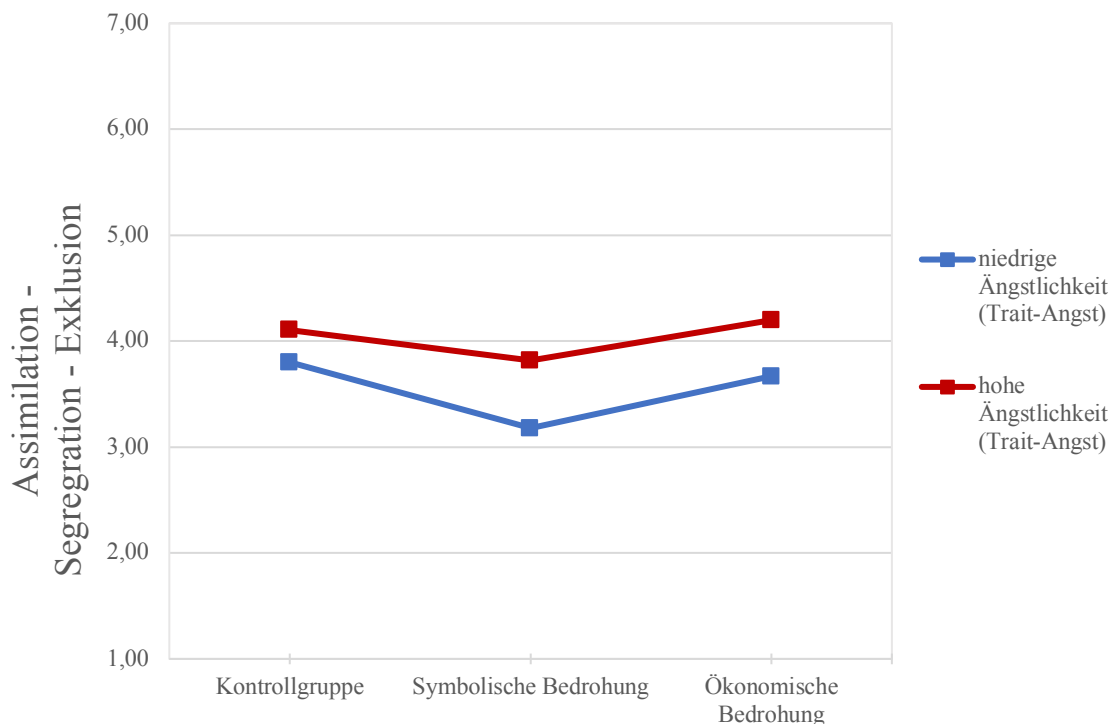


Abbildung 9. Kein signifikanter Haupteffekt der Gruppe; signifikanter Haupteffekt der Trait-Angst

In Bezug auf den Mittelwertindex der zusammengefassten Akkulturationsorientierung Assimilation, Segregation und Exklusion fand sich kein signifikanter Haupteffekt der experimentellen Gruppe ($F = 1.56$, $p = n.s.$), allerdings zeigte sich ein signifi-

kanter Haupteffekt der Trait-Angst auf die Akkulturationsstrategien Assimilation, Segregation und Exklusion ($F = 4.47$, $p < .05$, $\eta^2 = .05$). Es konnte kein Interaktionseffekt festgestellt werden ($F = .192$, $p = n.s.$).

Die Befunde zeigen, dass Personen mit einer höheren Ängstlichkeit (Trait-Angst) stärker eine assimilatorische-segregatorische-exklusionistische Akkulturationsorientierungen verfolgen als Personen mit einer niedrigeren Ängstlichkeit. Dieser Unterschied lässt sich allerdings nicht durch die Rezeption von Wahlwerbung mit einer dargestellten symbolischen Bedrohung durch Ausländer (H3a) oder Wahlwerbung mit einer dargestellten ökonomischen Bedrohung durch Ausländer (H3b) erklären.

Assimilation

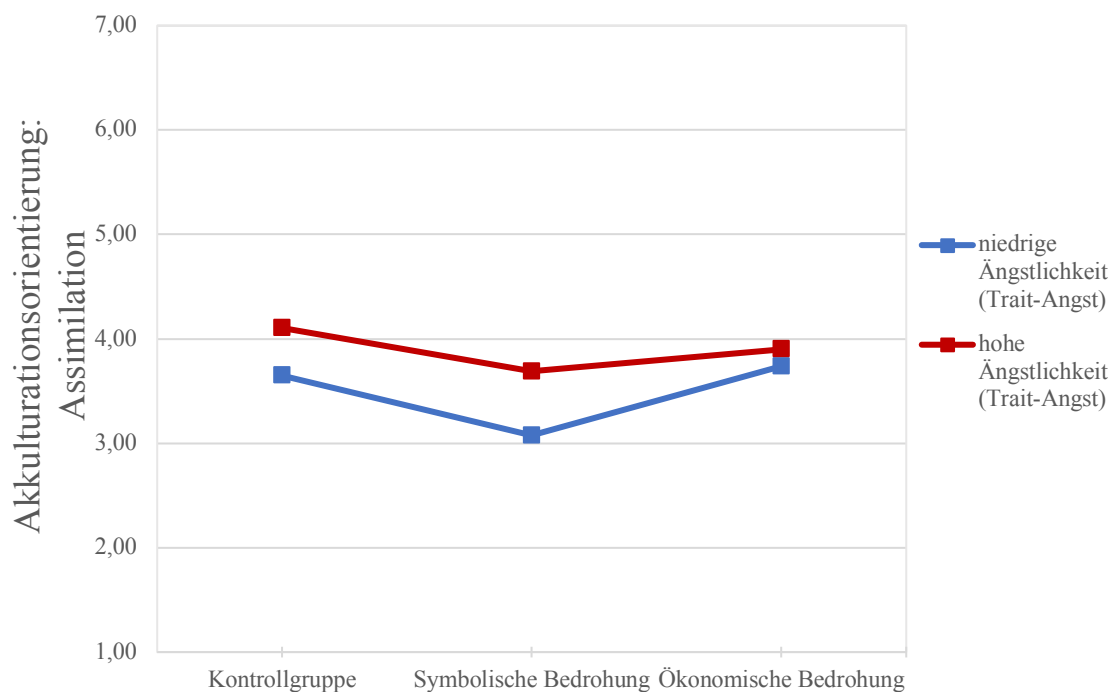


Abbildung 10. Keine signifikanten Effekte messbar

In Bezug auf die Akkulturationsorientierung Assimilation fand sich weder ein signifikanter Haupteffekt der experimentellen Gruppe ($F = .97$, $p = n.s.$), noch ein signifikanter Haupteffekt der Trait-Angst ($F = 1.74$, $p = n.s.$). Es konnte kein Interaktionseffekt festgestellt werden ($F = .16$, $p = n.s.$).

Die Befunde zeigen, dass kein Unterschied zwischen Personen mit einer höheren Trait-Angst und Personen mit einer niedrigeren Trait-Angst in Bezug auf das Verfolgen

der Akkulturationsorientierung der Assimilation feststellbar ist. Auch die Rezeption von Wahlwerbung mit einer dargestellten symbolischen Bedrohung durch Ausländer (H3a1) oder Wahlwerbung mit einer dargestellten ökonomischen Bedrohung durch Ausländer (H3b1) führt zu keinerlei Effekten auf die Akkulturationsorientierung der Assimilation. Die Hypothesen müssen somit falsifiziert werden.

Segregation

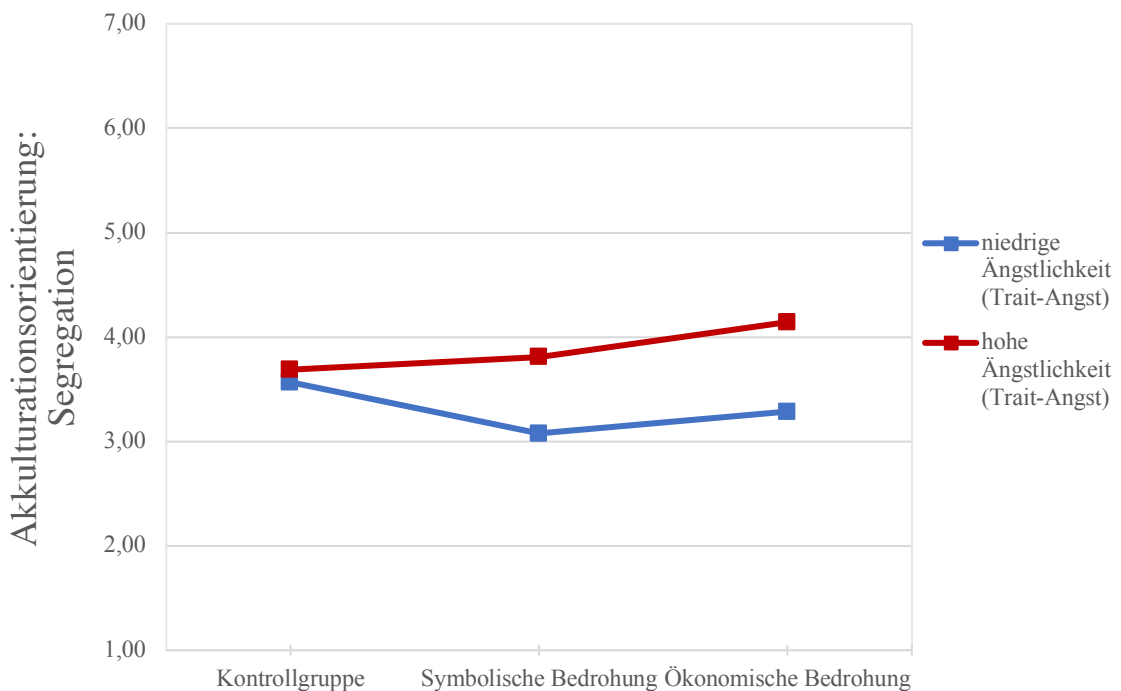


Abbildung 11. Kein signifikanter Haupteffekt der Gruppe; tendenziell signifikanter Haupteffekt der Trait-Angst

In Bezug auf die Akkulturationsorientierung Segregation fand sich kein signifikanter Haupteffekt der experimentellen Gruppe ($F = .22$, $p = n.s.$), allerdings ein tendenziell signifikanter Effekt der Trait-Angst ($F = 3.04$, $p = .085$, $\eta^2 = .034$). Es konnte kein Interaktionseffekt festgestellt werden ($F = .53$, $p = n.s.$).

Die Befunde zeigen, dass Personen mit einer höheren Ängstlichkeit (Trait-Angst) tendenziell stärker die Akkulturationsorientierung der Segregation verfolgen als Personen mit einer niedrigeren Ängstlichkeit. Dieser Unterschied zwischen diesen beiden Gruppen lässt sich allerdings nicht durch die Rezeption von Wahlwerbung mit einer dargestellten symbolischen Bedrohung durch Ausländer (H3a2) oder Wahlwerbung mit

einer dargestellten ökonomischen Bedrohung durch Ausländer (H3b2) erklären. Die Hypothesen müssen somit falsifiziert werden.

Exklusion

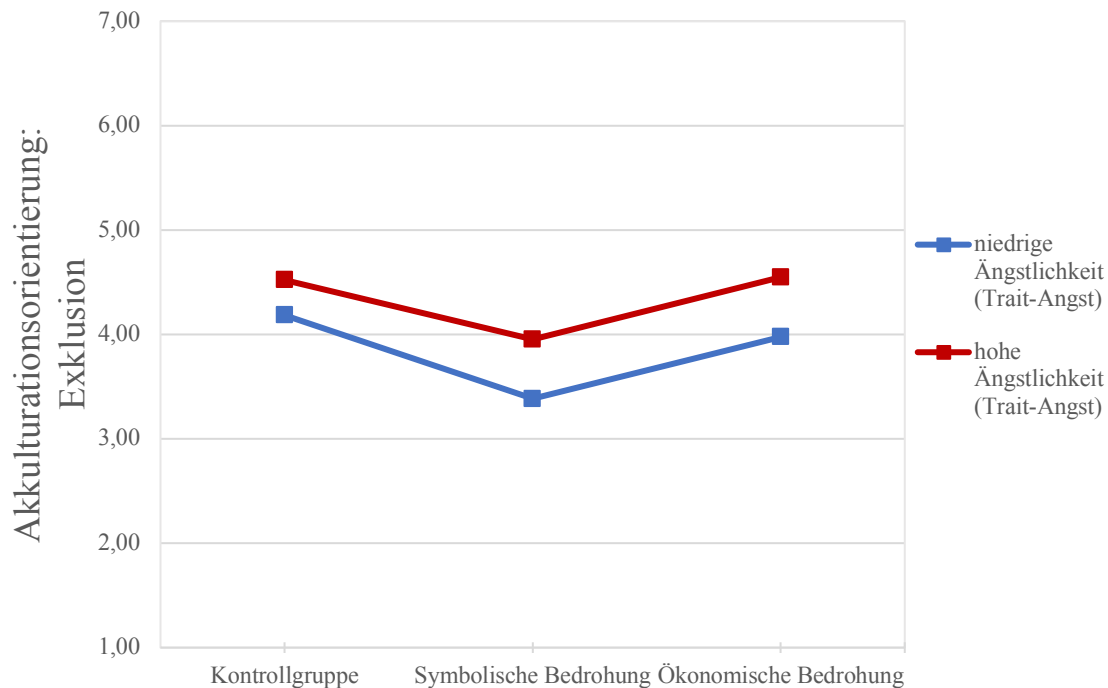


Abbildung 12. Keine signifikanten Effekte messbar.

In Bezug auf die Akkulturationsorientierung Exklusion fand sich weder ein signifikanter Haupteffekt der experimentellen Gruppe ($F = 1.22$, $p = n.s.$), noch signifikanter Haupteffekt der Trait-Angst ($F = 1.66$, $p = n.s.$). Es konnte kein Interaktionseffekt festgestellt werden ($F = .05$, $p = n.s.$).

Die Befunde zeigen, dass kein Unterschied zwischen Personen mit einer höheren Trait-Angst und Personen mit einer niedrigeren Trait-Angst in Bezug auf das Verfolgen der Akkulturationsorientierung der Exklusion feststellbar ist. Auch die Rezeption von Wahlwerbung mit einer dargestellten symbolischen Bedrohung durch Ausländer (H3a3) oder Wahlwerbung mit einer dargestellten ökonomischen Bedrohung durch Ausländer (H3b3) führt zu keinerlei Effekten auf die Akkulturationsorientierung der Exklusion. Die Hypothesen müssen somit falsifiziert werden.

Integration

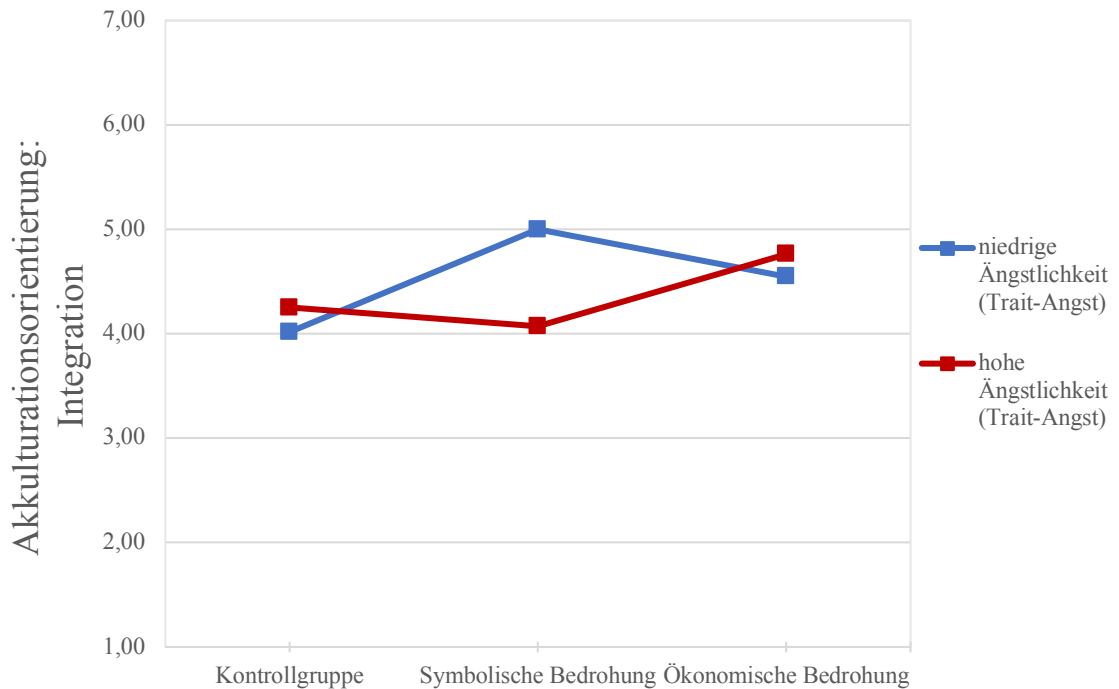


Abbildung 13. Keine signifikanten Effekte messbar

In Bezug auf die Akkulturationsorientierung Integration fand sich weder ein signifikanter Haupteffekt der experimentellen Gruppe ($F = 1.20$, $p = n.s.$), noch ein signifikanter Haupteffekt der Trait-Angst ($F = .28$, $p = n.s.$). Es fand sich auch kein signifikanter Interaktionseffekt ($F = 1.56$, $p = n.s.$).

Die Befunde zeigen, dass kein Unterschied zwischen Personen mit einer höheren Trait-Angst und Personen mit einer niedrigeren Trait-Angst in Bezug auf das Verfolgen der Akkulturationsorientierung der Integration feststellbar ist. Auch die Rezeption von Wahlwerbung mit einer dargestellten symbolischen Bedrohung durch Ausländer oder Wahlwerbung mit einer dargestellten ökonomischen Bedrohung durch Ausländer führt zu keinen Effekten auf die Akkulturationsorientierung der Integration.

Individualisierung

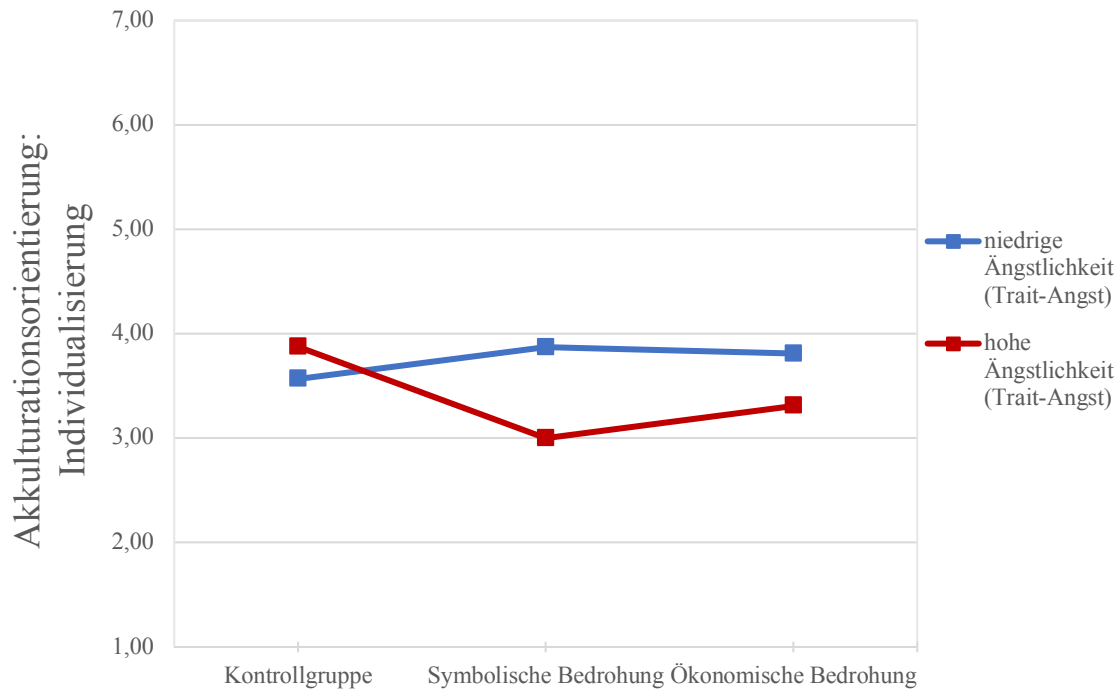


Abbildung 14. Keine signifikanten Effekte messbar.

In Bezug auf die Akkulturationsorientierung Individualisierung fand sich weder ein signifikanter Haupteffekt der experimentellen Gruppe ($F = .26$, $p = n.s.$), noch ein signifikanter Effekt der Trait-Angst ($F = 1.12$, $p = n.s.$). Es konnte kein Interaktionseffekt festgestellt werden ($F = 1.801$, $p = n.s.$).

Die Befunde zeigen, dass kein Unterschied zwischen Personen mit einer höheren Trait-Angst und Personen mit einer niedrigeren Trait-Angst in Bezug auf das Verfolgen der Akkulturationsorientierung der Individualisierung feststellbar ist. Auch die Rezeption von Wahlwerbung mit einer dargestellten symbolischen Bedrohung durch Ausländer oder Wahlwerbung mit einer dargestellten ökonomischen Bedrohung durch Ausländer führt zu keinen Effekten auf die Akkulturationsorientierung der Individualisierung.

7.2 Effekt auf die prognostizierten Akkulturationsorientierungen

In dieser Hypothese wurde postuliert, dass die Rezeption von Wahlwerbeplakaten, die eine von Ausländern ausgehende symbolische (H4a) oder ökonomische Bedrohung (H4b) darstellen, bei Personen mit einer höheren Trait-Angst dazu führt, dass diese Personen bei Zuwanderern ein Präferieren der Akkulturationsorientierung der Separation (H4ab1), Marginalisierung (H4ab2) oder Individualisierung (H4ab3) vermuten. Um die aufgestellten Hypothesen zu überprüfen wurde zu jeder der bei Ausländern vermuteten Akkulturationsorientierung eine zweifaktorielle Varianzanalyse gerechnet.

Separation

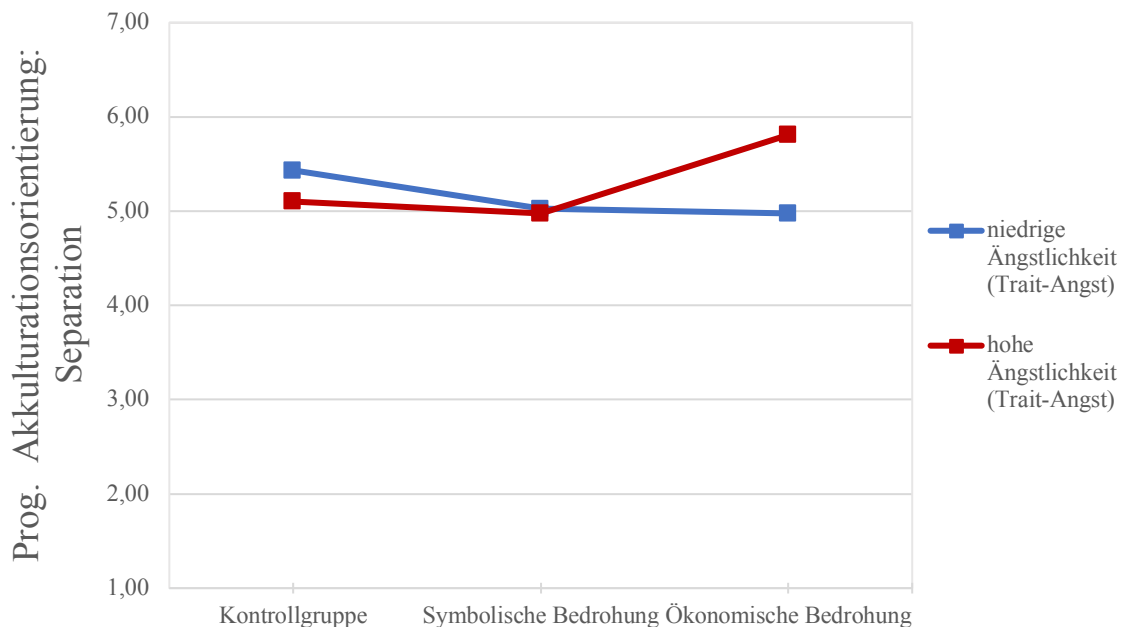


Abbildung 15. Keine signifikanten Effekte messbar

In Bezug auf die prognostizierte Akkulturationsorientierung Separation fand sich weder ein signifikanter Haupteffekt der experimentellen Gruppe ($F = .58$, $p = n.s.$), noch ein signifikanter Effekt der Trait-Angst ($F = .27$, $p = n.s.$). Es konnte auch kein signifikanter Interaktionseffekt festgestellt werden ($F = 1.46$, $p = n.s.$).

Die Befunde zeigen, dass kein Unterschied zwischen Personen mit einer höheren Trait-Angst und Personen mit einer niedrigeren Trait-Angst in Bezug auf die von ihnen bei Zuwanderern prognostizierten Akkulturationsorientierung der Separation feststellbar ist. Auch die Rezeption von Wahlwerbung mit einer dargestellten symbolischen Bedro-

hung durch Ausländer (H4a1) oder Wahlwerbung mit einer dargestellten ökonomischen Bedrohung durch Ausländer (H4b1) führt zu keinen Effekten auf die bei Zuwanderern prognostizierte Akkulturationsorientierung der Separation. Die Hypothesen müssen folglich falsifiziert werden.

Marginalisierung

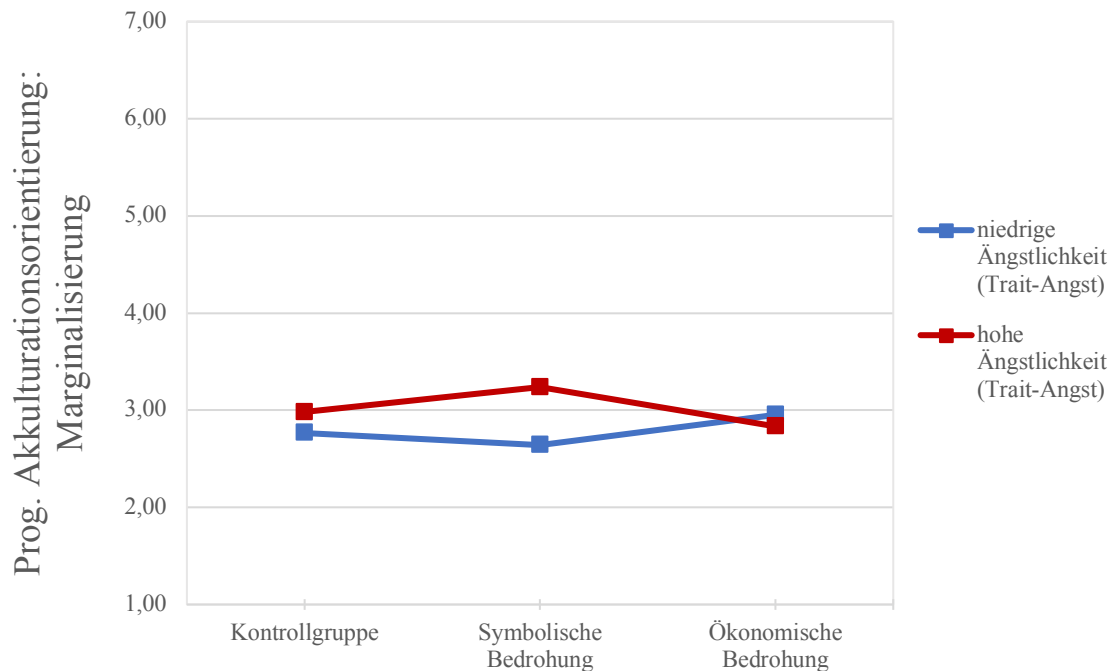


Abbildung 16. Keine signifikanten Effekte messbar

In Bezug auf die prognostizierte Akkulturationsorientierung Marginalisierung fand sich weder ein signifikanter Haupteffekt der experimentellen Gruppe ($F = .02$, $p = n.s.$), noch ein signifikanter Effekt der Trait-Angst ($F = .60$, $p = n.s.$). Es konnte auch kein signifikanter Interaktionseffekt festgestellt werden ($F = .45$, $p = n.s.$).

Die Befunde zeigen, dass kein Unterschied zwischen Personen mit einer höheren Trait-Angst und Personen mit einer niedrigeren Trait-Angst in Bezug auf die von ihnen bei Zuwanderern prognostizierten Akkulturationsorientierung der Marginalisierung feststellbar ist. Auch die Rezeption von Wahlwerbung mit einer dargestellten symbolischen Bedrohung durch Ausländer (H4a2) oder Wahlwerbung mit einer dargestellten ökonomischen Bedrohung durch Ausländer (H4b2) führt zu keinen Effekten auf die bei Zuwanderern prognostizierte Akkulturationsorientierung der Marginalisierung. Folglich müssen die Hypothesen falsifiziert werden.

Individualisierung

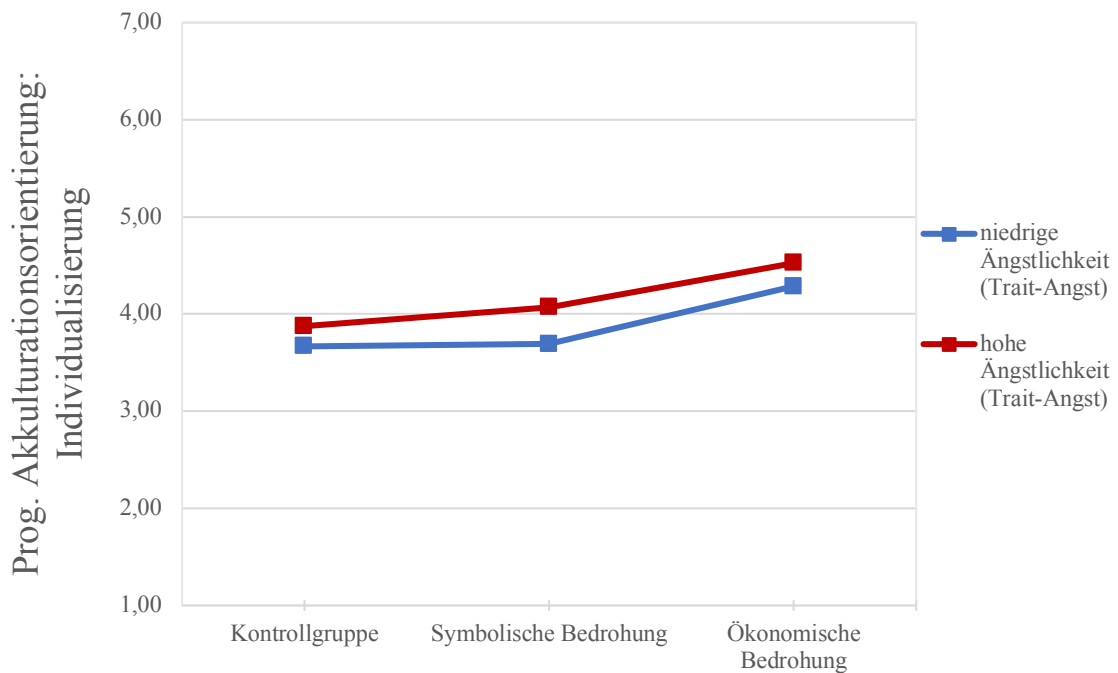


Abbildung 17. Keine signifikanten Effekte messbar

In Bezug auf die prognostizierte Akkulturationsorientierung Individualisierung fand sich weder ein signifikanter Haupteffekt der experimentellen Gruppe ($F = 1.21$, $p = n.s.$), noch ein signifikanter Effekt der Trait-Angst ($F = 0.60$, $p = n.s.$). Es konnte auch kein signifikanter Interaktionseffekt festgestellt werden ($F = .02$, $p = n.s.$).

Die Befunde zeigen, dass kein Unterschied zwischen Personen mit einer höheren Trait-Angst und Personen mit einer niedrigeren Trait-Angst in Bezug auf die von ihnen bei Zuwanderern prognostizierten Akkulturationsorientierung der Individualisierung feststellbar ist. Auch die Rezeption von Wahlwerbung mit einer dargestellten symbolischen Bedrohung durch Ausländer (H4a3) oder Wahlwerbung mit einer dargestellten ökonomischen Bedrohung durch Ausländer (H4b3) führt zu keinerlei Effekten auf die bei Zuwanderern prognostizierte Akkulturationsorientierung der Individualisierung. Folglich müssen die Hypothesen falsifiziert werden.

Integration

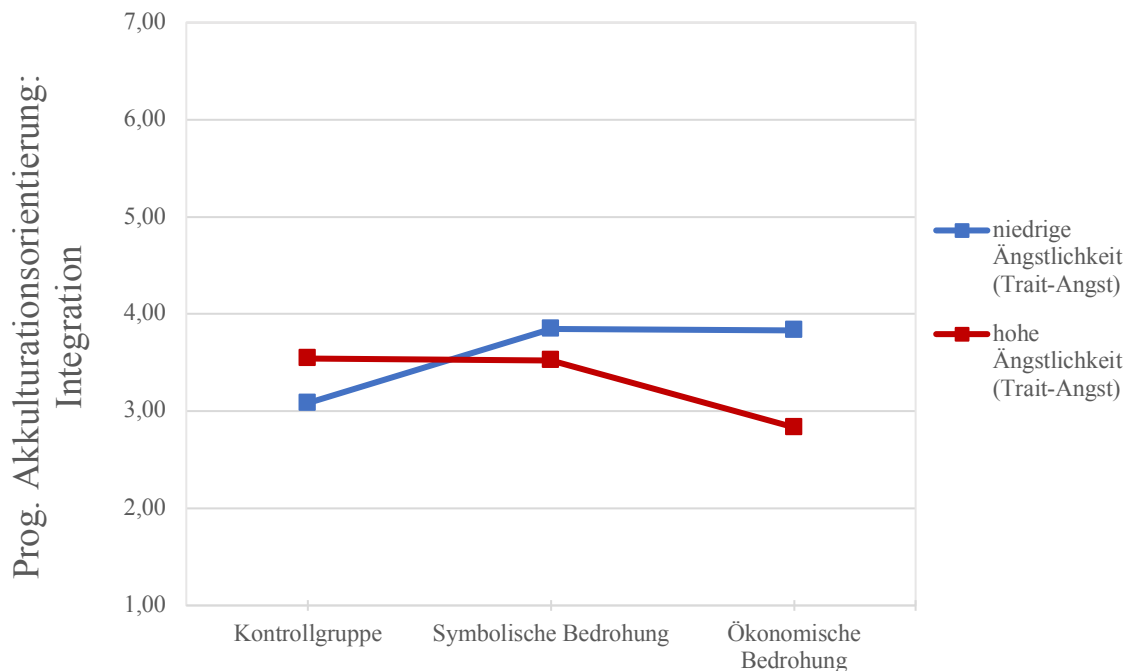


Abbildung 18. Keine signifikanten Haupteffekte; tendenziell signifikanter Interaktionseffekt

In Bezug auf die prognostizierte Akkulturationsorientierung Integration fand sich weder ein signifikanter Haupteffekt der experimentellen Gruppe ($F = 0.93$, $p = n.s.$), noch ein signifikanter Effekt der Trait-Angst ($F = 1.37$, $p = n.s.$). Es konnte jedoch ein tendenziell signifikanter Interaktionseffekt (disordinal) festgestellt werden ($F = 3.11$, $p = .050$, $\eta^2 = 0.068$).

Die Befunde zeigen, dass kein Unterschied zwischen Personen mit einer höheren Trait-Angst und Personen mit einer niedrigeren Trait-Angst in Bezug auf die von ihnen bei Zuwanderern prognostizierten Akkulturationsorientierung der Integration feststellbar ist. Auch die Rezeption von Wahlwerbung mit einer dargestellten symbolischen Bedrohung durch Ausländer oder Wahlwerbung mit einer dargestellten ökonomischen Bedrohung durch Ausländer führt zu keinerlei Effekten auf die bei Zuwanderern prognostizierte Akkulturationsorientierung der Individualisierung. Auch durch Post-Hoc Analysen konnten keine signifikanten Effekte festgestellt werden.

Assimilation

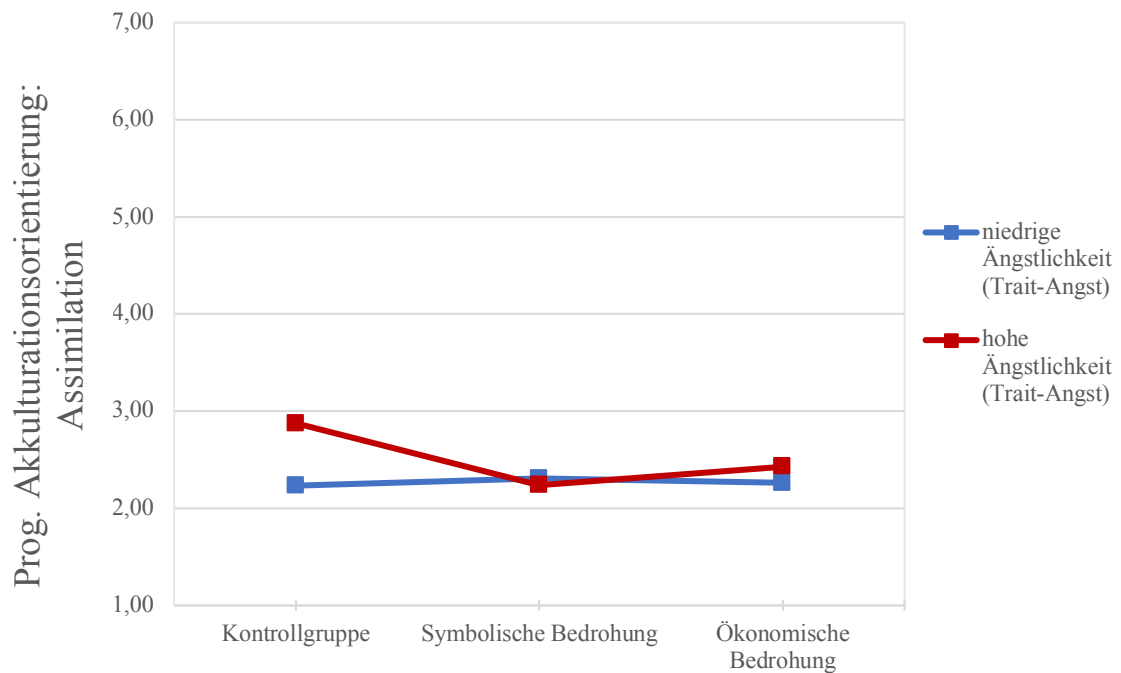


Abbildung 19. Keine signifikanten Effekte messbar

In Bezug auf die prognostizierte Akkulturationsorientierung Assimilierung fand sich weder ein signifikanter Haupteffekt der experimentellen Gruppe ($F = .50$, $p = n.s.$), noch ein signifikanter Effekt der Trait-Angst ($F = .98$, $p = n.s.$). Es konnte auch kein signifikanter Interaktionseffekt festgestellt werden ($F = .76$ $p = n.s.$).

Die Befunde zeigen, dass kein Unterschied zwischen Personen mit einer höheren Trait-Angst und Personen mit einer niedrigeren Trait-Angst in Bezug auf die von ihnen bei Zuwanderern prognostizierten Akkulturationsorientierung der Assimilierung feststellbar ist. Auch die Rezeption von Wahlwerbung mit einer dargestellten symbolischen Bedrohung durch Ausländer oder Wahlwerbung mit einer dargestellten ökonomischen Bedrohung durch Ausländer führt zu keinerlei Effekten auf die bei Zuwanderern prognostizierte Akkulturationsorientierung der Assimilierung.

8. Zusätzliche Analysen

Da sich die aufgestellten Hypothesen nicht bestätigen ließen wurden im Anschluss an die Auswertung weitere Analysen durchgeführt um das gewonnene Datenmaterial explorativ zu untersuchen. Hierfür wurden weitere Berechnungen durchgeführt, auf die im Folgenden näher eingegangen werden soll.

8.1 Übereinstimmung der Akkulturationsorientierungen

Piontowski und Kollegen konnte feststellen, dass eine stärker wahrgenommene Bedrohung durch Ausländer einhergeht mit einem konfliktären Übereinstimmen zwischen der eigenen Akkulturationsorientierung und der bei der Zuwanderungsgesellschaft vermuteten Akkulturationsorientierung. Eine konsensuale Übereinstimmung dieser konnte wiederum bei einer niedrigeren Wahrnehmung von Bedrohung festgestellt werden (Piontkowski u. a., 2000, 2002). In den bisherigen Studien konnte allerdings nicht festgestellt werden, ob die konfliktäre Übereinstimmung der Akkulturationsorientierungen aus der wahrgenommenen Bedrohung resultiert oder eben diese Bedrohung aus dem schon vorhandenen Übereinstimmungsgrad resultiert. Diese Forschungslücke hat auch schon Zick bemerkt, als er 2010 meinte, dass in der Theorie weniger die Konflikte als eine subjektiv wahrgenommene Bedrohung zu fokussieren sei, denn letztendlich seien wahrgenommene Bedrohungen das Kriterium der Passung und Nicht-Passung von Akkulturationsorientierungen (Zick, 2010). Das Datenmaterial wurde auf diese Forschungslücke hin näher untersucht. Um eine Vergleichbarkeit mit dem IAM oder CAM zu ermöglichen, ist es notwendig, die vorliegenden Fälle je nach Ausprägung der eigenen und der bei Zuwanderern vermuteten Akkulturationsorientierung zu gruppieren. Bourhis und Kollegen weisen ausdrücklich auf diese Möglichkeit hin, wenn auch die HCAS und die IAS ursprünglich konstruiert wurden um die Ausprägungen je Akkulturationsorientierung und Lebensbereich messen zu können (Bourhis & Montreuil, 2016).

Tabelle 7. Übereinstimmung der Akkulturationsorientierungen nach dem IAM

	NIEDRIGE ÄNGSTLICHKEIT						HOHE ÄNGSTLICHKEIT					
	Kontroll-Gruppe		Symbolische Bedrohung		Ökonomische Bedrohung		Kontroll-Gruppe		Symbolische Bedrohung		Ökonomische Bedrohung	
	%		%		%		%		%		%	
Konsensual	10	2	12,5	1	0	0	14,3	2	0	0	0	0
Problematisch	35	7	12,5	1	30,8	4	7,1	1	36,4	4	7,7	1
Konflikthaft	55	11	75	6	69,2	9	78,6	11	63,6	7	92,3	12
	n = 20		n = 8		n = 13		n = 14		n = 11		n = 13	

Anmerkung: Um eine eindeutige Zuordnung der jeweiligen Fälle garantieren zu können, wurden Fälle bei denen bei mehreren Akkulturationsorientierungen eine genau gleich hohe Ausprägung vorlag, von dieser Analyse ausgeschlossen.

Die Befunde zeigen, dass es sowohl bei Personen mit einer niedrigen Ängstlichkeit, als auch bei Personen mit einer hohen Ängstlichkeit prozentual am häufigsten zu einer konfliktären Übereinstimmung der eigenen und der bei Zuwanderer vermuteten Akkulturationsorientierung kommt. Bei Personen mit einer hohen Ängstlichkeit, die rechtspopulistische Wahlwerbep plakate mit einer von Ausländern ausgehenden Bedrohung rezipieren, steigt der Prozentsatz der konfliktären Übereinstimmung der Akkulturationsorientierungen auf 92,3% im Vergleich zu 78,6% bei Personen, die neutrale Werbep plakate rezipiert haben. Der prozentuale Anstieg der konfliktären Übereinstimmungen lässt sich auch bei Personen mit einer niedrigen Ängstlichkeit beobachten. Haben bei diesen 55% der Personen aus der Kontrollgruppe eine konfliktäre Übereinstimmung der Akkulturationsorientierung sind es bei Personen, die Wahlwerbung mit einer symbolischen Bedrohung rezipiert haben 75% und bei Personen, die eine ökonomische Bedrohung rezipiert haben 69,2%.

Da es zur Auswertung der Übereinstimmungslevel notwendig war, alle Fälle einer einzelnen Orientierung zuzuordnen, mussten Fälle, die eine genau gleich hohe Ausprägung bei mehreren Akkulturationsorientierungen hatten, bei dieser Analyse ausgeschlossen werden.

Mit den durch die Überprüfung der Hypothesen gewonnen Daten konnte eine Zuordnung der einzelnen Fälle zu einer der jeweiligen Akkulturationsorientierung vor-

genommen werden, welche in Tabelle 8 und Tabelle 9 ersichtlich sind. Es zeigt sich, dass bei Personen aus der Aufnahmegesellschaft, die eine niedrige Ängstlichkeit aufweisen, auch nach der Rezeption von bedrohlicher Wahlwerbepлакate, die Akkulturationsorientierung der Integration präferiert wird. Personen mit einer hohen Ängstlichkeit hingegen zeigen innerhalb der Kontrollgruppe und der Gruppe mit einer dargestellten ökonomischen Bedrohung eine Präferenz bei der Akkulturationsorientierung der Exklusion (bei Personen, die eine ökonomische Bedrohung präsentiert bekamen zeigt sich zusätzlich ein Präferieren der Orientierung Integration). Ängstliche Personen, die Wahlwerbepлакate mit einer symbolischen Bedrohung rezipiert haben präferierten eine assimilatorische Akkulturationsorientierung. Bei der vorliegenden Auswertung ist allerdings auf die geringen Fallzahlen hinzuweisen, weswegen die Ergebnisse nur mit Vorbehalt interpretiert werden können.

Tabelle 8. Die Akkulturationsorientierungen (gruppiert)

	NIEDRIGE ÄNGSTLICHKEIT						HOHE ÄNGSTLICHKEIT					
	Kontroll-Gruppe		Symbolische Bedrohung		Ökonomische Bedrohung		Kontroll-Gruppe		Symbolische Bedrohung		Ökonomische Bedrohung	
	%		%		%		%		%		%	
Assimilation	26,7	4	0	0	7,7	1	15,4	2	33,3	3	11,1	1
Segregation	13,3	2	0	0	0	0	15,4	2	11,1	1	0	0
Integration	26,7	4	54,5	6	42,9	6	7,7	1	22,2	2	44,4	4
Individualisierung	13,3	2	27,3	3	21,4	3	23,1	3	22,2	2	0	0
Exklusion	20	3	18,2	2	21,4	3	38,5	5	11,1	1	44,4	4
	n =	15	n =	11	n =	13	n =	13	n =	9	n =	9

Anmerkung: Um eine eindeutige Zuordnung der jeweiligen Fälle garantieren zu können, wurden Fälle bei denen bei mehreren Akkulturationsorientierungen eine genau gleich hohe Ausprägung vorlag, von dieser Analyse ausgeschlossen.

Bei den bei Zuwanderern vermuteten Akkulturationsorientierungen zeigt sich keinerlei Einfluss der Ängstlichkeit oder der Rezeption von bedrohlichen Wahlwerbepлакate. Wie aus Tabelle 9 zu entnehmen ist, vermuten alle TeilnehmerInnen am stärksten eine separatistische Akkulturationsorientierung bei Personen aus der Zuwande-

rungsgesellschaft. Auch bei dieser Auswertung ist auf die geringe Fallanzahl hinzuweisen, weswegen die Ergebnisse nur unter Vorbehalt zu interpretieren sind.

Tabelle 9. Die bei Zuwanderern vermuteten Akkulturationsorientierungen (gruppiert)

	NIEDRIGE ÄNGSTLICHKEIT						HOHE ÄNGSTLICHKEIT					
	Kontroll-Gruppe		Symbolische Bedrohung		Ökonomische Bedrohung		Kontroll-Gruppe		Symbolische Bedrohung		Ökonomische Bedrohung	
	%		%		%		%		%		%	
Assimilation	0	0	0	0	0	0	18,2	2	0	0	10	1
Separation	63,2	12	62,5	5	54,5	6	72,7	8	42,9	6	70	7
Integration	10,5	2	25	2	18,2	2	0	0	14,3	2	0	0
Individualisierung	21,1	4	12,5	1	18,2	2	9,1	1	14,3	2	20	2
Marginalisierung	5,3	1	0	0	9,1	1	0	0	0	0	0	0
	n =	20	n =	8	n =	11	n =	11	n =	10	n =	10

Anmerkung: Um eine eindeutige Zuordnung der jeweiligen Fälle garantieren zu können, wurden Fälle bei denen bei mehreren Akkulturationsorientierungen eine genau gleich hohe Ausprägung vorlag, von dieser Analyse ausgeschlossen.

8.2 Ausbildung als Moderator

Wie auch schon beim Moderator Trait-Angst wurde auch die Ausbildung aufgrund der benötigten Variation gruppiert. Personen, die eine Pflichtschule, einen Lehrberuf oder eine berufsbildende mittlere Schule besucht haben wurden als Personen mit einer niedrigen schulischen Ausbildung gruppiert ($n = 58$), während Personen, die eine allgemeinbildende höhere Schule, ein Kolleg, eine Berufs- und Lehrerbildende Akademie oder eine Universität bzw. Fachhochschule besucht haben als Personen mit einer höheren Bildung gruppiert ($n = 33$).

Im Zuge der Auswertung fand sich ein signifikanter Effekt der Ausbildung auf die expliziten Einstellungen gegenüber Ausländern ($F = 6.46$, $n < .05$, $\eta^2 = .07$). Der Befund zeigt, dass Personen mit einer niedrigen Ausbildung signifikant negativere Einstellungen gegenüber Ausländern haben, als Personen mit einer höheren Bildung. Dies zeigte sich allerdings unter sämtlichen experimentellen Bedingungen, inklusive der Kontrollgruppe.

Zusätzlich konnte ein signifikanter Interaktionseffekt zwischen der experimentellen Gruppe und der Ausbildung beim Verfolgen einer assimilatorischen, segregatorischen, exklusionistischen Akkulturationsorientierung ($F = 4.22$, $n < .05$, $\eta^2 = .09$). Es handelt sich um eine disordinale Interaktion. Post-Hoc Analysen verliefen ergebnislos.

8.3 Alter als Moderator

Für diese zusätzlichen Analysen wurden die TeilnehmerInnen anhand ihres Alters gruppiert. Personen, die zwischen 18 (jüngste TeilnehmerIn) und 40 Jahren alt waren wurden als „junge Probanden“ klassiert ($n = 37$) und Personen zwischen 41 und 64 Jahren (älteste TeilnehmerIn) wurden als „ältere Probanden“ ($n = 54$) klassiert ($M = 43.47$, $SD = 13.96$).

In Bezug auf die vorhandene State-Angst fand sich sowohl ein tendenziell signifikanter Haupteffekt des Alters auf die State-Angst ($F = 3.62$, $n = 0.60$, $\eta^2 = .04$) als auch ein signifikanter Interaktionseffekt zwischen der experimentellen Gruppe und dem Alter ($F = 5.45$, $n < .01$, $\eta^2 = .11$). Da es sich um eine disordinale Interaktion handelt lässt sich der tendenziell signifikante Haupteffekt des Alters nicht interpretieren.

Anhand von Post-Hoc Analysen konnte allerdings gezeigt werden, dass ältere Menschen, die rechtspopulistische Wahlwerbung rezipieren, die eine von Ausländern ausgehende ökonomische Bedrohung darstellen, im Nachhinein eine tendenziell höhere State-Angst haben ($F = 2.58$, $n = .086$, $\eta^2 = .092$), als Personen die neutrale Werbung

rezipiert haben. Dieser Effekt ließ sich bei Personen, die Wahlwerbung mit einer symbolischen Bedrohung rezipiert haben, nicht finden.

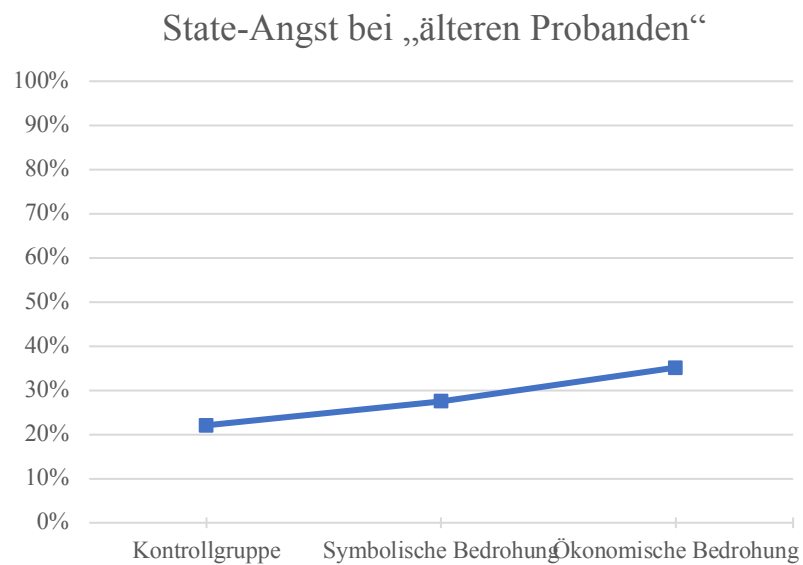


Abbildung 20. Tendenziell signifikanter Effekt der Gruppe auf die State-Angst bei älteren Probanden

Bei jungen Menschen zeigt sich bei Post-Hoc-Analysen ebenso ein tendenziell signifikanter Effekt auf die State-Angst zwischen Personen, die Wahlwerbeplakate mit einer ökonomischen Bedrohung rezipiert haben und Personen aus der Kontrollgruppe ($F = 3.13$, $n = .057$, $\eta^2 = .156$). Hier zeigte sich jedoch genau das Gegenteil zu den älteren Personen: Junge TeilnehmerInnen weisen nach der Rezeption der Wahlwerbeplakate mit einer ökonomischen Bedrohung eine geringere State-Angst auf, als Personen aus der Kontrollgruppe auf.

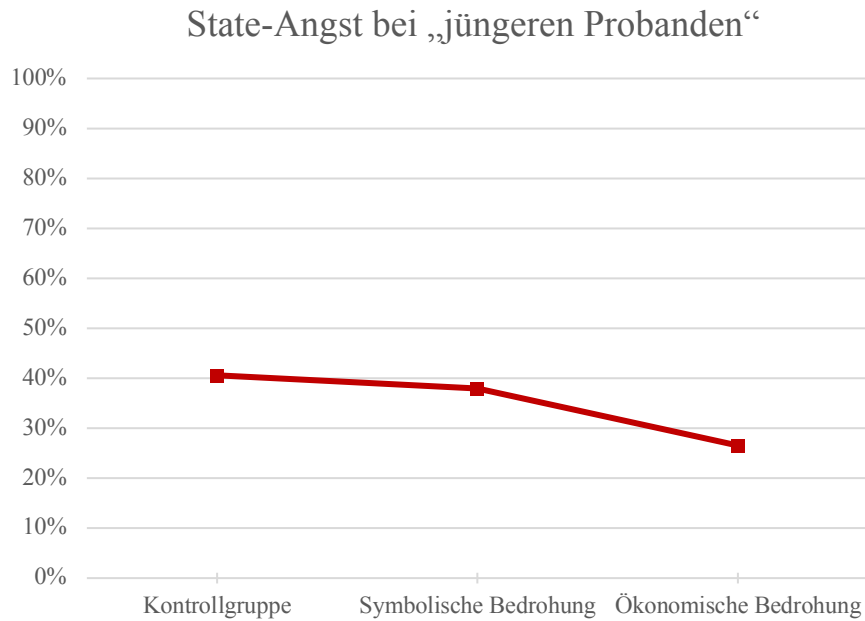


Abbildung 21. Tendenziell signifikanter Effekt der Gruppe auf die State-Angst bei jüngeren Probanden

In Bezug auf das Verfolgen der Akkulturationsorientierung der Individualisierung fand sich ein signifikanter Haupteffekt des Alters ($F = 4.36$, $n < .05$, $\eta^2 = .05$). Dieser Befund zeigt, dass junge Menschen signifikant stärker die Akkulturationsorientierung der Individualisierung verfolgen als ältere Personen. Es fand sich kein signifikanter Haupteffekt der experimentellen Gruppe.

8.4 Geschlecht als Moderator

Insgesamt nahmen 47 weibliche Probanden und 44 männliche Probanden an der Studie teil. Bei den durchgeführten explorativen Datenanalysen bei denen das Geschlecht als Moderator verwendet wurde fand sich ein signifikanter Haupteffekt des Geschlechts auf das Verfolgen der Akkulturationsorientierung der Assimilation ($F = 7.86$, $n < 0.01$, $\eta^2 = .09$). Die Befunde zeigen, dass männliche Teilnehmer deutlich stärker die Akkulturationsorientierung der Assimilation verfolgen als weibliche Teilnehmerinnen. Es fanden sich keine signifikanten Effekte in Bezug auf die experimentelle Variation.

8.5 Politische Einstellung als Moderator

Zur Erhebung der politischen Einstellung fanden sich zwei Items im Fragebogen. Einerseits „Wie würden Sie ihre politische Gesinnung einschätzen?“ ($M = 4.12$, $SD = 1.32$, Range 1 „eher links“ – 7 „eher rechts“) und „Wie denken Sie über die FPÖ?“ ($M = 3.98$, $SD = 1.94$, Range 1 „sehr negativ“ - 7 „sehr positiv“). Der daraus gebildete Mittelwertindex ($M = 4.05$, $SD = 1.49$, $\alpha = .76$) gibt die politische Gesinnung wieder. Die Grundgesamtheit wurde aufgrund der benötigten Variation mit „links“ ($n = 53$) und „rechts“ ($n = 38$) visuell klassiert. Bei der Auswertung fanden sich folgende Ergebnisse:

- Ein signifikanter Haupteffekt der Gesinnung auf die expliziten Einstellungen gegenüber Ausländern ($F = 25.07$, $n < 0.001$, $\eta^2 = .29$). Der Befund zeigt, dass Personen, die eine rechte politische Einstellung haben, signifikant negativere explizite Einstellungen gegenüber Ausländern haben, als Personen die eine linke politische Einstellung haben. Es fand sich kein signifikanter Haupteffekt der Gruppe.
- Ein signifikanter Haupteffekt der Gesinnung auf eine assimilatorische, segregatorische, exklusionistische Akkulturationsorientierung ($F = 17.01$, $n < 0.001$, $\eta^2 = .17$). Der Befund zeigt, dass Personen, die eine rechte politische Einstellung haben, signifikant stärker eine assimilatorisch-segregatorisch-exklusionistische Akkulturationsorientierung verfolgen, als Personen, die eine linke politische Einstellung haben. Es fand sich kein signifikanter Haupteffekt der Gruppe.
- Ein signifikanter Haupteffekt der Gesinnung auf eine assimilatorische Akkulturationsorientierung ($F = 9.19$, $n < .005$, $\eta^2 = .10$). Der Befund zeigt, dass Personen, die eine rechte politische Einstellung haben, signifikant stärker eine assimilatorische Akkulturationsorientierung verfolgen, als Personen, die eine linke politische Einstellung haben. Es fand sich kein signifikanter Haupteffekt der Gruppe.
- Ein signifikanter Haupteffekt der Gesinnung auf eine exklusionistische Akkulturationsorientierung ($F = 20.79$, $n < .001$, $\eta^2 = .20$). Der Befund zeigt, dass Personen, die eine rechte politische Einstellung haben, signifikant stärker eine exklusionistische Akkulturationsorientierung verfolgen, als Perso-

nen, die eine linke politische Einstellung haben. Es fand sich kein signifikanter Haupteffekt der Gruppe.

- Ein signifikanter Haupteffekt der Gesinnung auf die Vorhersage einer separatistischen Akkulturationsorientierung bei Zuwanderern ($F = 12.78$, $n < .005$, $\eta^2 = .13$). Der Befund zeigt, dass Personen, die eine rechte politische Einstellung haben, signifikant stärker eine separatistische Akkulturationsorientierung bei Zuwanderern vermuten, als Personen, die eine linke politische Einstellung haben. Es fand sich kein signifikanter Haupteffekt der Gruppe.
- Ein signifikanter Haupteffekt der Gesinnung auf die Vorhersage einer integrationistischen Akkulturationsorientierung bei Zuwanderern ($F = 9.06$, $n < .005$, $\eta^2 = .10$). Die Befunde zeigen, dass Personen, die eine rechte politische Einstellung haben, signifikant weniger eine integrationistische Akkulturationsorientierung bei Zuwanderern vermuten, als Personen, die eine linke politische Einstellung haben. Es fand sich kein signifikanter Haupteffekt der Gruppe.
- Ein tendenziell signifikanter Haupteffekt der Gesinnung auf die Vorhersage einer assimilatorischen Akkulturationsorientierung bei Zuwanderern ($F = 3.46$, $n = .66$, $\eta^2 = .039$). Die Befunde zeigen, dass Personen, die eine rechte politische Einstellung haben, tendenziell weniger eine assimilatorische Akkulturationsorientierung bei Zuwanderern vermuten, als Personen, die eine linke politische Einstellung haben. Es fand sich kein signifikanter Haupteffekt der Gruppe.

8.6 Kontakt zu Ausländern als Moderator

In wie fern die Probanden Kontakt zu Ausländern haben wurde durch das Item „Wie oft haben Sie mit Ausländern zu tun?“ ($M = 4.85$, $SD = 1.71$, Range 1 „sehr selten“ – 7 „sehr häufig“). Aufgrund der benötigten Variation wurden die TeilnehmerInnen in „seltenen Kontakt“ ($n = 54$) und „häufigen Kontakt“ ($n = 37$) visuell klassiert. Im Zuge der Auswertung zeigten sich die folgenden Ergebnisse:

- Ein tendenziell signifikanter Haupteffekt des Kontakts zu Ausländern auf das Verfolgen einer exklusionistischen Akkulturationsorientierung ($F = 3.87$, $n = .052$, $\eta^2 = .044$). Die Befunde zeigen, dass Personen, die viel Kontakt mit Ausländern haben, stärker eine exklusionistische Akkulturationsorientierung verfolgen, als Personen, die weniger mit Ausländern zu tun haben. Es fand sich kein signifikanter Haupteffekt der Gruppe.
- Ein signifikanter Haupteffekt des Kontakts zu Ausländern auf die Vorhersage einer separatistischen Akkulturationsorientierung bei Zuwandern ($F = 6.94$, $n < 0.05$, $\eta^2 = .08$). Die Befunde zeigen, dass Personen, die viel Kontakt zu Ausländern haben, bei Zuwanderern stärker die Akkulturationsorientierung der Separation vermuten, als Personen, die wenig Kontakt mit Ausländern haben. Es fand sich kein signifikanter Haupteffekt der Gruppe.
- Ein signifikanter Haupteffekt des Kontakts zu Ausländern auf die Vorhersage einer assimilatorischen Akkulturationsorientierung bei Zuwanderern ($F = 6.94$, $n < .05$, $\eta^2 = .08$). Die Befunde zeigen, dass Personen, die viel Kontakt mit Ausländern haben, bei Zuwanderern weniger die Akkulturationsorientierung der Assimilation vermuten, als Personen, die wenig Kontakt mit Ausländern haben. Es fand sich kein signifikanter Haupteffekt der Gruppe.

9. Diskussion

Im Folgenden sollen die im vorherigen Teil der Arbeit gefundenen Ergebnisse diskutiert und weiter analysiert werden.

State-Angst

Dass Wahlwerbung, die eine Bedrohung darstellt eine Auswirkung auf die Rezipienten hat, konnte in vorangehenden Studien schon mehrfach bewiesen werden (Arendt u. a., 2013; Matthes & Marquart, 2013; Schemer u. a., 2010). Zusätzlich konnte Spielberger schon 1972 feststellen, dass Personen, bei denen das Persönlichkeitsmerkmal der Angst stärker ausgeprägt ist, Bedrohungen intensiver wahrnehmen als Personen mit einer niedrigeren Ausprägung (Spielberger, 1972). Aus diesen Forschungsergebnissen heraus wurde die Hypothese aufgestellt, dass durch die Wahlwerbeplakate mit einer dargestellten Bedrohung es bei Menschen mit einer erhöhten Ängstlichkeit zu einer intensiveren Wahrnehmung der Bedrohung kommt und somit auch zu einem Anstieg der State-Angst, also der momentan wahrgenommenen Angst. Tatsächlich zeigte sich bei der Auswertung des Datenmaterials, dass Personen mit einer höheren Ängstlichkeit gleichzeitig auch eine höhere momentane Angst (State-Angst) verspüren, was die bisherigen Forschungsergebnisse zur Interaktion zwischen State- und Trait-Angst untermauern.

Dass Personen mit einer hohen Trait-Angst auch eine signifikant höhere State-Angst hatten, zeigte sich allerdings bei allen experimentellen Gruppen, inklusive der Kontrollgruppe. Empirisch ließ sich somit in dieser Untersuchung nicht belegen, dass rechtspopulistische Wahlwerbung mit einer dargestellten Bedrohung einen Einfluss auf die State-Angst hat.

Explizite Einstellungen

Obwohl in vergangenen Studien bewiesen werden konnte, dass das Rezipieren von rechtspopulistischer Wahlwerbung einen Effekt, sowohl auf die expliziten, als auch auf die impliziten Einstellungen gegenüber Ausländern hat (Arendt u. a., 2013; Matthes & Marquart, 2013; Schemer u. a., 2010) ließen sich diese Ergebnisse in der vorliegenden Studie nicht reproduzieren. Es konnte kein signifikanter Unterschied zwischen Personen mit einer hohen Ängstlichkeit und Personen mit einer niedrigen Ängstlichkeit gemessen werden. Auch unter verschiedenen experimentellen Bedingungen konnten keine signifi-

kanten Effekte gemessen werden. Ein Erklärungsversuch für dieses Ergebnis sind die ohnehin schon überdurchschnittlich negativen expliziten Einstellungen gegenüber Ausländern innerhalb der Grundgesamtheit der Studie, sowohl bei Personen mit einer niedrigen, als auch Personen mit einer hohen Ängstlichkeit, weswegen sich mögliche Effekte empirisch nicht messen ließen.

Akkulturationsorientierung

Wenn über die Akkulturationsorientierung von Personen aus der Aufnahmegesellschaft gesprochen wird, geht es darum, welche Vorstellungen und Erwartungen diese Personen an zuwandernde Menschen haben und wie sich diese ihrer Meinung nach in die Herkunftsgesellschaft eingliedern sollten. Vorausgehende Studien kamen zu dem Ergebnis, dass eine der wichtigsten Einflussfaktoren für das Verfolgen einer assimilatorischen, segregatorischen oder exklusionistischen Akkulturationsorientierung von Personen aus der Aufnahmegesellschaft mit dem Wahrnehmen einer Bedrohung der eigenen Identität durch Zuwanderer einhergeht (Montreuil & Bourhis, 2001). In der vorliegenden Studie sollte dieser Zusammenhang weiter überprüft und im Hinblick auf Personen, die eine erhöhte Ängstlichkeit aufweisen weiter untersucht werden. Aufgrund von vorangehenden Forschungsergebnisse, wurde davon ausgegangen, dass es bei Personen mit einer höheren Ängstlichkeit zu einer intensiveren Wahrnehmung dieser Bedrohung kommt (Spielberger, 1972). Bei der Auswertung der Daten konnte herausgefunden werden, dass Personen die eine höhere Ängstlichkeit aufweisen signifikant stärker eine assimilatorisch-segregatorisch-exklusionistische Akkulturationsorientierung verfolgen, als Person mit einer niedrigen Ängstlichkeit. Diese Beobachtung zeigte sich jedoch unter sämtlichen experimentellen Bedingungen inklusive denen der Kontrollgruppe. Somit konnte empirisch nicht nachgewiesen werden, dass die Rezeption von rechtspopulistische Wahlwerbepлакate einen signifikanten Effekt auf das Verfolgen einer assimilatorisch-segregatorisch-exklusionistische Akkulturationsorientierung hat.

Bei Zuwandern prognostizierte Akkulturationsorientierung

In vorherigen Studien konnte gezeigt werden, dass es zwischen der tatsächlichen Akkulturationsorientierung von Zuwanderern und der von Personen aus der Aufnahmegesellschaft subjektiv vermuteten Akkulturationsorientierung von Zuwandern, nur selten zu einer Übereinstimmung kommt (Oudenhoven u. a., 1998). Diese bei der Außengruppe vermuteten Orientierungen können jedoch als ähnlich wichtig wie die tatsäch-

lich in der Außengruppe präferierten Orientierungen angesehen werden, da die Vermutungen Teil der subjektiven Realität sind. Aus diesem Grund wurde in vorliegenden Studie erstmals untersucht, inwiefern rechtspopulistische Wahlwerbeplakate, die eine von Ausländern ausgehende Bedrohung darstellen, einen Einfluss auf die von der Aufnahmegesellschaft bei Zuwanderern vermuteten Akkulturationsorientierungen haben. Unterschieden wurde hierbei zusätzlich, ob es einen stärkeren Effekt bei Personen mit einer höheren Ängstlichkeit gibt. Letztendlich gelang es jedoch nicht diese Vermutungen empirisch zu belegen. Es ließen sich keinerlei signifikanten Effekte zwischen den experimentellen Gruppen und der Kontrollgruppe messen. Auch konnte kein Effekt der Ängstlichkeit auf die prognostizierten Akkulturationsorientierungen bei Zuwanderern gefunden werden. Ein Erklärungsversuch für dieses Ergebnis kann eine möglicherweise zu kleine Stichprobe sein, da es aufgrund der relativ kleinen Gruppengrößen dazu gekommen sein kann, dass sich dadurch keine signifikanten Effekte messen ließen.

Übereinstimmung der Akkulturationsorientierung

Die Korrelation zwischen der eigenen Akkulturationsorientierung und der Akkulturationsorientierung von Personen aus der Zuwanderungsgesellschaft ist von immenser Bedeutung für einen positiven Migrationsprozess, für beide Gruppen gleichermaßen. Doch nicht nur die tatsächliche Übereinstimmung hat hierbei einen Einfluss, in früheren Studien konnte herausgefunden werden, dass auch schon die Korrelation zwischen eigener und bei der anderen Gruppe vermuteten präferierten Akkulturationsorientierung von Bedeutung ist und bei einer negativen Korrelation zu Konflikten führen kann (Zagefka & Brown, 2002). Vermuten beispielsweise Personen aus der Aufnahmegesellschaft bei Zuwandern eine separatistische oder exklusionistische Akkulturationsorientierung ist egal wie ihre eigene Akkulturationsorientierung ist, die Übereinstimmung der Akkulturationsorientierungen in jedem Fall konfliktuell, was unter anderem zu Intergruppenkonflikten führen kann (Piontkowski u. a., 2002).

Bei der Analyse des Datenmaterials aus der vorliegenden Studie zeigte sich bei dem Großteil der Probanden eine konfliktäre Übereinstimmung der Akkulturationsorientierungen nach dem Interactive Acculturation Model von Bourhis und Kollegen. Diese überwiegend konfliktäre Passung kann vor allem darauf zurückgeführt werden, dass die TeilnehmerInnen überwiegend das Präferieren einer separatistischen Akkulturationsorientierung bei Zuwanderern vermutet haben. In diesem Fall spielt es keine Rolle

welche Akkulturationsorientierung von den Probanden selbst präferiert wird – es kommt dadurch immer zu einer konfliktären Konstellation der Orientierungen.

Es ist allerdings darauf hinzuweisen, dass die vorliegenden Ergebnisse aufgrund der niedrigen Fallzahlen nur mit Vorsicht zu genießen sind (siehe Tab. 7, 8, 9). Diese Reduktion der Fallzahlen kommt daher zustande, dass die einzelnen Fälle einer jeweiligen Akkulturationsorientierung zugeordnet werden mussten. Um dabei eine saubere Kategorisierung vornehmen zu können, wurden Fälle, bei denen bei mehreren Akkulturationsorientierungen oder prognostizierten Akkulturationsorientierungen eine gleich hohe Ausprägung vorlag, von dieser Analyse ausgeschlossen.

Bildung als Moderator

Stark emotionalisierende, rechtspopulistische Wahlwerbung führt bei Menschen mit einem formal niedrigen Bildungsniveau zu negativeren expliziten Einstellungen gegenüber Ausländern. Zu diesem Ergebnis sind Marquart und Matthes bereits 2013 gekommen (Arendt u. a., 2013). Auch Stephan und Stephan kommen in der Integrated Threat Theory zu dem Schluss, dass das formale Bildungsniveau einen moderierenden Effekt bei der Rezeption von rechtspopulistischer Wahlwerbung haben kann. In der vorliegenden Studie wurde das Datenmaterial auf dieses Ergebnis hin explorativ untersucht. Es zeigte sich, dass Personen mit einer formal niedrigeren Bildung signifikant negativere Einstellungen gegenüber Ausländern haben, als Personen mit einem formal hohen Bildungsniveau. Dies zeigte sich allerdings unter sämtlichen experimentellen Bedingungen, inklusive der Kontrollgruppe. Somit kann ein unterschiedlicher Einfluss von bedrohlichen Wahlwerbep plakate auf niedrigere oder höher gebildete Personen in dieser Studie empirisch nicht bewiesen werden. Es liegen zwei mögliche Erklärungsversuche für dieses Ergebnis vor: Einerseits ist die Größe der Stichprobe mit 91 Probanden relativ klein. Dadurch kann es dazu gekommen sein, dass signifikante Unterschiede nicht ausreichend messbar waren. Zusätzlich dazu ist in Bezug auf die expliziten Einstellungen gegenüber Ausländern darauf hinzuweisen, dass die Grundgesamtheit bereits überdurchschnittliche negative Einstellungen gegenüber Ausländern hatte ($M = 5.43$, $SD = 1.60$, Range 1-7). Dieser Umstand kann dazu geführt haben, dass mögliche Effekte rechtspopulistischer Wahlwerbep plakate auf eben diese Einstellungen nicht mehr messbar waren.

Alter

Spielberger postulierte bereits 1972, dass Personen mit einer höheren Ängstlichkeit Bedrohung intensiver wahrnehmen als Menschen mit einer niedrigeren Ausprägung dieses Persönlichkeitsmerkmals. Dies führt bei diesen Personen auch dazu, dass sich durch Wahrnehmung einer Bedrohung die momentan empfundene Angst, also die State-Angst auch stärker erhöht als bei anderen Personen (Spielberger, 1972). In der vorliegenden Studie konnte das Ergebnis, dass Personen mit einer höheren Trait-Angst durch die Präsentation von Wahlwerbeplakaten mit einer darauf befindlichen Bedrohung im Anschluss eine höhere State-Angst haben, als Personen mit einer geringeren Ängstlichkeit nicht bestätigt werden. Durch explorative Untersuchungen konnte allerdings herausgefunden werden, dass das Alter hierbei als Moderator fungierte. Es zeigte sich, dass ältere Personen, die rechtspopulistische Wahlwerbung, die eine ökonomische Bedrohung darstellt, im Anschluss daran eine tendenziell höhere State-Angst haben, im Vergleich zu älteren Personen, die stattdessen neutrale Werbung rezipiert haben ($F = 2.58$, $n = .086$, $\eta^2 = .092$). Und auch bei jungen TeilnehmerInnen lässt sich ein tendenzieller Effekt nachweisen. Bei diesen führt die Rezeption von rechtspopulistische Wahlwerbung, die eine ökonomische Bedrohung darstellt, dazu, dass die TeilnehmerInnen tendenziell weniger momentane Angst verspüren als Personen aus der Kontrollgruppe ($F = 3.13$, $n = .057$, $\eta^2 = .156$). Warum es zu diesen unterschiedlichen Befunden kommt, kann nicht genau geklärt werden. Die Bewertung hin auf Professionalität und allgemeine Einschätzung der rezipierten Wahlwerbeplakate mit einer ökonomischen Bedrohung ist zwischen jungen und alten TeilnehmerInnen relativ ähnlich (Jung, Professionalität: $M = 3.98$, $SD = 2.12$; Alt, Professionalität: $M = 3.86$, $SD = 1.93$; Jung, Gut/Schlecht: $M = 3.67$, $SD = 2.24$; Alt, Gut/Schlecht: $M = 3.57$, $SD = 1.93$). Einzig die Glaubwürdigkeit der Wahlwerbeplakate mit einer dargestellten ökonomischen Bedrohung wird von jungen Probanden höher ($M = 2.98$, $SD = 2.16$, Range 1-7) als von alten Probanden ($M = 3.79$, $SD = 1.85$, Range 1-7) eingeschätzt. In wie fern dies dazu führt, dass junge Menschen nach der Rezeption weniger State-Angst und ältere Menschen nach der Rezeption mehr State-Angst haben lässt sich nicht klären.

Allenfalls kann festgehalten werden, dass das Alter ein moderierender Faktor bei der Rezeption von Wahlwerbung ist. Ältere Menschen verspüren bei der Rezeption von bedrohlicher Wahlwerbung im Anschluss an die Rezeption tendenziell mehr momentane Angst, als Personen, die neutrale Wahlwerbung rezipiert haben. Das Bedrohungsszenario wirkt bei diesen also.

Zusätzlich zu diesen Effekten konnte ein signifikanter Haupteffekt des Alters auf das Verfolgen einer individualistischen Akkulturationsorientierung festgestellt werden ($F = 4.36$, $n < .05$, $\eta^2 = .05$). Der Effekt verdeutlicht, dass jüngere Menschen eher eine individualistische Akkulturationsorientierung verfolgen als dies bei älteren Personen der Fall ist. Ein signifikanter Haupteffekt der Gruppe konnte dabei allerdings nicht festgestellt werden.

Geschlecht

Die Befunde zeigen, dass Männer signifikant stärker eine assimilatorische Akkulturationsorientierung verfolgen, als dies bei Frauen der Fall ist ($F = 4.28$, $n < .05$, $\eta^2 = .09$). Folglich erwarten Männer stärker als Frauen, dass Zuwanderer ihre Herkunftskultur, -bräuche und -werte aufgeben und diese gegen die der Aufnahmegesellschaft eintauschen. Diese Beobachtung zeigte sich jedoch unter sämtlichen experimentellen Bedingungen, weswegen ein Effekt der bedrohlichen Wahlwerbeplakate empirisch nicht nachgewiesen werden konnte.

Politische Einstellung

Wenig verwunderlich ist, dass Haupteffekte der politischen Einstellung auf die jeweiligen Variablen gefunden werden konnten. Nichts desto trotz konnte mit der politischen Einstellung als Moderator kein Haupteffekt der experimentellen Gruppen nachgewiesen werden. Die gefundenen Haupteffekte der politischen Einstellungen fanden sich unter allen experimentellen Bedingungen und der Kontrollgruppe. Der Vollständigkeit halber werden die Ergebnisse im weiteren Verlauf diskutiert.

Explizite Einstellungen. Die Befunde zeigen, dass Personen, die eine rechte politische Einstellung haben, stärker negative explizite Einstellungen gegenüber Ausländern haben, als Personen mit einer linken politischen Einstellung ($F = 25.07$, $n < 0.001$, $\eta^2 = .29$). Dieses Ergebnis korreliert stark mit den Erkenntnissen aus früheren Forschungen, welche zu dem Ergebnis kommen, dass Ausländerfeindlichkeit und das Ablehnen von Ausländern und Fremden vor allem im rechten politischen Spektrum zu finden sind (Frindte, 2013; Virchow, Langebach, & Häusler, 2016).

Akkulturationsorientierung. Personen, die eine rechte politische Einstellung haben verfolgen signifikant stärker eine assimilatorisch-segregatorisch-exklusionistische Akkulturationsorientierung, als Personen, die eine linke politischen Einstellung haben ($F = 17.01$, $n < 0.001$, $\eta^2 = .17$). Bei der genaueren Untersuchung der jeweiligen Akkulturationsorientierungen zeigt sich dies vor allem beim Verfolgen der Akkulturationsorientierung der Assimilation ($F = 9.19$, $n < .005$, $\eta^2 = .10$) und dem Verfolgen der Akkulturationsorientierung der Exklusion ($F = 20.79$, $n < .001$, $\eta^2 = .20$). Ein möglicher Erklärungsversuch für diese Befunde ist die Tatsache, dass gerade Exklusion und Nationalismus deutlich stärker im rechten politischen Spektrum zu finden sind, als dies im linken der Fall ist (Virchow u. a., 2016). Dem entsprechend wird auch das Sujet der Exklusion seit mehreren Jahren in Wahlkampagnen der rechtspopulistischen Partei FPÖ vermehrt verwendet. Fokus dieser Kampagnen ist eine Bevorzugung der Inländer und eine Ausgrenzung der Anderen, respektive Menschen mit einem Migrationshintergrund und Zuwanderer. Gerade die Akkulturationsorientierung der Exklusion führt, egal welche Orientierung Menschen aus der Zuwanderungsgesellschaft verfolgen, immer zu einer konfliktären Übereinstimmung der Akkulturationsorientierungen und in weiterer Folge zu Intergruppenkonflikten und Akkulturationsstress bei Zuwanderern (Montreuil & Bourhis, 2001; Piontkowski u. a., 2002)

Vermutete Akkulturationsorientierungen. Auch bei den Akkulturationsorientierungen, die Personen aus der Aufnahmegesellschaft bei Personen aus der Zuwanderungsgesellschaft vermuten fanden sich signifikante Unterschiede zwischen Personen mit einer rechten und Personen mit einer linken politischen Einstellung. Es konnte ein signifikanter Haupteffekt der politischen Einstellung auf die Vorhersage einer integrationistischen Akkulturationsorientierung bei Zuwanderern festgestellt werden ($F = 9.06$, $n < .005$, $\eta^2 = .10$). Die Befunde zeigen, dass Personen mit einer rechten politischen Einstellung signifikant weniger als Menschen mit einer linken politischen Einstellung vermuten, dass Zuwanderer die Akkulturationsorientierung der Integration verfolgen. Ein ähnliches Ergebnis fand sich bei der Untersuchung der prognostizierten Akkulturationsorientierung der Assimilation. Auch hierbei vermuten Personen mit einer rechten politischen Einstellung tendenziell weniger die Akkulturationsorientierung der Assimilation bei Personen aus der Zuwanderungsgesellschaft ($F = 3.46$, $n = .66$, $\eta^2 = .039$). Diese Ergebnisse legen nahe, dass Personen aus dem rechten politischen Spektrum vermuten, dass Zuwanderer in keiner Weise ihre Herkunftskultur, -bräuche und -werte aufgeben

möchten und auch keine dieser Eigenschaften aus der Aufnahmegesellschaft aufnehmen möchten. Diese Vermutungen widersprechen allerdings dem aktuellen Forschungsstand, welcher belegt, dass Zuwanderer am stärksten die Akkulturationsorientierung der Integration verfolgen und somit bereit sind Teile ihrer Herkunftskultur aufzugeben und im Gegenzug Teile der Kultur, der Bräuche und der Werte der Aufnahmegesellschaft zu übernehmen (Berry, 1990; Bourhis, Moise, Perreault, & Senécal, 1997; Montreuil & Bourhis, 2001; Zick, 2010). Warum ausgerechnet Personen mit einer rechten politischen Einstellung diese Vermutungen stärker haben als Personen mit einer linken politischen Einstellung lässt sich in der vorliegenden Studie nicht ausreichend klären. Ein möglicher Erklärungsversuch ist der in den Medien und der Öffentlichkeit immer wieder postulierte Begriff der „gescheiterten Integration“. Gerade rechtspopulistische Parteien werden nicht müde, dieses anscheinende Problem gesamtheitlich in die Verantwortung von Zuwandern (oder politischen Konkurrenten) zu geben und ihnen zu unterstellen, dass es einen fehlenden Integrationswillen auf Seiten der Zuwanderer gäbe. Folgt man dieser Auffassung liegt die Vermutung nahe, dass Personen aus dem rechten Spektrum auch einen fehlenden Integrations- oder Assimilationswillen bei Zuwanderern vermuten.

Kontakt zu Ausländern

In den zusätzlichen Analysen wurde auch der Kontakt der TeilnehmerInnen zu Ausländern als Moderator verwendet. Es konnten dabei keine signifikanten Haupteffekte der experimentellen Bedingungen festgestellt werden. Es zeigten sich signifikante Haupteffekt des Kontakts zu Ausländern bei den bei Zuwanderern vermuteten Akkulturationsorientierungen Separation ($F = 6.94, n < .05, \eta^2 = .08$) und Assimilation ($F = 6.94, n < .05, \eta^2 = .08$). Die Befunde zeigen, dass Personen, die häufigen Kontakt zu Ausländern haben, bei Zuwanderern stärker ein Präferieren der Akkulturationsorientierung der Separation vermuten, als dies Personen mit einem selteneren Kontakt zu Ausländern tun. Auch lässt sich daraus erkennen, dass Personen mit viel Kontakt zu Ausländern bei Zuwanderern weniger die Akkulturationsorientierung der Assimilation vermuten, als dies Personen mit seltenerem Kontakt zu Ausländern tun.

9.1 Limitation

Die vorliegende Studie hat sich zum Ziel gesetzt zu untersuchen in wie fern das Persönlichkeitsmerkmal der Ängstlichkeit einen Einfluss auf die Rezeption von rechtspopulistischer Wahlwerbepлакate hat, die eine von Ausländern ausgehende Bedrohung darstellen. Ein besonderer Fokus liegt dabei auf möglichen Effekten auf die Akkulturationsorientierungen der Betrachter und auf deren Vermutungen bezüglich der von Zuwanderern präferierten Akkulturationsorientierungen. Zwar konnten mehrere Effekte des Persönlichkeitsmerkmals der Ängstlichkeit nachgewiesen werden, allerdings ließen sich im Laufe der Untersuchungen Effekte der rechtspopulistischen Wahlwerbepлакate empirisch nicht nachweisen. Mögliche Gründe für das Ausbleiben messbarer Effekte sollen im Folgenden diskutiert werden.

Stichprobe. Das Durchschnittsalter der Grundgesamtheit ($M = 43.47$, $SD = 13.96$) entsprach nahezu dem der österreichischen Gesellschaft, welches im Jahr 2018 bei 42,6 Jahren lag (Bundesanstalt Statistik Österreich, 2018). Mit 63,7% an Personen, die einen Pflichtschulabschluss, eine Lehrlingsausbildung oder eine mittlere Schule als höchste Bildung angegeben haben ist die Stichprobe als eher niedrig gebildet anzusehen. Nur 14,3% der TeilnehmerInnen gaben an einen Universitäts- oder Fachhochschulabschluss zu besitzen. Es existiert mit 51,6% ein minimaler Überhang an weiblichen Probanden. Zusätzlich haben die TeilnehmerInnen häufig Kontakt mit Ausländern ($M = 4.85$, $SD = 1.7$, Range 1-7).

Ein möglicher Grund für das Ausbleiben messbarer signifikanter Effekte der Wahlwerbepлакate ist unter anderem die Größe der Stichprobe. Mit 91 gültigen Fällen ist die Stichprobe für das vorliegende Forschungsdesign als relativ klein anzusehen. Dadurch ist es möglich, dass signifikante Effekte zwischen den experimentellen Gruppen nicht messbar waren und in weiterer Folge Hypothesen aus diesem Grund nicht bestätigt werden konnten.

Zusätzlich zu diesem Aspekt hat die Grundgesamtheit überdurchschnittlich negative explizite Einstellungen gegenüber Ausländern ($M = 5.43$, $SD = 1.60$, Range 1-7), was dazu geführt haben kann, dass signifikante Effekte der Wahlwerbepлакate auf die expliziten Einstellungen gegenüber Ausländern nicht messbar waren.

Stimulusmaterial. Da sich keinerlei signifikanten Haupteffekte der ökonomischen oder symbolischen Bedrohung finden ließen liegt die Vermutung nahe, dass dies aufgrund des Stimulusmaterials der Fall sein könnte. Die dargestellten (Wahl-)werbeplakate sollten von den TeilnehmerInnen bewertet werden, nach den Aspekten Glaubwürdigkeit, Professionalität und ob es sich um ein gutes oder schlechtes Wahlwerbeplakat handelt (der Kontrollgruppe wurden keine Wahlwerbeplakate, sondern neutrale Werbungen von Handyanbietern oder Haushaltswarenanbietern gezeigt). TeilnehmerInnen mit einer dargestellten symbolischen ($M = 3.59$, $SD = 1.85$) oder ökonomischen Bedrohung ($M = 3.59$, $SD = 1.85$) sprachen den FPÖ-Plakaten eine höhere Glaubwürdigkeit aus, als den zwischen den bedrohlichen Plakaten gezeigten neutralen Wahlwerbungen von SPÖ, ÖVP und Grünen (Gruppe – Symbolische Bedrohung: $M = 4.35$, $SD = 1.10$; Gruppe – Ökonomische Bedrohung: $M = 3.86$, $SD = 1.37$). Die höchste Glaubwürdigkeit konnte bei der Kontrollgruppe festgestellt werden, welcher keinerlei Wahlwerbeplakate präsentiert wurden ($M = 2.83$, $SD = .85$). In Bezug auf die Professionalität oder die Gesamtbewertung konnten keine nennenswerten Unterschiede zwischen FPÖ-Plakaten und den neutralen Wahlwerbungen gefunden werden. Insgesamt kann festgestellt werden, dass das Stimulusmaterial von allen Teilnehmergruppen überwiegend als glaubwürdig und gut eingeschätzt wurden. Einzig die Gruppe der symbolischen Bedrohung empfand die dargestellten Wahlwerbeplakate als unprofessionell ($M = 4.20$, $SD = 1.67$).

Methode. Aufgrund eines methodischen Fehlers konnte der im Fragebogen integrierte Manipulation-Check keinen Rückschluss darauf geben, ob die Manipulation durch das Stimulusmaterial bei der jeweiligen experimentellen Gruppe in einem ausreichenden Maß stattgefunden hat. Vor allem auf die Gefahr hin, dass Probanden ökonomische und symbolisch-kulturelle Bedrohungen vermischen. Um diesem Problem entgegen zu treten wurden ausschließlich Fälle zur Auswertung einbezogen, bei denen die Probanden die Fragen zum Inhalt der Wahlwerbeplakate auf einer sieben-stufigen Likert Skala mit mindestens vier von sieben Punkten erkannt haben. Die Frage für Personen aus der Gruppe mit der symbolischen Bedrohung lautete hier zu „In den gezeigten Wahlwerbungen der FPÖ ging es INHALTLICH darum, dass zu viele Ausländer die österreichischen Werte gefährden.“ (Range 1-7, „trifft voll und ganz zu“ – „trifft überhaupt nicht zu“). Die Frage für Personen aus der Gruppe mit der ökonomischen Bedrohung lautete „In den gezeigten Wahlwerbungen der FPÖ ging es INHALTLICH darum,

dass das Sozialsystem unter der Last von zu vielen Migranten zusammenbricht.“ (Range 1-7, „trifft voll und ganz zu“ – „trifft überhaupt nicht zu“). Personen, die auf der Skala 5, 6 oder 7 angegeben haben wurden von der Auswertung ausgeschlossen, da davon auszugehen ist, dass bei ihnen die experimentelle Manipulation nicht ausreichend funktioniert hat. Aus diesem Grund wurden 17 Fälle aus dem ursprünglichen Datensatz entfernt. Es bleibt anzumerken, dass somit ein funktionsfähiger Manipulation Check nicht vorhanden war und nicht mit vollständiger Sicherheit behauptet werden kann, ob die Wahlwerbeplakate auch den erhofften Effekt bei den Betrachtern ausgelöst haben.

Des Weiteren muss die Frage gestellt werden, ob die beiden verwendeten Skalen, die HCAS und eine modifizierte Version der IAS, das richtige Instrument für die Erhebung der Akkulturationsorientierungen darstellen. In Teilen der Forschung wird trotz der Anerkennung der HCAS und der IAS auf eine deutlich kürzere Möglichkeit zurückgegriffen, Probanden einzelnen Akkulturationsorientierungen zuzuordnen. Dabei werden zumeist auf die zwei von Berry genannten Dimensionen Kultur und Kontakt zurückgegriffen und jeweils eine geschlossene Frage zu diesen Dimensionen gestellt (siehe Kapitel 3.1). Allerdings lässt sich mit dieser Methode nicht die Ausprägung einer einzelnen Akkulturationsorientierung feststellen.

9.2 Implikationen für zukünftige Forschungen

Ob rechtspopulistische Wahlwerbeplakate, die eine von Ausländer ausgehende Bedrohung darstellen anders auf Personen mit einer erhöhten Ängstlichkeit wirken als bei Personen mit einer niedrigen Ängstlichkeit konnte in der vorliegenden Studie nicht nachgewiesen werden. Es ließen sich Haupteffekte einer erhöhten Ängstlichkeit empirisch nachweisen, doch traten diese unter allen experimentellen Bedingungen auf. Durch eine Vergrößerung der Stichprobe und dem damit einhergehenden Vergrößern der jeweiligen experimentellen Gruppen und der Kontrollgruppe könnten in zukünftigen Studien eventuell vorhandene Effekte messbar und interpretierbar gemacht werden. Zusätzlich dazu sollte auf die Integration eines Manipulation Checks geachtet werden, um deutlich erkennbar zu machen, ob die dargestellten Wahlwerbeplakate auch den gewünschten Effekt in ausreichender Form auslösen.

Dass sich, entgegen vorheriger Studien (Arendt u. a., 2013; Matthes & Marquart, 2013; Schemer, 2010) kein Effekt auf die expliziten Einstellungen gegenüber Ausländern nach der Rezeption der Wahlwerbeplakate messen ließen, lässt die möglicherweise

damit erklären, dass die expliziten Einstellungen gegenüber Ausländern innerhalb der hier vorliegenden Stichprobe überdurchschnittlich negativ ausfielen, wodurch mögliche Effekte nicht mehr empirisch messbar waren. Durch eine Vergrößerung der Stichprobe und eine größere Ausgewogenheit bei den formalen Bildungsabschlüssen könnte dieses Problem in zukünftigen Studien eventuell eingegrenzt werden. Zusätzlich dazu wäre eine Untersuchung der bereits in der Theorie besprochenen impliziten Einstellungen gegenüber Ausländern von hohem Interesse und in wie fern hier eine erhöhte Ängstlichkeit bei der Rezeption der Wahlwerbepлакate moderierend fungiert.

Auch wenn sich in der vorliegenden Studie keine Effekte der rechtspopulistischen Wahlwerbepлакate auf die Akkulturationsorientierungen der Betrachter feststellen ließen, zeigen vorausgehende Studien, dass wahrgenommene Bedrohungen sehr wohl einen Einfluss auf die Akkulturationsorientierungen haben können (Piontkowski u. a., 2002). Auch in diesem Zusammenhang wäre eine Vergrößerung der Stichprobe, auch um mehr Probanden mit einer erhöhten Ängstlichkeit zu erhalten, sinnvoll. Ein zusätzlich durchgeführter Pre-Test und ein darin enthaltener Manipulation Check sollte im Vorhinein verifizieren, dass die dargestellte Bedrohung den erwünschten Effekt bei den Rezipienten hat.

Die Frage nach den Auswirkungen von einer medial vermittelten Bedrohung der Kultur und der ökonomischen Ressourcen der Aufnahmegesellschaft durch Zuwanderung, ist so aktuell wie nie zuvor. In der aktuell vorherrschenden Debatte, in der sogar der Präsident des deutschen Bundesverfassungsgerichts Voßkuhle eine Verrohung der politischen Sprache bemängelt (Forudastan & Janisch, 2018), stellt sich die wissenschaftlich untersuchenswerte Frage, wie sich diese medial vermittelte Sprache, in der Zuwanderer von Politikern als Bedrohung dargestellt werden, auf die Akkulturationsorientierungen und die Einstellungen ihrer Zuhörer auswirkt.

10. Literaturverzeichnis

- Arendt, F., Marquart, F., & Matthes, J. (2013). Investigating the Effects of Right-Wing Populist Political Posters on Implicit and Explicit Stereotypes.
- Barrette, G., Bourhis, R., Personnaz, M., & Personnaz, B. (2004). Acculturation orientations of French and North African undergraduates in Paris. *International Journal of Intercultural Relations*, 28.
- Becker, E. (2011). *Angst*. München: Reinhardt.
- Berry, J. (1990). Psychology of Acculturation: Understanding Individuals Moving Between Cultures. In R. Brislin, *Applied Cross-Cultural Psychology*. California: SAGE Publications, Inc.
- Birman, D. (1994). Acculturation and human diversity in a multicultural society. In *Human diversity: Perspectives on people in context*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Bourhis, R., Barrette, G., El-Geledi, S., & Schmidt, R. (2009). Acculturation Orientations and Social Relations Between Immigrant and Host Community Members in California. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 40(3).
- Bourhis, R., & Bougie, E. (1998). Le modèle d'acculturation interactif: Une étude exploratoire. [The interactive acculturation model: An exploratory study.]. *Revue Québécoise de Psychologie*, 19(3).
- Bourhis, R., Moise, Perreault, & Sénécal. (1997). Immigration und Multikulturalismus in Kanada: Die Entwicklung eines interaktiven Akkulturationsmodells.
- Bourhis, R., Moise, Perreault, & Senecal. (1997). Towards an Interactive Acculturation Model: A Social Psychological Approach. *International Journal of Psychology*, 32(6).
- Bourhis, R., & Montreuil, A. (2004). Perceived Threat and Host Community Acculturation Orientations toward Immigrants: Comparing Flemings in Belgium and Francophones in Quebec. *Canadian Ethnic Studies Journal*.
- Bourhis, R., & Montreuil, A. (2016). Methodological issues related to the Host Community Acculturation Scale (HCAS) and the Immigrant Acculturation Scale (IAS): An update. Département de Psychologie, Université du Québec à Montréal.
- Bundesanstalt Statistik Österreich. (2018). *Bevölkerung Österreichs am 1.1.2018* (Pressemittteilung No. 11.784-095/18). Wien.

- Bundeswahlbehörde. (2013). Verlautbarung: Ergebnis der österreichischen Nationalratswahl 2014. Wien: Bundesministerium für Inneres.
- Bundeswahlbehörde. (2017). Nationalratswahl vom 15. Oktober 2017 Verlautbarung der Bundeswahlbehörde. Abgerufen 13. Juni 2018 von https://www.bmi.gv.at/412/Nationalratswahlen/Nationalratswahl_2017/files/Verlautbarung_BWB_endgErg_inkl_3_Ermittlungsverfahren_NRW17.pdf
- Bundeswahlleiter. (2017). Ergebnisse Bundestagswahl 2017. Abgerufen 24. Juli 2018, von <https://www.bundeswahlleiter.de/bundestagswahlen/2017/ergebnisse/bund-99.html>
- Clifton, J. P. (2011). *The Role of Intergroup Threat in Attitudes Toward Same-sex Marriage and Its Beneficiaries*. Humboldt State University.
- Forudastan, F., & Janisch, W. (2018, Juli 25). Es geht häufig um gefühltes Recht. *sueddeutsche.de*. Abgerufen 28. Juli 2018 von <https://www.sueddeutsche.de/politik/bundesverfassungsrichter-andreas-vosskuhle-es-geht-haeufig-um-gefuehltes-recht-1.4067146?reduced=true>
- Fountoulakis, K., Papadopoulou, M., Kleanthous, S., Papadopoulou, A., Bizeli, V., Agori, G., ... Kaprinis, G. (2003). Reliability and psychometric properties of the Greek translation of the State-Trait Anxiety Inventory form Y: Preliminary data. *Annals of General Hospital Psychiatry, 5*.
- Freiheitliche Partei Österreich. (2008). FPÖ Wahlprogramm. Österreich im Wort. Auswahl und Zusammenfassung inhaltlicher Ziele der Freiheitlichen Partei Österreichs für die neue Legislaturperiode.
- Freiheitliche Partei Österreich. (2013). Die FPÖ präsentiert ihr Programm für die Wahl 2013. *Neue Freie Zeitung*.
- Frindte, W. (2013). *Soziale Konstruktionen: Sozialpsychologische Vorlesungen*. Berlin: Springer.
- Gawronski, B., & Bodenhausen, G. V. (2006). Associative and propositional processes in evaluation: an integrative review of implicit and explicit attitude change. *Psychological Bulletin, 132*(5).
- Grimm, J. (2009). State-Trait-Anxiety Inventory nach Spielberger. Deutsche Lang- und Kurzversion. *Methodenforum der Universität Wien: MF-Working Paper*.
- Heckmann, F. (1992). *Ethnische Minderheiten, Volk und Nation. Soziologie interethnischer Beziehungen*. Stuttgart: Enke.

- Hogen, H. (Hrsg.). (2001). *Der Brockhaus Psychologie: Fühlen, Denken und Verhalten verstehen*. Mannheim: F.A. Brockhaus.
- Jammal, E., & Schwegler, U. (2007). *Interkulturelle Kompetenz im Umgang mit arabischen Geschäftspartnern: Ein Trainingsprogramm*. (1. Auflage). Bielefeld: transcript.
- Kämpfe, N. (2005). Konstruktvalidierung von sozialen Einstellungen aus impliziten und expliziten Einstellungsmessungen. Jena: Universität Jena
- Laux, L., Glanzmann, P., Schaffner, P., & Spielberger, C. (1981). *STAI State-Trait-Angstinventar*. Belztest.
- Lewandowsky, M. (2017). Rechtspopulismus. *Bürger & Staat*, (1–2017), 4.
- Matthes, P. D. J., & Marquart, F. (2013). Werbung auf niedrigem Niveau? *Publizistik*, 58(3).
- Meyer, W.-U., & Horstmann, G. (2006). Emotion. In K. Pawlik (Hrsg.), *Handbuch Psychologie: Wissenschaft - Anwendung - Berufsfelder*. Berlin: Springer.
- Montreuil, A., & Bourhis, R. (2001). Majority Acculturation Orientations Toward “Valued” and “Devalued” Immigrants. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 32(6).
- Morschitzky, H. (2009). Erklärungsmodelle für Angststörungen. In *Angststörungen*. Wien: Springer.
- Muzafer Sherif. (1966). *Group Conflict and Cooperation: Their Social Psychology*. London: Routledge & Kegan Paul.
- Oudenhoven, J. P. V., Prins, K. S., & Buunk, B. P. (1998). Attitudes of minority and majority members towards adaptation of immigrants. *European Journal of Social Psychology*, 28(6).
- Phinney, J. S., Horenczyk, G., Liebkind, K., & Vedder, P. (2001). Ethnic Identity, Immigration, and Well-Being: An Interactional Perspective. *Journal of Social Issues*, 57(3).
- Piontkowski, U., Florack, A., Hoelker, P., & Obdržálek, P. (2000). Predicting acculturation attitudes of dominant and non-dominant groups. *International Journal of Intercultural Relations*, 24(1).
- Piontkowski, U., Rohmann, A., & Florack, A. (2002). Concordance of Acculturation Attitudes and Perceived Threat. *Group Processes & Intergroup Relations*, 5(3).
- Polizei Sachsen - Polizeidirektion Dresden - Polizeieinsatz. (2015). Abgerufen 7. April 2015, von http://www.polizei.sachsen.de/de/MI_2015_33890.htm

- Roccas, S., Horenczyk, G., & Schwartz, S. (2000). Acculturation discrepancies and well-being: The moderating role of conformity. *European Journal of Social Psychology* 30.
- Schemer, C. (2010). Der affektive Einfluss von politischer Werbung in Kampagnen auf Einstellungen. *Medien- & Kommunikationswissenschaft*, Jg. 58(2).
- Schemer, C., Wirth, W., & Matthes, J. (2010). Kognitive und affektive Einflüsse auf Einstellungen in direktdemokratischen Kampagnen. In T. Faas, K. Arzheimer, & S. Roßteutscher (Hrsg.), *Information – Wahrnehmung – Emotion*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Schölmerich, A., & Hülser, K. (2006). Spezielle Entwicklungspsychologie: Emotionale, soziale und Persönlichkeitsentwicklung. In K. Pawlik (Hrsg.), *Handbuch Psychologie: Wissenschaft - Anwendung - Berufsfelder*. Berlin: Springer.
- Schrangl, G. (2012). *Objektive und subjektive Elemente der Fremd- und Selbstwahrnehmung: Entwicklung interkultureller Lernangebote und deren Evaluation mittels impliziter und expliziter Maße / Gerhard Schrangl*. Berlin: Logos-Verlag
- Social Science Research Council. (1954). Acculturation: An Exploratory Formulation. *American Anthropologist*, 56(6).
- Spielberger, C. (1972a). ANXIETY AS AN EMOTIONAL STATE. In *Anxiety - Current Trends in Theory and Research, Volume 1* (S. 23–49). Academic Press.
- Spielberger, C. (1972b). *Needed Research on Stress and Anxiety. A Special Report*.
- Spielberger, C. (1985). Assessment of state and trait anxiety: Conceptual and methodological issues. *Southern Psychologist*, 2(4).
- Spielberger, C., & Edwards, C. D. (1973). *Preliminary test manual for the State-trait anxiety inventory for children: („How-I-feel questionnaire“)*. Palo Alto: Consulting Psychologists Press.
- Spielberger, C., Gonzalez-Reigosa, F., Martinez-Urrutia, A., Natalicio, L. F. S., & Natalicio, D. S. (2017). DEVELOPMENT OF THE SPANISH EDITION OF THE STATE-TRAIT ANXIETY INVENTORY. *Revista Interamericana de Psicología/Interamerican Journal of Psychology*, 5(3 & 4).
- Stephan, W. G., Diaz-Loving, R., & Duran, A. (2000). Integrated Threat Theory and Intercultural Attitudes: Mexico and the United States. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 31(2).

- Stephan, W. G., Stephan, C. W., & Gudykunst, W. B. (1999). Anxiety in intergroup relations: a comparison of anxiety/uncertainty management theory and integrated threat theory. *International Journal of Intercultural Relations*, 23(4).
- UNHCR. (2017). *GLOBAL TRENDS - Forced Displacement In 2016*. Geneva: UNHCR. Abgerufen 8. Juli 2018 von <http://www.unhcr.org/dach/wp-content/uploads/sites/27/2017/06/GlobalTrends2016.pdf>
- van Osch, Y. M. J., & Breugelmans, S. M. (2012). Perceived Intergroup Difference as an Organizing Principle of Intercultural Attitudes and Acculturation Attitudes. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 43(5).
- Virchow, F., Langebach, M., & Häusler, A. (2016). *Handbuch Rechtsextremismus*. Berlin: Springer.
- Wirth, W. (2005). Media and Emotions. *Communication Research Trends*, Volume 24(3).
- Zagefka, H., & Brown, R. (2002). The relationship between acculturation strategies, relative fit and intergroup relations: immigrant-majority relations in Germany. *European Journal of Social Psychology*, 32(2).
- Zick, A. (2010). *Psychologie der Akkulturation*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

10.1 Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1. Wahlwerbeplakate: Symbolische Bedrohung #1	40
Abbildung 2. Wahlwerbeplakat: Symbolische Bedrohung #2.....	40
Abbildung 3. Wahlwerbeplakate: Symbolische Bedrohung #3	41
Abbildung 4. Wahlwerbeplakat: Ökonomische Bedrohung #1	42
Abbildung 5. Wahlwerbeplakat: Ökonomische Bedrohung #2	42
Abbildung 6. Wahlwerbeplakat: Ökonomische Bedrohung #3	42
Abbildung 7. Einfluss: State-Angst.....	48
Abbildung 8. Einfluss: Expliziten Einstellungen gegenüber Ausländern.....	49
Abbildung 9. Einfluss: Akkulturationsorientierung Assimilation-Segregation-Exklusion	51
Abbildung 10. Einfluss: Akkulturationsorientierung Assimilation.....	52
Abbildung 11. Einfluss: Akkulturationsorientierung Segregation.....	53
Abbildung 12. Einfluss: Akkulturationsorientierung Exklusion.....	54
Abbildung 13. Einfluss: Akkulturationsorientierung Integration	55
Abbildung 14. Einfluss: Akkulturationsorientierung Individualisierung	56
Abbildung 15. Einfluss: Vermutete Akkulturationsorientierung Separation.....	57
Abbildung 16. Einfluss: Vermutete Akkulturationsorientierung Marginalisierung.....	58
Abbildung 17. Einfluss: Vermutete Akkulturationsorientierung Individualisierung	59
Abbildung 18. Einfluss: Vermutete Akkulturationsorientierung Integration	60
Abbildung 19. Einfluss: Vermutete Akkulturationsorientierung Assimilation.....	61
Abbildung 20. Einfluss: State-Angst bei älteren Probanden	67
Abbildung 21. Einfluss: State-Angst bei jüngeren Probanden	68

10.2 Tabellenverzeichnis

Tabelle 1. Modelle der Akkulturation nach Berry (Berry, 1990)	19
Tabelle 2. Zweidimensionales Modell der Akkulturationsorientierungen in Anlehnung an Bourhis et al. 1997 (Bourhis, Moise, Perreault, & Senécal, 1997)	20
Tabelle 3. Akkulturationsorientierungen aus Aufnahme- und Zuwanderungsgesellschaft nach (Bourhis, Moise, Perreault, & Senecal, 1997)	22
Tabelle 4. STAI-Y1 zur Erhebung der State-Angst nach Spielberger (1983)	29
Tabelle 5. STAI-Y2 zur Erhebung der Trait-Angst nach Spielberger (1983)	30
Tabelle 6. Reliabilitätsanalyse der Indizes	47
Tabelle 7. Übereinstimmung der Akkulturationsorientierungen nach dem IAM	63
Tabelle 8. Die Akkulturationsorientierungen (gruppiert).....	64
Tabelle 9. Die bei Zuwanderern vermuteten Akkulturationsorientierungen (gruppiert).....	65

11. Anhang

11.1 Fragebogen



0% ausgefüllt

Liebe Teilnehmerin, lieber Teilnehmer!

Ich freue mich über Ihr Interesse, an dieser wissenschaftlichen Studie des Instituts für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft der Universität Wien teilzunehmen!

Bei dieser Studie geht es um die Bewertung von Werbeanzeigen. Ich möchte Sie bitten, alle Fragen aufmerksam zu lesen und zu beantworten. **Alle Angaben werden vollkommen anonym behandelt.** Es sind also keinerlei Rückschlüsse auf Ihre Person möglich! Bitte beantworten Sie alle Fragen nach Ihrem eigenen Gefühl, richtige Antworten gibt es nämlich nicht.

Vielen Dank!

Weiter

[David Reichert](#), Universität Wien – 2018

Zu Beginn ein paar Fragen zu Ihnen selbst und Ihrer aktuellen Lebenssituation. Bitte geben Sie an, wie oft folgende Aussagen auf Sie zutreffen. Bei „fast nie“ kreuzen Sie ganz links, bei „fast immer“ ganz rechts an. Mit den Kästchen dazwischen können Sie abstufen.

	fast nie						fast immer
Ich werde schnell müde	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich bin zufrieden	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich verpasse günstige Gelegenheiten, weil ich mich nicht schnell genug entscheiden kann	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich fühle mich geborgen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich werde nervös und unruhig, wenn ich an meine derzeitigen Angelegenheiten denke	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich glaube, mir geht es schlechter als anderen Leuten	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mir fehlt es an Selbstvertrauen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich bin glücklich	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Unwichtige Gedanken gehen mir durch den Kopf und bedrücken mich	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich neige dazu, alles schwer zu nehmen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Weiter

Geben Sie bitte die folgenden Angaben zu ihrer Person an:

- Männlich
- Weiblich

Wie alt sind Sie?

Welches ist die höchste Ausbildung oder das höchste Abschlusszeugnis, das Sie erlangt haben?

- Pflichtschule
- Lehrlingsausbildung
- Berufsbildende mittlere Schule (HAS, Landwirtschaftliche Fachschule, etc.)
- Allgemeinbildende höhere Schule
- Kolleg
- Berufs- und Lehrerbildende Akademie (Pädagogische Hochschule)
- Universität, Fachhochschule
- Anderer Abschluss:

Weiter

Nun schauen Sie sich bitte die folgenden Wahlwerbepлакate an. Im Anschluss haben Sie jeweils die Möglichkeit eine Bewertung abzugeben. Folgen Sie einfach Ihren spontanen Eindrücken, auch wenn Sie nicht ganz sicher sind.



Inwiefern treffen Ihrer Meinung nach die folgenden Eigenschaften auf dieses Werbeplakat zu? Sie können jeweils auf einer Skala von 1 bis 7 abstimmen. Folgen Sie einfach Ihrem spontanen Eindruck.

glaubwürdig	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	unglaubwürdig
professionell	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	unprofessionell
gut	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	schlecht

Weiter

Nun schauen Sie sich bitte die folgenden Wahlwerbepлакate an. Im Anschluss haben Sie jeweils die Möglichkeit eine Bewertung abzugeben. Folgen Sie einfach Ihren spontanen Eindrücken, auch wenn Sie nicht ganz sicher sind.



Inwiefern treffen Ihrer Meinung nach die folgenden Eigenschaften auf dieses Werbeplakat zu? Sie können jeweils auf einer Skala von 1 bis 7 abstimmen. Folgen Sie einfach Ihrem spontanen Eindruck.

glaubwürdig	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	unglaubwürdig
professionell	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	unprofessionell
gut	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	schlecht

Weiter

Nun schauen Sie sich bitte die folgenden Wahlwerbeplakate an. Im Anschluss haben Sie jeweils die Möglichkeit eine Bewertung abzugeben. Folgen Sie einfach Ihren spontanen Eindrücken, auch wenn Sie nicht ganz sicher sind.



Inwiefern treffen Ihrer Meinung nach die folgenden Eigenschaften auf dieses Werbeplakat zu? Sie können jeweils auf einer Skala von 1 bis 7 abstimmen. Folgen Sie einfach Ihrem spontanen Eindruck.

glaubwürdig	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	unglaubwürdig
professionell	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	unprofessionell
gut	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	schlecht

Weiter

Nun schauen Sie sich bitte die folgenden Wahlwerbeplakate an. Im Anschluss haben Sie jeweils die Möglichkeit eine Bewertung abzugeben. Folgen Sie einfach Ihren spontanen Eindrücken, auch wenn Sie nicht ganz sicher sind.



Inwiefern treffen Ihrer Meinung nach die folgenden Eigenschaften auf dieses Werbeplakat zu? Sie können jeweils auf einer Skala von 1 bis 7 abstufen. Folgen Sie einfach Ihrem spontanen Eindruck.

glaubwürdig	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>	unglaubwürdig
professionell	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>	unprofessionell
gut	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>	schlecht

Weiter

Nun schauen Sie sich bitte die folgenden Wahlwerbeplakate an. Im Anschluss haben Sie jeweils die Möglichkeit eine Bewertung abzugeben. Folgen Sie einfach Ihren spontanen Eindrücken, auch wenn Sie nicht ganz sicher sind.



Inwiefern treffen Ihrer Meinung nach die folgenden Eigenschaften auf dieses Werbeplakat zu? Sie können jeweils auf einer Skala von 1 bis 7 abstimmen. Folgen Sie einfach Ihrem spontanen Eindruck.

glaubwürdig	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	unglaubwürdig
professionell	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	unprofessionell
gut	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	schlecht

Weiter

Nun schauen Sie sich bitte die folgenden Wahlwerbeplakate an. Im Anschluss haben Sie jeweils die Möglichkeit eine Bewertung abzugeben. Folgen Sie einfach Ihren spontanen Eindrücken, auch wenn Sie nicht ganz sicher sind.



Inwiefern treffen Ihrer Meinung nach die folgenden Eigenschaften auf dieses Werbeplakat zu? Sie können jeweils auf einer Skala von 1 bis 7 abstufen. Folgen Sie einfach Ihrem spontanen Eindruck.

glaubwürdig	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	unglaubwürdig
professionell	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	unprofessionell
gut	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	schlecht

Weiter

Wie sehr treffen die folgenden Gefühlsbeschreibungen im Moment auf Sie zu? Kreuzen Sie das auf Sie passende Kästchen an. Es gibt keine richtigen oder falschen Antworten. Überlegen Sie bitte nicht lange und entscheiden Sie dann, wie stark das betreffende Gefühl im Moment bei Ihnen vorhanden ist.

	überhaupt nicht						ganz und gar
Ich bin ruhig	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich fühle mich angespannt	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich bin aufgeregt	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich fühle mich ausgeruht	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich fühle mich selbstsicher	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich bin nervös	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich bin verkrampft	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich bin besorgt	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich bin vergnügt	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Weiter

Die nächsten Fragen beschäftigen sich mit Ihrer Meinung zum Thema Ausländerinnen und Ausländer in Österreich. Bitte geben Sie an, inwiefern Sie den folgenden Aussagen zustimmen.

	stimme überhaupt nicht zu						stimme voll und ganz zu
Zu viele Ausländer schaden Österreich	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Der Ausländeranteil in Österreich ist zu hoch	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich finde, die Einwanderung von Ausländern nach Österreich sollte stärker reguliert werden	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

[Weiter](#)

Bei den folgenden Fragen geht es um die KULTUR, die WERTE und die BRÄUCHE von FLÜCHTLINGEN, DIE IN ÖSTERREICH LEBEN.

Bitte geben Sie ihre Meinung je nach Zustimmung ab. Bei "stimme überhaupt nicht zu" kreuzen Sie ganz links, bei "stimme voll und ganz zu" ganz rechts an. Mit den Kästchen dazwischen können Sie abstufen.

Bezüglich der Kultur von Flüchtlingen, die in Österreich leben..

	Stimme überhaupt nicht zu							Stimme voll und ganz zu
Flüchtlinge sollten ihre Herkunftskultur ablegen und die österreichische vollständig übernehmen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Flüchtlinge sollten ihre eigene Kultur beibehalten, allerdings gleichzeitig die österreichische Kultur annehmen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Flüchtlinge sollten weder ihre Kultur beibehalten noch die österreichische übernehmen, denn so oder so steht fest, dass weniger Flüchtlinge in Österreich leben sollten.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Flüchtlinge können gerne ihre Kultur beibehalten solange sich diese nicht mit der österreichischen Kultur vermischt.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ob Flüchtlinge ihre Kultur beibehalten oder die österreichische übernehmen macht keinen Unterschied, da jeder die Kultur ausleben soll, die er oder sie möchte.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Bezüglich der Bräuche von Flüchtlingen, die in Österreich leben..

	Stimme überhaupt nicht zu							Stimme voll und ganz zu
Flüchtlinge können ihre Bräuche beibehalten solange sie diese nicht mit österreichischen Bräuchen vermischen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Flüchtlinge sollten ihre eigenen Bräuche beibehalten können, allerdings gleichzeitig auch österreichische übernehmen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ob Flüchtlinge ihre Bräuche beibehalten oder die österreichischen übernehmen macht keinen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Unterscheid, da jeder nach den Bräuchen leben sollte, die er oder sie möchte.

Flüchtlinge sollten ihre Bräuche aufgeben und stattdessen die österreichischen Bräuche vollständig übernehmen.

Flüchtlinge sollten weder ihre Bräuche beibehalten noch die österreichischen übernehmen, denn so oder so steht fest, dass weniger Flüchtlinge in Österreich leben sollten.

Bezüglich der Werte von Flüchtlingen, die in Österreich leben..

	Stimme überhaupt nicht zu	Stimme voll und ganz zu
Ob Flüchtlinge ihre Werte beibehalten oder die österreichischen übernehmen macht keinen Unterschied, da jeder nach den Werten leben sollte, die er oder sie möchte.	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>	
Flüchtlinge können ihre Werte gerne beibehalten solange sich diese nicht mit den österreichischen vermischen.	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>	
Flüchtlinge sollten ihre ursprünglichen Werte beibehalten können allerdings gleichzeitig auch die österreichischen übernehmen.	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>	
Flüchtlinge sollten ihre Werte aufgeben und stattdessen die österreichischen Werte vollständig übernehmen.	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>	
Flüchtlinge sollten weder ihre Werte beibehalten noch die österreichischen übernehmen, denn so oder so steht fest, dass weniger Flüchtlinge in Österreich leben sollten.	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>	

Weiter

Bei den folgenden Fragen geht es darum, wie Ihrer Meinung nach FLÜCHTLINGE mit ihrer EIGENEN und DER ÖSTERREICHISCHEN KULTUR, den WERTEN und den BRÄUCHEN umgehen.

Bitte geben Sie ihre Meinung je nach Zustimmung ab. Bei "stimme überhaupt nicht zu" kreuzen Sie ganz links, bei "stimme voll und ganz zu" ganz rechts an. Mit den Kästchen dazwischen können Sie abstimmen.

Bezüglich der Kultur von Flüchtlingen, die in Österreich leben..

	Stimme überhaupt nicht zu							Stimme voll und ganz zu
Flüchtlinge wollen lieber ihre eigene kulturelle Herkunft beibehalten, als die österreichische Kultur zu übernehmen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Flüchtlinge möchten sowohl ihre eigene Kultur beibehalten, als wesentliche Merkmale der österreichischen Kultur übernehmen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Flüchtlinge sind gewillt ihre eigene Kultur aufzugeben und stattdessen die österreichische übernehmen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Flüchtlinge wollen weder ihre eigene Kultur beibehalten, noch die österreichische übernehmen, da sie sich mit keiner von beiden wohlfühlen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Flüchtlingen ist sowohl die eigene als auch die österreichische Kultur egal, da es ihnen hauptsächlich um ihre persönlichen Bedürfnisse und Erwartungen geht.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Bezüglich der Werte von Flüchtlingen, die in Österreich leben..

	Stimme ich überhaupt nicht zu							Stimme ich voll und ganz zu
Flüchtlinge wollen weder ihre eigenen Werte beibehalten, noch die der Österreicher übernehmen, da sie sich mit keinen von beiden wohl fühlen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Wie hoch ist Ihr Interesse an Politik?

Sehr hoch Sehr niedrig

Wie würden Sie ihre politische Gesinnung einschätzen?

Sie können Ihre politische Gesinnung zwischen „eher links“ und „eher rechts“ abstufen.

Eher links Eher rechts

Haben Sie die österreichische Staatsbürgerschaft?

Ja Nein

Wie denken Sie über die FPÖ?

Sehr positiv Neutral Sehr negativ

Wie oft haben Sie mit Ausländern zu tun?

Sehr häufig Sehr selten

Und was meinen Sie, wie viele Ausländer wohnen in Ihrer Wohngegend, sehr wenige oder sehr viele?

Sehr wenige Sehr viele

Weiter

In den gezeigten Wahlwerbungen der FPÖ ging es **INHALTLICH** darum, dass das Sozialsystem unter der Last von zu vielen Migranten zusammenbricht.

trifft voll und ganz zu trifft überhaupt nicht zu

[Weiter](#)

Flüchtlinge interessieren sich weder für die eigenen noch für die österreichischen Werte, da es ihnen vor allem um ihre persönlichen Bedürfnisse und Erwartungen geht.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Flüchtlinge wollen lieber nach ihren eigenen Werten leben, als die österreichischen zu übernehmen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Flüchtlinge sind bereit ihre ursprünglichen Werte anstelle der österreichischen aufzugeben.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Flüchtlinge wollen sowohl ihre eigenen Werte beibehalten, als auch grundlegende österreichische Werte übernehmen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Bezüglich der Bräuche von Flüchtlingen, die in Österreich leben..

	Stimme ich überhaupt nicht zu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Stimme ich voll und ganz zu
Flüchtlinge wollen sowohl ihre eigenen Bräuche beibehalten, als auch grundlegende österreichische Bräuche übernehmen.		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Flüchtlinge wollen lieber ihre eigenen Bräuche beibehalten, als die österreichischen zu übernehmen.		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Flüchtlinge wollen weder ihren eigenen Bräuchen beibehalten, noch die der Österreicher übernehmen, da sie sich mit keinen von beiden wohl fühlen.		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Flüchtlinge interessieren sich weder für die eigenen noch für die österreichischen Bräuche, da es ihnen vor allem um die persönlichen Bedürfnisse und Erwartungen geht.		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Flüchtlinge sind bereit ihre eigenen Bräuche aufzugeben und die österreichischen zu übernehmen.		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	

[Weiter](#)

Vielen Dank für Ihre Teilnahme an dieser Studie.

In der vorliegenden Studie geht es vor allem um die Wirkung von Wahlwerbepunkten auf den Betrachter. Die erhobenen Daten werden ausschließlich für Forschungszwecke verwendet. Es gibt keinerlei Auftraggeber für diese Studie.

Die gezeigten Werbeanzeigen sind allesamt fiktiv. Sie wurden ausschließlich für diese wissenschaftliche Studie entworfen und wurden niemals von den gezeigten Anbietern oder Parteien verwendet.

Bitte drücken Sie unbedingt auf die Schaltfläche 'Weiter' um Ihre Antworten zu Speichern und die Umfrage zu beenden.

[Weiter](#)

11.2 Abstract

Abstract

Rechtspopulistische Wahlwerbeplakate beinhalten oftmals eine Bedrohung der Gesellschaft durch Zuwanderer. Dabei kann unterschieden werden zwischen der Darstellung einer symbolischen Bedrohung und der Darstellung einer ökonomischen Bedrohung. In wie fern diese Inhalte von Wahlwerbeplakaten einen Einfluss auf den Akkulturationsprozess haben wurde bisher nur unzureichend untersucht. Bisherige Studien konzentrierten sich bei den Untersuchungen vor allem auf die Auswirkungen auf die expliziten und impliziten Einstellungen gegenüber Ausländern. Zusätzlich dazu greift ein Großteil der vorangehenden Studien auf Stichproben zurück, die ein überdurchschnittlich hohes Bildungsniveau aufweisen. In der vorliegenden Arbeit werden mithilfe einer experimentellen Studie die Auswirkungen von rechtspopulistischen Wahlwerbeplakaten, die eine von Ausländern ausgehende symbolische oder ökonomische Bedrohung darstellen, auf die Akkulturationsorientierungen der Betrachter und die bei Zuwanderern vermuteten Akkulturationsorientierungen untersucht. Im Laufe dieser Analyse wird die Ausprägung der Ängstlichkeit (Trait-Angst) der Betrachter berücksichtigt um mögliche Einflüsse dieses Moderators aufzeigen zu können. Es zeigt sich unter anderem, dass Personen mit einer höheren Ängstlichkeit eine signifikant höhere momentane Angst haben und sie signifikant stärker eine assimilatorisch-segregatorisch-exklusionistische Akkulturationsorientierung präferieren. Diese Ergebnisse zeigen sich allerdings unter sämtlichen experimentellen Bedingungen, weswegen ein Einfluss der rechtspopulistischen Wahlwerbeplakate in dieser Studie empirisch nicht nachgewiesen werden kann. Bei weiteren Analysen zeigte sich allerdings, dass es bei ältere Menschen nach der Rezeption von rechtspopulistischen Wahlwerbeplakaten, die eine von Ausländern ausgehende ökonomische Bedrohung darstellen, zu einem tendenziell signifikanten Anstieg der momentanen Angst (State-Angst) kommt.

Abstract (English)

Right-wing populist election posters often contain a threat to society posed by immigrants. A distinction can be made between the representation of a symbolic threat and the representation of an economic threat. To what extent these contents of election posters have an influence on the acculturation process has not yet been sufficiently investigated. Previous have mainly focused on the effects on explicit and implicit attitudes towards foreigners. In addition, a large number of the preceding studies make use of samples that show an above-average level of education. With the help of an experimental study, the effects of right-wing populist election posters, which represent a symbolic or economic threat emanating from foreigners, on the acculturation orientations of viewers and the perceived acculturation orientations of immigrants are examined. In the course of this analysis, the degree of trait anxiety of the viewer is taken into account in order to be able to show possible influences of this moderator. It is shown, among other things, that people with a higher anxiety have a significantly higher state anxiety and prefer significantly more an assimilatory-segregatory-exclusionary acculturation orientation. However, these results can be seen under all experimental conditions, which is why the influence of right-wing populist election posters on people with a high degree of trait anxiety cannot be empirically proven in this study. Further analysis, however, showed that older people tend to experience a significant increase in state anxiety following the reception of right-wing populist election posters, which represent an economic threat posed by foreigners.

11.3 Lebenslauf

Name	David Reichert, Bakk. phil.
Geburtsdatum	14.01.89
Nationalität	Deutsch
Kontakt	david.reichert@univie.ac.at

Ausbildung

Seit 10/2012	Universität Wien Magisterstudium Publizistik- und Kommunikations- wissenschaft
2008-2011	Universität Wien Bakkalaureatstudium Publizistik- und Kommunikati- onswissenschaft
2005-2008	Cusanus-Gymnasium Wittlich, DE Abitur

Beruflicher Werdegang

Seit 10/2014	Mühlbauer Kaffeeküche, Wien Geschäftsführung
10/2014-7/2016	Tutor & wiss. Mitarbeiter: Prof. Dr. Christian Steininger Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Wien
10/2013-07/2014	Tutor: Prof. Dr. Anja Hartung-Griemberg Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Wien
08/2010 - 11/2010	Assistent: Public Affairs Ketchum Pleon AG, Berlin
02/2006 - 05/2007	Finanzreferent (Ehrenamtlich) LandeschülerInnenvertretung RLP, Mainz
01/2007 - 08/2008	Lagerist Aldi Logistik Süd, Wittlich