

**Implizite Einstellungen und Bewertungen der Kandidaten-
Performance bei TV-Debatten.
Eine Analyse am Beispiel der österreichischen Nationalratswahl 2013***

David Johann (Universität Wien)

Email: david.johann@univie.ac.at

Manuskript! Bitte zitieren Sie nach der veröffentlichten Fassung:

Johann, David (2015): Implizite Einstellungen und Bewertungen der Kandidaten-
Performance bei TV-Debatten. Eine Analyse am Beispiel der österreichischen
Nationalratswahl 2013. In: Politische Psychologie/Journal of Political Psychology 4(2),
S. 188-214.

* Diese Forschungsarbeit wurde durch die Austrian National Election Study (AUTNES), einem Nationalen Forschungsnetzwerk (NFN), ermöglicht und vom Fonds zur Förderung der wissenschaftlichen Forschung (FWF) gefördert (S10902-G11). Teile dieses Beitrags basieren auf früheren Konferenzbeiträgen („Implizite Einstellungen zur FPÖ als Prädisposition des Wahlverhaltens“, präsentiert beim Tag der Politikwissenschaft 2014, Universität Wien; „Implizite Einstellungen zur FPÖ und zu Muslimen und ihre Effekte auf die Wahlentscheidung“, präsentiert beim Wahlstudientreffen AUTNES, GLES & Selects 2014, Universität Genf). Der Autor dankt den Teilnehmerinnen/Teilnehmern dieser Konferenzen für konstruktive Kritik. Darüber hinaus dankt der Autor den anonymen Gutachterinnen/Gutachtern für wertvolle Verbesserungsvorschläge, Christian Glantschnigg, Colin T. Smith und Kathrin Thomas für hilfreiches Feedback sowie Johann Gründl, Lena Raffetseder und Klaus Trenkwalder für ihre Forschungsassistenten.

Zusammenfassung englisch

Previous research on the perception and impact of campaign events such as televised debates has shown that its influence is conditional on citizens' level of political involvement and previously held explicit attitudes (e.g. Faas & Maier, 2004; Hillygus & Jackman, 2003; Maier, Faas & Maier, 2013). This article contributes to the strand of research by exploring the link between *implicit* attitudes and the perception of the TV debates. In contrast to explicit attitudes, implicit attitudes are activated automatically and outside of citizens' control (e.g. Ferguson, 2007; Gawronski & Bodenhausen, 2006; Ksiazkiewicz & Hedrick, 2013; Plischke, 2012). The article argues that relevant implicit attitudes act as a filter of perception and thus may explain at least part of the variance of citizens' evaluations of the candidates' performances in TV debates (Gawronski, Galdi & Arcuri, 2015).

This article focuses on the party leader debates in the context of the Austrian general election 2013. In particular, it investigates how implicit attitudes (a) towards the Freedom Party of Austria (FPÖ) and (b) towards Muslims affect citizens' evaluations of the performance of Heinz-Christian Strache, leader of the FPÖ, during the TV debates with his competitors Werner Faymann, leader of the Social Democratic Party of Austria (SPÖ), and Michael Spindelegger, leader of the Austrian People's Party (ÖVP). The article assumes that positive automatic associations with the FPÖ (hypothesis 1) as well as implicit preferences for non-Muslims over Muslims (hypothesis 2) come along with more positive assessments of the FPÖ candidates' performance in the TV debates. The latter hypothesis seems plausible, because the FPÖ not only addresses the topic of migration more often than other parties, but also polarizes with its explicit skepticism towards migration of Muslims (Gruber, 2014; Ivarsflaten, 2008; Pumberger, 2013).

The analysis draws on data collected by the Austrian National Election Study AUTNES (Kritzinger, Johann, Glantschnigg et al., 2016a, 2016b). Implicit attitudes towards the FPÖ were measured using a Single Category Implicit Association Test (SC-IAT) (Karpinski & Steinman, 2006), implicit attitudes towards Muslims were measured using an Affect Misattribution Procedure (AMP) (Payne, Cheng, Govorun et al., 2005). In order to test the hypotheses, Ordinary Least Square regression models were fitted.

The results indicate that implicit attitudes indeed play an important role for the perception and the assessment of the TV debates: The more positive citizens' automatic associations with the FPÖ are, the more positive is their assessment of the FPÖ leader's performance in the TV debates. Similarly, the stronger citizens' implicit preferences for non-Muslims over Muslims are, the more positive is their evaluation of Strache's performance in the debates. All in all, the article supports former research (e.g. Faas & Maier, 2013; Hillygus & Jackman, 2003; for an overview see McKinney & Carlin, 2004; Maier, Faas & Maier, 2013) showing that the influence of campaign events such as televised debates is conditional on citizens' characteristics and predispositions.

Abstract – deutsche Version

Unter Rückgriff auf Daten der Österreichischen Nationalen Wahlstudie AUTNES wird untersucht, wie sich implizite Einstellungen (a) zur Freiheitlichen Partei Österreichs (FPÖ) und (b) zu Muslimen auf die Bewertung der Performance des FPÖ-Spitzenkandidaten Heinz-Christian Strache bei TV-Debatten im Kontext der österreichischen Nationalratswahl 2013 auswirken. Die Analysen deuten darauf hin, dass implizite Einstellungen für die Wahrnehmung und Bewertung von TV-Debatten eine bedeutende Rolle spielen: Je positiver die automatischen Assoziationen mit der FPÖ sind und je stärker die impliziten Präferenzen für Nicht-Muslime gegenüber Muslimen sind, desto besser wird die Performance des FPÖ-Spitzenkandidaten Heinz-Christian Strache im Vergleich zu der seiner Kontrahenten bewertet.

Schlüsselbegriffe

Implizite Einstellungen; TV-Debatten; Österreich; SC-IAT; AMP

Abstract – englische Version

Using data collected by the Austrian National Election Study AUTNES and focusing on TV debates that took place in the context of the Austrian general election 2013, this article investigates how implicit attitudes (a) towards the Freedom Party of Austria (FPÖ) and (b) towards Muslims affect citizens' evaluations of the FPÖ candidates' performance in the debates. The results indicate that implicit attitudes play an important role in the perception and the assessment of TV debates: The more positive citizens' automatic associations with the FPÖ, the more favorable is their assessment of the FPÖ leader's performance in the TV debates. Similarly, the stronger citizens' implicit preferences for non-Muslims over Muslims, the better is their evaluation of Strache's performance in the debates.

Keywords

Implicit Attitudes; TV-Debates; Austria; SC-IAT; AMP

1. Einleitung

TV-Debatten sind Kampagnenereignisse, welche die Wählerinnen und Wähler mit wichtigen Informationen für die Wahlentscheidung versorgen: Informationen über die Wahlversprechen, die Positionen der Parteien und ihrer Kandidatinnen und Kandidaten sowie deren Eigenschaften (z.B. Blais & Perrella, 2008; Glantschnigg, 2014; vgl. auch Shaw, 1999). Demgemäß spielen TV-Debatten der Spitzenkandidatinnen und -kandidaten in vielen Wahlkämpfen eine zentrale Rolle. Oder um es mit Blais und Perrella (2008, S. 451) zu sagen: Sie sind der „Inbegriff“ von Wahlkampagnen. Dies gilt nicht nur für präsidentiale Demokratien wie die USA, sondern auch für parlamentarische Demokratien wie die Bundesrepublik Deutschland oder die Republik Österreich (zur Bedeutung von TV-Debatten in Deutschland und Österreich z.B. Glantschnigg, 2014; Maier, 2009; Maier, Faas & Maier, 2013; Plasser & Lengauer, 2010; Reinemann & Maurer, 2007; vgl. auch Eberl, Wagner & Zeglovits, 2013). Es verwundert folglich nicht, dass sich in der kommunikations- und politikwissenschaftlichen Forschung zahlreiche Arbeiten finden, die sich mit der Rezeption und Wirkung von TV-Debatten beschäftigen (z.B. Blais, Nadeau, Gidengil et al., 1999; Blais & Perrella, 2008; Hillygus & Jackman, 2003; Leduc & Price, 1985; Maier, 2009; Maier, Faas & Maier, 2013; Reinemann & Maurer, 2007; Schrott, 1990; zusammenfassend auch McKinney & Carlin, 2004). Diese Studien legen den Schluss nahe, dass TV-Debatten mobilisierend wirken können und sowohl Kandidatenimages als auch Wahlentscheidungen zu beeinflussen vermögen (z.B. Blais & Perrella, 2008; Maier, Faas & Maier, 2013; Reinemann & Maurer, 2007). Dementsprechend merken Reinemann und Maurer (2007, S. 197) an: „Die Bedeutung solcher TV-Duelle ist vielfach belegt: Kein anderes geplantes Ereignis in einem Wahlkampf [...] kann so starke Wirkungen [...] entfalten, wie ein TV-Duell“ (vgl. auch Fridkin, Kenney, Gershon et al., 2007; McKinney & Carlin, 2004).

Mit Blick auf die Wahrnehmung und Wirkung von TV-Debatten lassen sich jedoch Unterschiede zwischen verschiedenen Bevölkerungsteilen feststellen. So stellen Hillygus und Jackman (2003) fest, dass unterschiedliche Wählerinnen und Wähler jeweils anders auf verschiedene Kampagnenevents reagieren. Kampagneneffekte hingen von „previous preferences“ und „partisan dispositions“ ab (Hillygus & Jackman, 2003, S. 595). So wurde im US-amerikanischen Kontext gezeigt, dass durch TV-Debatten vor

allem bestehende Einstellungen verstärkt werden (zusammenfassend z.B. McKinney & Carlin, 2004; Maier, Faas & Maier, 2013). Auch im deutschsprachigen Raum finden sich Hinweise darauf, dass TV-Debatten nicht auf alle Bevölkerungsgruppen in gleichem Maße eine Wirkung entfalten (z.B. Faas & Maier, 2004; Maier, Faas & Maier, 2013; Maurer & Reinemann, 2003). So zeigen z.B. Faas und Maier (2004), dass TV-Debatten insbesondere unter Parteianhängern mobilisierend wirken.

Werden in einschlägigen Studien Unterschiede in der Wirkung von TV-Debatten zwischen verschiedenen Bevölkerungsgruppen in den Blick genommen, richtet sich das Augenmerk häufig entweder auf Unterschiede in der politischen Involvierung (etwa bei Maier, Faas & Maier, 2013) oder in den *expliziten* Einstellungen (etwa bei Faas & Maier, 2004) der Bürgerinnen und Bürger. Welche Rolle *implizite* Einstellungen für die Wahrnehmung und Wirkung von Kampagnenereignissen wie den TV-Debatten spielen, ist hingegen bisher weitgehend unerforscht. Das ist problematisch, da implizite Einstellungsmessungen Informationen liefern können, die sich nicht in expliziten Einstellungsmessungen manifestieren (Plischke, 2012), und ferner davon auszugehen ist, dass neben expliziten auch implizite Einstellungen für die Wahrnehmung und Wirkung von Wahlkampagnenereignissen von Bedeutung sind (Galdi, Arcuri & Gawronski, 2008; Gawronski, Galdi & Arcuri, 2015).

Der vorliegende Artikel möchte einen Beitrag dazu leisten, diese Lücke in der Forschung zu schließen. Er widmet sich dem Zusammenhang von impliziten Einstellungen und der Wahrnehmung von TV-Debatten. Konkret wird der Frage nachgegangen, ob die Performance der Kandidatinnen und Kandidaten, die an TV-Debatten teilnehmen, anders bewertet wird, je nachdem welche impliziten Einstellungen die TV-Debatten-Zuschauerinnen und -Zuschauer haben. Es wird argumentiert, dass relevante implizite Einstellungen wie ein WahrnehmungsfILTER wirken und somit zumindest einen Teil der Varianz der Bewertungen der TV-Debatten-Performance der Kandidatinnen und Kandidaten erklären können (Gawronski, Galdi & Arcuri, 2015). Untersucht wird die Forschungsfrage am Beispiel der Performance des Spitzenkandidaten der *Freiheitlichen Partei Österreichs* (FPÖ), Heinz-Christian Strache, bei TV-Debatten im Kontext der österreichischen Nationalratswahl 2013. Die Untersuchung der Forschungsfrage trägt dazu bei, besser zu verstehen, unter welchen

individuellen Voraussetzungen Wahlkampfeignisse wie die TV-Debatten bei Bürgerinnen und Bürgern eine Wirkung entfalten können (Hillygus & Jackman, 2003).

Im Folgenden wird näher erläutert, was unter „impliziten Einstellungen“ zu verstehen ist. Überdies werden forschungsleitende Hypothesen formuliert. Anschließend werden die verwendeten Daten und das methodische Vorgehen vorgestellt, bevor die Ergebnisse der Analysen präsentiert werden. Abschließend werden die wichtigsten Erkenntnisse sowie die Implikationen der Ergebnisse und Limitationen der Analysen diskutiert.

2. Implizite Einstellungen und ihre Rolle für die Bewertung der TV-Debatten-Performance der Kandidatinnen und Kandidaten

„Einstellungen“ können nach Mayerl (2009, S. 21) als „individuelle mentale Bewertungen von Objekten“ verstanden werden. Es lassen sich implizite und explizite Einstellungen unterscheiden (z.B. Albertson, 2011; Aronson, Wilson & Akert, 2008; Ksiazkiewicz & Hedrick, 2013; Wilson, Lindsey & Schooler, 2000). Explizite Einstellungen werden in der Literatur als bewusste, auf Abwägung beruhende Bewertungen von Einstellungsobjekten, wie z.B. Personengruppen (etwa Parteien) oder Einzelpersonen (etwa Kandidatinnen und Kandidaten der Parteien), beschrieben (z.B. Albertson, 2011; Aronson, Wilson & Akert, 2008; Dovidio, Kawakami & Beach, 2001; Plischke, 2012). Implizite Einstellungen sind Einstellungen, die im Gegensatz zu ihrem expliziten Pendant automatisch aktiviert werden. Da sie sich vom Einstellungsträger nicht kontrollieren lassen, wird im Zusammenhang mit impliziten Einstellungen häufig auch von „automatischen Assoziationen“ gesprochen (z.B. Ferguson, 2007; Gawronski & Bodenhausen, 2006; Ksiazkiewicz & Hedrick, 2013; Plessner, 2006; Plischke, 2012; Siebert, 2013; Streit, 2011). Implizite Einstellungen schlagen sich in spontanen Urteilen über Einstellungsobjekte nieder (z.B. Glaser & Finn, 2013). Demgemäß zielen implizite Einstellungsmessungen auf spontan aktivierte Affekte. Oder anders ausgedrückt: Sie zeigen an, ob die Respondentinnen und Respondenten *ohne Modifikation durch bewusste Reflexion* eher Positives oder Negatives mit bestimmten Einstellungsobjekten assoziieren (Plischke, 2012).

Die bisherige Forschung liefert Hinweise darauf, dass implizite und explizite Einstellungen zu demselben Einstellungsobjekt voneinander unabhängige Effekte haben

können (zusammenfassend z.B. Albertson, 2011; Glaser & Finn, 2013; Ksiazkiewicz & Hedrick, 2013). So konnte bspw. gezeigt werden, dass nicht nur explizite Einstellungen zu Parteien auf Wahlentscheidungen wirken, sondern sich auch implizite Einstellungen zu Parteien in Wahlentscheidungen widerspiegeln (z.B. Friese, Bluemke & Wänke, 2007; Galdi, Arcuri & Gawronski, 2008; Glaser & Finn, 2013; Ksiazkiewicz & Hedrick, 2013; Plischke, 2012). Und auch implizite Rassenvorurteile scheinen einen von expliziten Rassenvorurteilen unabhängigen Einfluss auf das Wahlverhalten entfalten zu können (Payne, Krosnick, Pasek et al., 2010; vgl. auch Ditonto, Lau & Sears, 2013). Folglich können implizite Einstellungen als wichtiger Aspekt der Entscheidungsfindung angesehen werden (Albertson, 2011).

Für die Wahrnehmung und Wirkung von Wahlkampagnenereignissen, welche den Bürgerinnen und Bürgern wichtige Informationen für ihre Wahlentscheidung liefern, sollten implizite Einstellungen ebenfalls von Bedeutung sein. Galdi, Arcuri und Gawronski (2008) weisen darauf hin, dass Informationen von den Bürgerinnen und Bürgern anders (verzerrt) verarbeitet werden, je nachdem ob sie mit einem Einstellungsobjekt implizit Positives oder Negatives assoziieren: „[A]utomatic associations can bias the processing of new information in a manner that is consistent with these associations“ (S. 1102). Und Gawronski, Galdi und Arcuri (2015, S. 7) stellen fest: „[I]mplicit measures predict biases in information processing that are unrelated to explicit measures“. Dementsprechend wird hier die These formuliert, dass relevante implizite Einstellungen wie eine Art Brille wirken, durch die Kampagnenereignisse wie die TV-Debatten „gefärbt“ wahrgenommen und bewertet werden (Gawronski, Galdi & Arcuri, 2015) – und zwar unabhängig von bewussten, auf Abwägung basierenden Urteilen über dasselbe Einstellungsobjekt, da diesen das automatische, unkontrollierte Element fehlt. Das Einstellungsobjekt, auf das sich die impliziten Einstellungen beziehen, muss jedoch nicht der Kandidat/die Kandidatin selbst sein, der/die zur TV-Debatte antritt, sondern es kann sich auch um Einstellungsobjekte handeln, die – zumindest in der Wahrnehmung – eng mit dem Kandidaten/der Kandidatin verknüpft sind, z.B. die Partei, für die der Kandidat/die Kandidatin antritt, oder auch Themen, bei denen dem Kandidaten/der Kandidatin besondere Kompetenz zugeschrieben wird (Stichwort „Issue Ownership“, zur Definition von „Issue Ownership“ vgl. z.B. Betz, Hoffmann, Schenk et al., 2014).

Dieser Beitrag untersucht die Bedeutung impliziter Einstellungen für die Wahrnehmung von TV-Debatten am Beispiel der Bewertungen der TV-Debatten-Performance des FPÖ-Spitzenkandidaten Heinz-Christian Strache. Um zu untersuchen, wie sich implizite Einstellungen auf die Bewertungen der TV-Debatten-Performance von Heinz-Christian Strache auswirken, wird auf zwei implizite Einstellungsmessungen zurückgegriffen (vgl. auch den Abschnitt zu Daten und Methode): Die erste implizite Einstellungsmessung gibt an, ob die Respondentinnen und Respondenten eine unbewusste Präferenz für die FPÖ haben. Entsprechend obiger Ausführungen sollten positive automatische Assoziationen mit der FPÖ dazu führen, dass die TV-Debatten-Performance von Heinz-Christian Strache als vergleichsweise gut eingeschätzt wird. Umgekehrt sollten negative automatische Assoziationen mit der FPÖ dazu führen, dass die TV-Debatten-Performance von Heinz-Christian Strache als vergleichsweise schlecht bewertet wird (Hypothese 1). Die zweite implizite Einstellungsmessung gibt an, wie die Respondentinnen und Respondenten implizit zu *muslimisch-orientalisch aussehenden Menschen* eingestellt sind. Diese Einstellungsmessung scheint insofern für die Untersuchung geeignet, als die FPÖ und ihr Spitzenkandidat Heinz-Christian Strache „Immigration“ nicht nur häufiger thematisieren als andere Parteien, sondern mit ihren Aussagen, die eine im Vergleich zu den anderen österreichischen Parteien relativ große Skepsis gegenüber Immigration – insbesondere aus muslimisch geprägten Ländern – ausdrücken, auch polarisieren (Gruber, 2014; Ivarsflaten, 2008; Pumberger, 2013). Die FPÖ hat beim Thema „Immigration“ daher eine gewisse „Themenführerschaft“ (Pumberger, 2013). Folglich sollten negative automatische Assoziationen mit muslimisch-orientalisch aussehenden Menschen mit einer vergleichsweise guten Einschätzung der TV-Debatten-Performance von Heinz-Christian Strache einhergehen, während positive automatische Assoziationen mit muslimisch-orientalisch aussehenden Menschen zu einer vergleichsweise schlechten Einschätzung der TV-Debatten-Performance von Heinz-Christian Strache führen sollten (Hypothese 2).

3. Daten und Methode

3.1 Daten

Zur Überprüfung der Annahmen (Hypothesen 1 und 2) wurde auf die „TV-Debates Panel Study 2013“ der Österreichischen Nationalen Wahlstudie (AUTNES) zurückgegriffen, die von TNS Opinion (Brüssel) realisiert wurde (Kritzinger, Johann, Glantschnigg et al., 2014, 2016a, 2016b). Der Schwerpunkt dieser standardisierten Onlinebefragung lag auf den TV-Debatten zwischen dem Spitzenkandidaten der FPÖ, Heinz-Christian Strache, und seinen größten Rivalen um das Amt des österreichischen Bundeskanzlers, Michael Spindelegger von der Österreichischen Volkspartei (ÖVP) und Werner Faymann von der Sozialdemokratischen Partei Österreichs (SPÖ). Diese Debatten wurden am 9. September 2013 bzw. 17. September 2013 live im zweiten österreichischen Fernsehprogramm (ORF 2) ausgestrahlt. Wahltermin der Nationalratswahl war der 29. September 2013.

Die AUTNES-„TV-Debates Panel Study 2013“ basiert auf einer Quotenstichprobe. Als Quotenmerkmale wurden soziodemographische Merkmale wie das Alter und das Geschlecht herangezogen.¹ Befragt wurden österreichische Staatsbürger, die bei der Nationalratswahl 2013 wahlberechtigt waren und einen Internetanschluss haben. Von den $N=3084$ Respondentinnen und Respondenten, die an Welle 1 teilnahmen, beteiligten sich $N=2043$ an Welle 2 und $N=1421$ an Welle 3 (vgl. Kritzinger, Johann, Glantschnigg et al., 2014, 2016a, 2016b). Die im Vergleich zu Welle 1 deutlich geringeren Fallzahlen in den Wellen 2 und 3 sind in erster Linie darauf zurückzuführen, dass bei diesen Wellen aufgrund der Terminierungen der TV-Debatten jeweils nur eine Feldzeit von wenigen Tagen möglich war.²

Für die Analysen berücksichtigt wurden nur jene Respondentinnen und Respondenten, die die TV-Debatten gesehen haben – unabhängig davon, ob sie die TV-Debatten während der Ausstrahlung im Fernsehen oder nach der Ausstrahlung, z.B. über die

¹ Das Panel besteht aus 47,6% Männern und 52,4% Frauen (österreichische Gesamtpopulation: 48,8% Männer und 51,2% Frauen). Jüngere (20 bis 29-Jährige: 20,3% [im Vergleich zu 14,9% in der Population]; 30 bis 39-Jährige: 18,4% [im Vergleich zu 15,1% in der Population]) sind überrepräsentiert, Ältere (70 Jahre und älter: 3,3% [im Vergleich zu 15,2% in der Population]) unterrepräsentiert (vgl. Kritzinger, Johann, Glantschnigg et al., 2014, 2016a, 2016b).

² Feldzeit Welle 1: 14.-26. August 2013; Feldzeit Welle 2: 9.-12. September 2013 (Split 1: TV-Debatte Strache vs. Spindelegger) bzw. 17.-19. September 2013 (Split 2: TV-Debatte Strache vs. Faymann); Feldzeit Welle 3: 26.-29. September 2013 (vgl. Kritzinger, Johann, Glantschnigg et al., 2016a, 2016b).

„ORF-TVthek“ im Internet, gesehen haben. Keine Berücksichtigung fanden im Umkehrschluss jene Respondentinnen und Respondenten, die antworteten, nichts von den TV-Debatten gesehen zu haben (auch nicht, wenn sie nach den TV-Debatten etwas *über* die TV-Debatten in den Medien gesehen, gelesen oder gehört haben). So operationalisiert, gaben jeweils etwas mehr als die Hälfte der Befragten an, die TV-Debatten Heinz-Christian Strache vs. Michael Spindelegger und Heinz-Christian Strache vs. Werner Faymann gesehen zu haben.

3.2 Abhängige Variable: TV-Debatten-Performance von Heinz-Christian Strache (FPÖ)

Abhängige Variable in den Analysen war die Bewertung des Abschneidens des FPÖ-Spitzenkandidaten Heinz-Christian Strache im Vergleich zu seinen Gegnern, Michael Spindelegger (ÖVP) und Werner Faymann (SPÖ), aus Sicht der Studienteilnehmerinnen und Studienteilnehmer. Die Bewertungen des Abschneidens der Spitzenkandidaten der FPÖ, ÖVP und SPÖ wurden jeweils mit einer 5er-Skala erfragt. Diese Bewertungen wurden im Split-Half-Verfahren ermittelt (Split 1: TV-Debatte Strache vs. Spindelegger, Split 2: TV-Debatte Strache vs. Faymann). Hier wurde ein gemeinsames Modell für beide TV-Debatten geschätzt – was vor allem auch in Anbetracht der vergleichsweise geringen Fallzahl je Split sinnvoll erscheint. Die Skalen wurden auf einen Wertebereich von 1=„hat sehr schlecht abgeschnitten“ bis 5=„hat sehr gut abgeschnitten“ rekodiert. Zur Bildung der abhängigen Variablen wurde von der Bewertung des Abschneidens von Heinz-Christian Strache die Bewertung des Abschneidens seines jeweiligen TV-Debatten-Gegners subtrahiert. Im Endeffekt liegt eine Variable vor, die Werte von -4 (=„Heinz-Christian Straches Performance wird deutlich schlechter bewertet als die seines Gegners“) bis +4 (=„Heinz-Christian Straches Performance wird deutlich besser bewertet als die seines Gegners“) annehmen kann.³

³ Eine Übersicht über Fragetexte und Operationalisierung der verwendeten Variablen findet sich im Anhang. Grundsätzlich wäre es auch möglich gewesen, einfach die Bewertung des Abschneidens von Heinz-Christian Strache als abhängige Variable zu verwenden. Das hier gewählte Vorgehen hat den Vorteil, dass die abhängige Variable etwas darüber aussagt, wie viel besser bzw. schlechter Heinz-Christian Straches Performance im Vergleich zu seinen Kontrahenten aus Sicht der Respondentinnen und

3.3 Messung der impliziten Einstellungen zur FPÖ

Die impliziten Einstellungen zur FPÖ wurden mit einem „Single Category Implicit Association Test“ (SC-IAT) gemessen (Karpinski & Steinman, 2006; zum AUTNES-SC-IAT vgl. Kritzinger, Johann, Glantschnigg et al., 2014, 2016b). Dazu wurden die Respondentinnen und Respondenten im Anschluss an Welle 3 auf eine spezielle Webseite weitergeleitet. Das Design des AUTNES-SC-IAT ist an Implicit Association Tests angelehnt, die *Project Implicit* auf ihrer Webseite zur Verfügung stellt.⁴ Insgesamt beteiligten sich $N=1253$ Respondentinnen und Respondenten am AUTNES-SC-IAT (vgl. Kritzinger, Johann, Glantschnigg et al., 2016a).

Die SC-IAT-Messwerte basieren auf Reaktionszeiten (z.B. Karpinski & Steinman, 2006; Plischke, 2012): Die Respondentinnen und Respondenten wurden aufgefordert, schnellstmöglich und möglichst fehlerfrei mithilfe der Tasten „E“ und „I“ ihrer Computertastatur verschiedene Wörter, die auf ihrem Bildschirm eingeblendet wurden, bestimmten Kategorien zuzuordnen (vgl. Kritzinger, Johann, Glantschnigg et al., 2014). Der AUTNES-SC-IAT besteht aus drei Blöcken (vgl. Tabelle 1). Wie bei Implicit Association Tests üblich (vgl. etwa Plischke, 2012), diente der erste Block „Trainingszwecken“. Hier wurden den Respondentinnen und Respondenten positiv und negativ konnotierte Wörter (positiv: Liebe, Glück, Freude, Spaß, Frieden; negativ: Schmerz, Qual, Furcht, Hass, Mord) präsentiert, die den Zielkategorien „Gut“ und „Schlecht“ zuzuordnen waren. Die eigentliche Einstellungsmessung erfolgte in den Blöcken 2 und 3 mit jeweils 48 Trials. Hier wurden die Respondentinnen und Respondenten neben den genannten positiv und negativ konnotierten Wörtern auch mit parteipolitischen Stimuli (FPÖ, Die FPÖ, Die Blauen, Die Freiheitlichen) konfrontiert. Die positiv und negativ konnotierten Wörter sowie die parteipolitischen Stimuli waren wiederum schnellstmöglich und möglichst fehlerfrei bestimmten Zielkategorien zuzuordnen: in Block 2 den Zielkategorien „Schlecht“ bzw. „Gut oder FPÖ“, in Block 3 den Zielkategorien „Schlecht oder FPÖ“ bzw. „Gut“ (vgl. Kritzinger, Johann,

Respondenten war und wer die TV-Debatten aus Sicht der Respondentinnen und Respondenten „gewonnen“ hat.

⁴ Zum *Project Implicit* vgl. <https://implicit.harvard.edu/implicit/austria/> (Zugriff am 31.03.2015). Die Relaisierung des AUTNES-SC-IAT erfolgte durch Colin T. Smith (Department of Psychology, University of Florida; Project Implicit).

Glantschnigg et al., 2014; vgl. auch Plischke, 2012). Zur besseren Veranschaulichung ist der AUTNES-SC-IAT in Auszügen in Anhang B präsentiert.

Table 1. Setup AUTNES SC-IAT

Block	Kategorien linke Taste (Taste „E“)		Kategorien rechte Taste (Taste „I“)	Ziel	Trials
1	Schlecht	vs.	Gut	Training	20
2	Schlecht	vs.	Gut oder FPÖ	Messung	48
3	Schlecht oder FPÖ	vs.	Gut	Messung	48

Folgende Stimuli wurden verwendet: Gut: Liebe, Glück, Freude, Spaß, Frieden; Schlecht: Schmerz, Qual, Furcht, Hass, Mord; FPÖ-Stimuli: FPÖ, Die FPÖ, Die Blauen, Die Freiheitlichen

Bewältigten die Respondentinnen und Respondenten Block 2 schneller als Block 3, kann davon ausgegangen werden, dass sie mit der FPÖ automatisch Positives assoziieren, bewältigten sie Block 3 schneller als Block 2, ist anzunehmen, dass sie mit der FPÖ automatisch Negatives assoziieren. Grund dafür ist, dass die Respondentinnen und Respondenten, sofern sie den SC-IAT entsprechend der Anweisungen durchführten, ihren spontan aktivierten Affekt gegenüber der FPÖ als Hilfsmittel heranzogen, um die auf ihrem Bildschirm eingeblendeten Wörter richtig zuzuordnen (Plischke, 2012).

Die SC-IAT-Messwerte wurden berechnet, indem die Reaktionszeiten des dritten Blocks von den Reaktionszeiten des zweiten Blocks subtrahiert wurden. Um die individuell unterschiedliche Basisreaktionsgeschwindigkeit der Respondentinnen und Respondenten zu berücksichtigen, wurde die Differenz der Reaktionszeiten anschließend durch die intraindividuelle Standardabweichung aller Reaktionszeiten dividiert (vgl. Buemke & Friese, 2008; Greenwald, Nosek & Banaji, 2003; Plischke, 2012). Entsprechend dem D_2 -Algorithmus von Greenwald, Nosek und Banaji (2003) basieren die IAT-Scores bei fehlerhaften *Trials* auf den tatsächlich gemessenen Reaktionszeiten bis zur korrigierten Zuordnung. „Fehlerhaft“ meint z.B., dass positiv konnotierte Wörter zunächst der Kategorie „Schlecht“ und negativ konnotierte Wörter zunächst der Kategorie „Gut“ zugeordnet wurden. Für die Analyse wurden die SC-IAT-Messwerte entsprechend weitgehend üblicher Verfahren (vgl. z.B. Buemke & Friese, 2008; Friese, Smith, Plischke et al., 2012; Greenwald, McGhee & Schwartz, 1998; Greenwald, Nosek & Banaji, 2003; Plischke, 2012) bereinigt. Aus der Analyse ausgeschlossen wurden Fälle, deren SC-IAT-Reaktionszeiten bei mindestens 10% der

Trials unter 300 Millisekunden (2,95% der Respondentinnen und Respondenten, die den SC-IAT absolvierten) bzw. über 3000 Millisekunden lag (2,39%) und/oder die mehr als 25% der *Trials* fehlerhaft zuordneten (3,91%).⁵

Schließlich wurden die Messwerte auf einen Wertebereich von 0 (= negativste Assoziation mit der FPÖ) bis 1 (= positivste Assoziation mit der FPÖ) rekodiert.

3.4 Messung der impliziten Einstellungen zu Muslimen

Die impliziten Einstellungen zu Muslimen wurden im Anschluss an Welle 2 mittels „Affect Misattribution Procedure“ (AMP) gemessen (zur AMP vgl. Payne, Cheng, Govorun et al., 2005; zum AUTNES-AMP vgl. Kritzinger, Johann, Glantschnigg et al., 2014, 2016b). Insgesamt beteiligten sich $N=2043$ Respondentinnen und Respondenten an der AUTNES-AMP. Die AMP basiert nicht auf Reaktionszeiten, sondern auf einer „Priming-Prozedur“ (z.B. Blaison, Imhoff, Hühnel et al., 2012). Wie bei diesem Verfahren üblich (vgl. z.B. Payne, Cheng, Govorun et al., 2005), wurden die Respondentinnen und Respondenten bei der AUTNES-AMP aufgefordert, ein chinesisches Schriftzeichen (das *Target*) dahingehend zu bewerten, ob es ihnen besser oder schlechter gefällt als ein durchschnittliches chinesisches Schriftzeichen. Bevor das chinesische Schriftzeichen für 250 Millisekunden auf dem Bildschirm präsentiert wurde, wurden die Respondentinnen und Respondenten für 75 Millisekunden mit einem *Prime* konfrontiert. Die Respondentinnen und Respondenten wurden instruiert, diesem keine Aufmerksamkeit zu schenken. Zwischen *Prime* und *Target* war eine „Pause“ von 125 Millisekunden vorgesehen. Ihre Bewertung konnten die Respondentinnen und Respondenten mittels ihrer Computertastatur abgeben: die Taste „E“ stand für „Schlechter als der Durchschnitt“, die Taste „I“ für „Besser als der Durchschnitt“ (vgl. Kritzinger, Johann, Glantschnigg et al., 2014, 2016b; vgl. auch Maier, Maier & Baumert et al., 2015). Das Procedere wurde 30mal wiederholt (30 *Trials*). Je Wiederholung variierte das verwendete *Prime*. Als *Prime* fungierten (1) verschiedene nicht-muslimisch/orientalisch, d.h. „typisch“ mitteleuropäisch, aussehende Gesichter, (2) verschiedene muslimisch/orientalisch aussehende Gesichter sowie (3) graue Flächen als

⁵ Die Aufbereitung der Testergebnisse zur Analyse erfolgte durch Colin T. Smith (Department of Psychology, University of Florida; Project Implicit).

neutrale Stimuli. Die Fotos der Gesichter wurden von TNS Opinion bereitgestellt. Bei der Auswahl der Gesichter wurde darauf geachtet, dass Menschen unterschiedlichen Geschlechts, Alters und „Typs“ (z.B. im Hinblick auf die Haarfarbe oder die Kleidung) repräsentiert waren. Jede Art von *Prime* (nicht-muslimisch, muslimisch, neutral) wurde bei 10 der 30 *Trials* eingeblendet. Auch die *Targets* variierten; je *Trial* wurde ein anderes chinesisches Schriftzeichen eingeblendet. Die Reihenfolge der einzelnen *Primes* und *Targets* wurde für alle Respondentinnen und Respondenten randomisiert.⁶

Die Grundüberlegung bei der AMP ist, dass das *Prime* spontane Affekte verursacht, die sich – ohne dass es den Respondentinnen und Respondenten bewusst ist – in der Bewertungen des *Targets* niederschlagen. Ruft das *Prime* positive Affekte hervor, sollten die Respondentinnen und Respondenten das präsentierte Schriftzeichen gut bewerten, ruft das *Prime* negative Affekte hervor, sollten sie es schlecht bewerten (Blaison, Imhoff, Hühnel et al., 2012).

Für die Analyse wurde zunächst jeweils die Anzahl der Schriftzeichen ermittelt, die nach Konfrontation mit einem nicht-muslimisch bzw. muslimisch aussehenden Gesicht mit „Besser als der Durchschnitt“ bewertet wurden. Die resultierenden Summen wurden anschließend subtrahiert. Die Differenz kann als Maß dafür angesehen werden, wie sehr nicht-muslimisch aussehende Menschen implizit gegenüber muslimisch aussehenden Menschen präferiert werden (vgl. Maier, Maier & Baumert et al., 2015). Bereinigt wurden die Messwerte, indem solche Respondentinnen und Respondenten aus der Analyse ausgeschlossen wurden, die angaben, dass ihnen *keines* der Schriftzeichen „besser als der Durchschnitt“ gefallen hat (3,97% der Respondentinnen und Respondenten, die die AMP absolvierten), die angaben, dass ihnen *alle* Schriftzeichen „besser als der Durchschnitt“ gefallen haben (1,86%), und/oder die angaben, die Bedeutung (Übersetzung) der Schriftzeichen zu kennen (1,96%) (vgl. auch Maier, Maier & Baumert et al., 2015).⁷ Die Vertrautheit mit der Bedeutung der chinesischen Schriftzeichen wurde mittels einer geschlossenen ja/nein-Frage sowie, wenn mit „ja“

⁶ Keith Payne (Department of Psychology, University of North Carolina), Isabell Hühnel (Institut für Psychologie, Humboldt-Universität Berlin) und Christof Lammer (Fakultätszentrum für Methoden der Sozialwissenschaften, Universität Wien) haben das AUTNES-Team bei der Umsetzung der AMP unterstützt. Ihnen ist an dieser Stelle zu danken.

⁷ Mein Dank gilt an dieser Stelle Michaela Maier (Institut für Kommunikationspsychologie und Medienpädagogik, Universität Koblenz-Landau) für wichtige Hinweise zur Aufbereitung der AMP-Daten für die Analyse.

geantwortet wurde, einer offenen Nachfrage nach der konkreten Bedeutung der Schriftzeichen ermittelt.

Die Messwerte wurden vor der Analyse auf einen Wertebereich von 0 (=starke Präferenz von Muslimen gegenüber Nicht-Muslimen) bis 1 (=starke Präferenz von Nicht-Muslimen gegenüber Muslimen) rekodiert.

3.5 Modelle

Zur Analyse des Einflusses der impliziten Einstellungen zur FPÖ bzw. zu Muslimen auf die Bewertung der TV-Debatten-Performance von Heinz-Christian Strache wurden lineare Regressionsmodelle geschätzt. Zunächst wurde ein *Baseline*-Modell berechnet, das nur die Kontrollvariablen enthält (Modell 1). Als Kontrollvariablen wurden einige Merkmale herangezogen, von denen ein Effekt auf die Einschätzung der relativen Performance des FPÖ-Spitzenkandidaten Heinz-Christian Strache erwartet wurde. Dazu zählten zunächst die Stärke der Parteiidentifikation (PID) mit den Parteien, deren Spitzenkandidaten zu den TV-Debatten angetreten sind (FPÖ, ÖVP und SPÖ – jeweils 4er-Skala mit einem Wertebereich von 0=„stehe Partei nicht nahe“ bis 1=„stehe Partei sehr nahe“), sowie außerdem die Einschätzung der Respondentinnen und Respondenten, wie sympathisch ihnen die Spitzenkandidaten Heinz-Christian Strache, Michael Spindelegger und Werner Faymann sind (jeweils 11er-Skala von „gar nicht sympathisch“ bis „sehr sympathisch“, rekodiert auf einen Wertebereich von 0 bis 1). Diese Variablen können als explizite Einstellungsmessungen zu den direkt (Kandidaten) oder indirekt (Parteien) an der Debatte beteiligten politischen Akteuren angesehen werden (Plischke, 2012). Als explizites Pendant zur AUTNES-AMP (implizite Einstellungen zu Muslimen) wurde das Ausmaß der Zustimmung zur Aussage „Wenn ich ein Kind hätte, wäre es mir unangenehm, wenn meine Tochter/mein Sohn einen Muslimen/eine Muslimin heiraten würde“ berücksichtigt (5er-Skala, rekodiert auf einen Wertebereich von 0=„trifft gar nicht zu“ bis 1=„trifft sehr zu“) – eine Variable, die in ähnlicher Form bereits in einer anderen Studie (Helbling, 2014) als Indikator für explizite Einstellungen zu Muslimen verwendet wurde. Hinzu kamen mit dem Alter, der formalen Bildung (0=keine Matura/1=Matura) und dem Geschlecht (0=Frau/1=Mann) Variablen, die häufig herangezogen werden, um FPÖ-Wählerinnen und -Wähler bzw.

FPÖ-Sympathisantinnen und -Sympathisanten zu charakterisieren. So ist die FPÖ bei jüngeren Wählergenerationen, formal niedrig Gebildeten und Männern überdurchschnittlich erfolgreich (z.B. Johann, Glantschnigg, Glinitzer et al., 2014; Plasser & Ulram, 2000). Eine letzte Variable („TV-Debatte“) kontrollierte für Unterschiede in den Effekten zwischen den beiden TV-Debatten (0=„TV-Debatte Strache vs. Spindelegger“ bzw. 1=„TV-Debatte Strache vs. Faymann“). In das zweite und dritte Modell wurde jeweils *eine* implizite Einstellungsmessung (SC-IAT oder AMP) integriert. Die Modelle 4 und 5 enthalten ebenfalls *eine* der impliziten Einstellungsmessungen sowie außerdem die Kontrollvariablen. Das sechste und letzte Modell enthält schließlich alle Variablen, d.h. sowohl die *beiden* impliziten Einstellungsmessungen als auch alle Kontrollvariablen. Dieses schrittweise Vorgehen erlaubt es zu beurteilen, welchen Beitrag die impliziten Einstellungsmessungen zur Erklärung der Bewertung der Kandidaten-Performance leisten.

4. Ergebnisse

Die Ergebnisse der Regressionsmodelle sind in Tabelle 1 präsentiert. Modell 1, das lediglich die Kontrollvariablen enthält, hat einen guten Modellfit ($R^2=.46$; $AIC=1467.25$; $BIC=1524.34$). Als statistisch signifikante Einflussfaktoren (Signifikanzniveau jeweils $p<.05$) erweisen sich in diesem Modell die Bewertungen der Spitzenkandidaten Heinz-Christian Strache, Michael Spindelegger und Werner Faymann sowie die expliziten Einstellungen zu Muslimen: Je sympathischer Heinz-Christian Strache eingestuft wird, je unsympathischer seine TV-Debatten-Kontrahenten bewertet werden und je explizit skeptischer die Respondentinnen und Respondenten gegenüber (Heiraten der eigenen Kinder mit) Muslimen eingestellt sind, desto besser wird die TV-Debatten-Performance von Heinz-Christian Strache im Vergleich zu der seiner Gegner bewertet. Alle anderen in der Analyse berücksichtigten Merkmale scheinen keinen statistisch signifikanten direkten Effekt auf die Performance-Bewertung zu haben. Die beschriebenen Effekte finden sich auch in den Modellen, in die zusätzlich die impliziten Einstellungsmessungen integriert wurden (Modelle 4 bis 6).

Die Modelle 2 und 3 enthalten jeweils nur eine der beiden impliziten Einstellungsmessungen. Sowohl die impliziten Einstellungen zur FPÖ als auch die

impliziten Einstellungen zu Muslimen wirken sich statistisch signifikant auf die relative Bewertung der Performance des FPÖ-Spitzenkandidaten aus (Signifikanzniveau jeweils $p < .01$): Je positiver die impliziten Assoziationen mit der FPÖ sind und je stärker die implizite Bevorzugung nicht-muslimisch aussehender Menschen gegenüber muslimisch aussehenden Menschen ist, desto besser wird die Performance von Heinz-Christian Strache im Vergleich zur Performance seiner Kontrahenten eingestuft. Die Erklärungsleistung des zweiten Modells ($R^2 = .21$; AIC=1612.54; BIC=1620.69) ist besser als die des dritten Modells ($R^2 = .06$; AIC=1687.61; BIC=1695.77).

Tabelle 2.

Lineare Regressionsmodelle zur Erklärung der Einschätzung der TV-Debatten-Performance von Heinz-Christian Strache (FPÖ) (im Vergleich zur TV-Debatten-Performance seiner Gegner)

Abhängige Variable: Skala von -4 bis +4	Modell					
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
PID FPÖ	.34 (.31)			.08 (.32)	.33 (.31)	.08 (.32)
PID ÖVP	.36 (.33)			.37 (.32)	.35 (.32)	.36 (.32)
PID SPÖ	.25 (.27)			.28 (.27)	.23 (.27)	.26 (.26)
Einschätzung Heinz-Christian Strache (FPÖ)	2.06** (.23)			1.86** (.24)	2.00** (.23)	1.80** (.24)
Einschätzung Michael Spindelegger (ÖVP)	-.63* (.27)			-.68* (.26)	-.63* (.26)	-.68** (.26)
Einschätzung Werner Faymann (SPÖ)	-1.53** (.27)			-1.46** (.27)	-1.50** (.27)	-1.43** (.27)
Explizite Einstellung zu Muslimen	.54** (.20)			.48* (.19)	.45* (.20)	.39* (.20)
Matura (Referenz: keine Matura)	-.03 (.13)			-.02 (.13)	-.01 (.13)	.00 (.13)
Mann (Referenz: Frau)	.03 (.13)			-.01 (.13)	.03 (.12)	-.01 (.12)
Alter 16 bis 29 Jahre	-.09 (.20)			-.11 (.20)	-.06 (.20)	-.07 (.19)
Alter 30 bis 44 Jahre	.15 (.19)			.14 (.19)	.21 (.19)	.19 (.19)
Alter 45 bis 59 Jahre	-.08 (.17)			-.09 (.17)	-.03 (.17)	-.04 (.17)
TV-Debatte	.01 (.13)			.01 (.12)	.00 (.12)	.00 (.12)
Implizite Einstellung zur FPÖ		4.14** (.39)		1.31** (.40)		1.30** (.40)
Implizite Einstellung zu Muslimen			2.56** (.49)		1.04** (.39)	1.02** (.39)
Konstante	-.38 (.24)	-1.97** (.19)	-1.38** (.26)	-.83** (.28)	-.89** (.31)	-1.33** (.34)
N	436	436	436	436	436	436
R ²	.46	.21	.06	.48	.47	.49
AIC	1467.25	1612.54	1687.61	1458.30	1462.12	1453.17
BIC	1524.34	1620.69	1695.77	1519.46	1523.28	1518.41
Mittlerer Varianz-Inflations-Faktor (VIF)	1.49	--	--	1.51	1.47	1.49

Anmerkungen: Dargestellt sind unstandardisierte Regressionskoeffizienten. Standardfehler in Klammern; Signifikanzen: * $p < .05$, ** $p < .01$; Die VIF-Werte deuten darauf hin, dass keine Multikollinearitätsprobleme vorliegen (zum VIF vgl. z.B. Backhaus, Erichson, Plinke et al., 2006).

In die Modelle 4 und 5 gingen neben den impliziten Einstellungsmessungen auch die Kontrollvariablen ein. Wiederum finden sich statistisch signifikante Effekte der impliziten Einstellungen zur FPÖ und zu Muslimen ($p < .01$), die darauf hindeuten, dass positive implizite Assoziationen mit der FPÖ und eine implizite Bevorzugung nicht-muslimisch aussehender Menschen gegenüber muslimisch aussehenden Menschen zu einer besseren Bewertung der TV-Debatten-Performance von Heinz-Christian Strache führen. Die Effekte der impliziten Einstellungsmessungen sind deutlich kleiner als in den Modellen ohne Kontrollvariablen (Modelle 2 und 3). Der Modellfit der Modelle 4 und 5 ist besser als der des *Baseline*-Modells (Modell 4: $R^2 = .48$; $AIC = 1458.30$; $BIC = 1519.46$; Modell 5: $R^2 = .47$; $AIC = 1462.12$; $BIC = 1523.28$).

Modell 6 ist das Modell mit dem besten Modellfit ($R^2 = .49$; $AIC = 1453.17$; $BIC = 1518.41$). Die Effekte der beiden impliziten Einstellungsmessungen sind wie in den Modellen 4 und 5 positiv und statistisch signifikant, d.h. die impliziten Einstellungen zur FPÖ und zu Muslimen wirken sich auch bei Kontrolle mit der jeweils anderen impliziten Einstellungsmessung signifikant auf die Performance-Bewertung aus.

5. Diskussion

Der vorliegende Beitrag ergänzt die bisherige Forschung zu Unterschieden in der Wahrnehmung und Wirkung von TV-Debatten zwischen verschiedenen Bevölkerungsgruppen um den Aspekt der impliziten Einstellungen. Am Beispiel des Spitzenkandidaten der Freiheitlichen Partei Österreichs (FPÖ) bei der österreichischen Nationalratswahl 2013, Heinz-Christian Strache, wurde untersucht, wie sich implizite Einstellungen zu Parteien und mit Parteien und ihren Kandidatinnen und Kandidaten verknüpften Einstellungsobjekten auf die Bewertung der Performance von Kandidatinnen und Kandidaten bei TV-Debatten auswirken. Die Hypothesen 1 und 2 scheinen sich zu bewähren: Es wurde gezeigt, dass (a) positive implizite Assoziationen mit der FPÖ sowie (b) implizite Präferenzen für Nicht-Muslime gegenüber Muslimen mit einer vergleichsweise positiven Bewertung der TV-Debatten-Performance des FPÖ-Spitzenkandidaten Heinz-Christian Strache einhergehen. Überdies liefern die

Ergebnisse Hinweise auf eine eigenständige Erklärungsleistung der beiden in die Untersuchung einbezogenen impliziten Einstellungsmessungen.

In Forschungsarbeiten zur Wirkung von TV-Debatten auf die Bürgerinnen und Bürger wird gelegentlich angemerkt, es sei nicht einfach herauszufinden, ob die identifizierten Effekte auf die TV-Debatten zurückzuführen sind oder auf die Berichterstattung *über* die TV-Debatten – ein Einwand, der noch an Bedeutung gewinnt, wenn sich die Berichterstattung über die TV-Debatten von den TV-Debatten selbst stark unterscheidet (Fridkin, Kenney, Gershon et al., 2007). Um einem entsprechenden Einwand bei der hier durchgeführten Untersuchung vorzubeugen, wurden die Analysen mit zusätzlichen Kontrollvariablen, die Häufigkeit und Art des Medienkonsums der Respondentinnen und Respondenten (bzgl. Zeitungen, Fernsehen und Onlinemedien) zur Information über Politik messen, wiederholt. Darüber hinaus wurde geprüft, ob sich die Ergebnisse verändern, wenn zusätzlich mit dem politischen Interesse – als Indikator für die Aufmerksamkeit, die den TV-Debatten bzw. generell den Kampagnen entgegen gebracht wird – kontrolliert wird (vgl. McKinney & Carlin, 2004). Es ließen sich keine gravierenden Unterschiede in den Effekten der impliziten Einstellungsmessungen feststellen (Ergebnisse nicht ausgewiesen). Dies spricht dafür, dass die präsentierten Resultate als robust einzuschätzen sind.

Alles in allem liefern die Analysen also Hinweise darauf, dass implizite Einstellungen eine nicht unbedeutende Rolle für die Wahrnehmung und Wirkung von TV-Debatten spielen. Dies gilt umso mehr, als davon auszugehen ist, dass implizite Einstellungen zu Parteien und mit den Parteien und ihren Kandidatinnen und Kandidaten verknüpften Einstellungsobjekten auch indirekte Wirkungen *über* explizite Einstellungen (zu denken ist bspw. an explizite Einstellungen zu den Kandidatinnen und Kandidaten) entfalten können (Payne, Krosnick, Pasek et al., 2010).⁸ Die Ergebnisse stützen somit Befunde früherer Studien, die darauf verweisen, dass es zwischen verschiedenen Bevölkerungsgruppen Unterschiede in der Wahrnehmung und Wirkung von TV-Debatten gibt und dass Kampagneneffekte von den Dispositionen der Bürgerinnen und Bürger abhängen (z.B. Hillygus & Jackman, 2003; McKinney & Carlin, 2004; Maier,

⁸ Dies bestätigen auch Ergebnisse eigener Analysen, die beim „Tag der Politikwissenschaft 2014“ (Universität Wien) unter dem Titel „Implizite Einstellungen zur FPÖ als Prädisposition des Wahlverhaltens“ präsentiert wurden.

Faas & Maier, 2013). Allerdings scheint dies nicht nur im Hinblick auf spezifische in früheren Studien berücksichtigte explizite Einstellungen bzw. Faktoren der politischen Involvierung zu gelten, sondern auch im Hinblick auf spezifische implizite Einstellungen.

Abschließend ist auf einige Limitationen der Analysen hinzuweisen: Auch wenn hier keine Längsschnittanalyse durchgeführt wurde, so hat das Panel-Design der verwendeten Studie dennoch einen Vorteil: Die expliziten Einstellungen der Respondentinnen und Respondenten (PID FPÖ, PID ÖVP und PID SPÖ; Einschätzung der Spitzenkandidaten Heinz-Christian Strache, Michael Spindelegger und Werner Faymann; explizite Einstellungen zu Muslimen) wurden in der ersten Panelwelle und somit *vor* der Ausstrahlung der TV-Debatten erhoben. Diese Merkmale können somit nicht von den TV-Debatten beeinflusst sein. Im Gegensatz dazu erfolgte die Messung der impliziten Einstellungen *nach* der Ausstrahlung der TV-Debatten (in der zweiten bzw. dritten Panelwelle; vgl. Kritzinger, Johann, Glantschnigg et al., 2014, 2016a, 2016b). Dies sollte für die Analysen und die Validität der Resultate kein Problem darstellen, wenn implizite Einstellungen keinen oder nur sehr langsamen Veränderungsprozessen unterworfen sind. Zahlreiche Autoren (z.B. Gawronski & Bodenhausen, 2006; Wilson, Lindsey & Schooler, 2000) verweisen auf die (relative) Stabilität impliziter Einstellungen. Es finden sich jedoch auch Forschungsarbeiten, die den Schluss nahe legen, dass implizite Einstellungen relativ kurzfristigen Veränderungsprozessen unterworfen sein können (Albertson, 2011). Es ist also zu klären, inwieweit die hier präsentierten Ergebnisse Bestand haben, wenn die Analysen mit einem Untersuchungsdesign repliziert werden, bei dem die impliziten Einstellungsmessungen den Kampagnenereignissen vorausgehen.

Weitere Limitationen ergeben sich aus der Tatsache, dass keine Wechselwirkungen zwischen subjektiv wahrgenommener und objektiver Performance der Spitzenkandidaten untersucht wurden. So bleibt bspw. unklar, ob der beobachtete Zusammenhang zwischen negativen impliziten Einstellungen zu Muslimen und positiven Bewertungen der TV-Debatten-Performance des FPÖ-Spitzenkandidaten nur dann auftritt, wenn in einer TV-Debatte seitens des FPÖ-Spitzenkandidaten „Immigration von Muslimen“ in kritischer Weise thematisiert wird. Um einen entsprechenden Zusammenhang zu prüfen, wäre ein experimentelles Kontrollgruppendesign wünschenswert.

Darüber hinaus ist der vorliegende Artikel zwangsläufig selektiv. Im Fokus der Untersuchung stand mit Heinz-Christian Strache (FPÖ) ein Spitzenkandidat, der mit seinen Aussagen regelmäßig stark polarisiert. Zukünftige Forschung sollte die Analysen für andere Parteien bzw. andere Spitzenkandidatinnen und -kandidaten replizieren und überdies prüfen, ob sich vergleichbare Effekte auch in anderen Länderkontexten und bei anderen Wahlen (z.B. Europawahlen) finden. Auch könnten andere abhängige Variablen in die Untersuchung einbezogen werden. Zu denken ist in diesem Zusammenhang bspw. an Polaritätsprofile der Kandidatinnen und Kandidaten (zu Polaritätsprofilen vgl. z.B. Frey, 1999). Darüber hinaus wäre es interessant zu erforschen, wie TV-Debatten auf die Zuschauerinnen und Zuschauer wirken, wenn die Zuschauerinnen und Zuschauer widersprüchliche implizite Einstellungen aufweisen, also z.B. gleichzeitig positive Assoziationen mit der Partei, für die die Kandidatin/der Kandidat antritt, und negative Assoziationen mit der Kandidatin/dem Kandidaten selbst haben.

Es bleibt also noch viel zu tun, bis abschließend beurteilt werden kann, welche Bedeutung implizite Einstellungen für die Wahrnehmung und Wirkung von TV-Debatten haben.

Referenzen

- Albertson, B. L. (2011). Religious Appeals and Implicit Attitudes. *Political Psychology*, 32, 109-130.
- Aronson, E., Wilson, T. D. & Akert, R. M. (2008). *Sozialpsychologie*. 6. Auflage. München: Pearson Studium.
- Backhaus, K., Erichson, B., Plinke, W. & Weiber, R. (2006). *Multivariate Analysemethoden. Eine anwendungsorientierte Einführung*. 11. Auflage. Berlin: Springer.
- Betz, S., Hoffmann, N., Schenk, D. & Winter, S. (2014). NPD-Verbotsverfahren – Auswirkungen der Mediendebatte über ein NPD-Verbot auf Problemeinschätzung und Wahlabsicht der Bevölkerung. In V. Gehrau, J. Vöth & G. Haake (Hrsg.), *Dynamiken der öffentlichen Problemwahrnehmung* (S. 163-201). Wiesbaden: Springer VS.
- Blais, A., Nadeau, R., Gidengil, E. & Nevitte, N. (1999). Campaign Dynamics in the 1997 Canadian Election. *Canadian Public Policy*, 25, 197-205.
- Blais, A. & Perrella, A. M. L. (2008). Systematic Effects of Televised Candidates' Debates. *The International Journal of Press/Politics*, 13, 451-464.
- Blaison, C., Imhoff, R., Hühnel, I., Hess, U., & Banse, R. (2012). The affect misattribution procedure: Hot or not? *Emotion*, 12, 403-412.
- Bluemke, M. & Friese, M. (2008). Reliability and validity of the Single-Target IAT (ST-IAT): Assessing automatic affect towards multiple attitude objects. *European Journal of Social Psychology*, 38, 977-997.
- Ditonto, T. M., Lau, R. R. & Sears, D. O. (2013). AMPing Racial Attitudes: Comparing the Power of Explicit and Implicit Racism Measures in 2008. *Political Psychology* 34, 487-510.
- Dovidio, J. F., Kawakami, K., & Beach, K. R. (2001). Implicit and explicit attitudes: Examination of the relationship between measures of intergroup bias. In R. Brown & S. L. Gaertner (Eds.), *Blackwell handbook of social psychology*, Volume 4: Intergroup processes (pp. 175-197). Oxford, UK: Blackwell.
- Eberl, J.-M., Wagner, M. & Zeglovits, E. (2013). Politische TV-Ereignisse umdenken: Zwischen Second Screen und E-Merging Media. *Österreichische Zeitschrift für Politikwissenschaft*, 42, 241-261.
- Faas, T. & Maier, J. (2004). Mobilisierung, Verstärkung, Konversion? Ergebnisse eines Experiments zur Wahrnehmung der Fernsehduelle im Vorfeld der Bundestagswahl 2002. *Politische Vierteljahresschrift*, 45, 55-72.
- Ferguson, M. J. (2007). The Automaticity of Evaluation. In J. A. Bargh (Ed.), *Social Psychology and the unconscious: The automaticity of higher mental processes* (pp. 219-264). New York: Psychology Press.

- Frey, S. (1999). *Die Macht des Bildes. Der Einfluß der nonverbalen Kommunikation auf Kultur und Politik*. Bern: Verlag Hans Huber.
- Fridkin, K. L., Kenney, P. J., Gershon, S. A., Shafer, K. & Woodall, G. S. (2007). Capturing the Power of a Campaign Event: The 2004 Presidential Debate in Tempe. *The Journal of Politics*, 69, 770-785.
- Friese, M., Bluemke, M. & Wänke, M. (2007). Predicting Voting Behavior with Implicit Attitude Measures. *The 2002 German Parliamentary Election. Experimental Psychology*, 54, 247–255.
- Friese, M., Smith, C. T., Plischke, T. Bluemke, M. & Nosek, B. A. (2012). Do Implicit Attitudes Predict Actual Voting Behavior Particularly for Undecided Voters? *PLoS ONE*, doi:10.1371/journal.pone.0044130.
- Gawronski, B. & Bodenhausen, G. V. (2006). Associative and Propositional Processes in Evaluation: An Integrative Review of Implicit and Explicit Attitude Change. *Psychological Bulletin*, 132, 692-731.
- Gawronski, B., Galdi, S. & Arcuri, L. (2015). What Can Political Psychology Learn from Implicit Measures? Empirical Evidence and New Directions. *Political Psychology* 36, 1-17.
- Galdi, S., Arcuri, L. & Gawronski, B. (2008). Automatic Mental Associations Predict Future Choices of Undecided Decision-Makers. *Science*, 321, 1100-1102.
- Glantschnigg, C. (2014). Horse races in the television studio. Victories, defeats, and tied games in political debates. Tagungsbeitrag präsentiert beim Tag der Politikwissenschaft 2014, Universität Wien.
- Glaser, J. & Finn, C. (2013). How and Why Implicit Attitudes Should Affect Voting. *Political Science & Politics*, 46, 537-544.
- Greenwald, A. G., McGhee, D. E. & Schwartz, J. L. K. (1998). Measuring Individual Differences in Implicit Cognition: The Implicit Association Test. *Journal of Personality and Social Psychology*, 74, 1464-1480.
- Greenwald, A. G., Nosek, B. A. & Banaji, M. R. (2003). Understanding and Using the Implicit Association Test: I. An Improved Scoring Algorithm. *Journal of Personality and Social Psychology*, 85, 197–216.
- Gruber, O. (2014). *Campaigning in Radical Right Heartland: The Politicization of Immigration and Ethnic Relations in Austrian General Elections, 1971 – 2013*. Zürich: LIT Verlag.
- Helbling, M. (2014). Opposing Muslims and the Muslim Headscarf in Western Europe. *European Sociological Review*, 30, 242-257.
- Hillygus, D. S. & Jackman, S. (2003). Voter Decision Making in Election 2000: Campaign Effects, Partisan Activation, and the Clinton Legacy. *American Journal of Political Science*, 47, 583-596.

- Ivarsflaten, E. (2008). What Unites Right-Wing Populists in Western Europe? Re-Examining Grievance Mobilization Models in Seven Successful Cases. *Comparative Political Studies*, 41, 3-23.
- Johann, D., Glantschnigg, C., Glinitzer, K., Kritzinger, S. & Wagner, M. (2014). Das Wahlverhalten bei der Nationalratswahl 2013. In S. Kritzinger, W. C. Müller & K. Schönbach (Hrsg.), *Die Nationalratswahl 2013. Wie Parteien, Medien und Wählerschaft zusammenwirken* (S. 191-214). Wien: Böhlau.
- Karpinski, A. & Steinman, R. B. (2006). The Single-Category Implicit Association Test as a measure of implicit social cognition. *Journal of Personality and Social Psychology*, 91, 16-32.
- Ksiazkiewicz, A. & Hedrick, J. (2013). An Introduction to Implicit Attitudes in Political Science Research. *Political Science & Politics*, 46, 525-531.
- Kritzinger, S., Johann, D., Glantschnigg, C., Aichholzer, J., Glinitzer, K., Thomas, K., Wagner, M. & Zeglovits, E. (2014). AUTNES TV-Debates Panel Study 2013 – Questionnaires (German).
- Kritzinger, S., Johann, D., Glantschnigg, C., Aichholzer, J., Glinitzer, K., Thomas, K., Wagner, M. & Zeglovits, E. (2016a). AUTNES TV-Debates Panel Study 2013. Data file Version 2.0.0.
- Kritzinger, S., Johann, D., Glantschnigg, C., Aichholzer, J., Glinitzer, K., Thomas, K., Wagner, M. & Zeglovits, E. (2016b). AUTNES TV-Debates Panel Study 2013 – Documentation. Edition 2.0.0
- LeDuc, L. & Price, R. (1985). Great Debates: The Televised Leadership Debates of 1979. *Canadian Journal of Political Science*, 18, 135-153.
- Maier, J. (2009). „Frau Merkel wird doch noch Kritik ertragen können...“: Inhalt, Struktur, Wahrnehmung und Wirkung des wirtschaftspolitischen Teils der Fernsehdebatte 2005. In O. W. Gabriel, B. Weßels & J. W. Falter (Hrsg.), *Wahlen und Wähler. Analysen aus Anlass der Bundestagswahl 2005* (S. 177-201). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Maier, J., Faas, T., & Maier, M. (2013). Mobilisierung durch Fernsehdebatten: zum Einfluss des TV-Duells 2009 auf die politische Involvierung und die Partizipationsbereitschaft. In B. Weßels, H. Schoen & O.W. Gabriel (Hrsg.), *Wahlen und Wähler. Analysen aus Anlass der Bundestagswahl 2009* (S. 79-96). Wiesbaden: Springer.
- Maier, M., Maier, J., Baumert, A., Jahn, N., Krause, S. & Adam, S. (2015). Measuring Citizens' Implicit and Explicit Attitudes towards the European Union. *European Union Politics*, Published online before print April 16, 2015, doi:10.1177/1465116515577454
- Maurer, M. & Reinemann, C. (2003). Schröder gegen Stoiber. Nutzung, Wahrnehmung und Wirkung der TV-Duelle. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Mayerl, J. (2009). Kognitive Grundlagen sozialen Verhalten. Framing, Einstellungen und Rationalität. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

- McKinney, M.S. & Carlin, D.B. (2004). Political Campaign Debates. In L. L. Kaid (Ed.), *Handbook of Political Communication Research* (pp. 203-234). Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates.
- Payne, B. K., Cheng, C. M., Govorun, O. & Stewart, B. D. (2005). An Inkblot for Attitudes: Affect Misattribution as Implicit Measurement. *Journal of Personality and Social Psychology*, 89, 277-293.
- Payne, B. K., Krosnick, J. A., Pasek, J., Leles, Y., Akhtar, O. & Tompson, T. (2010). Implicit and explicit prejudice in the 2008 American presidential election. *Journal of Experimental Social Psychology*, 46, 367–374.
- Plasser, F. & Lengauer, G. (2010). Wahlkampf im TV-Studio: Konfrontationen in der Medienarena. In F. Plasser (Hrsg.), *Politik in der Medienarena. Praxis politischer Kommunikation in Österreich* (S. 193-240). Wien: Facultas.
- Plasser, F. & Ulram, P. A. (2000). Rechtspopulistische Resonanzen: Die Wählerschaft der FPÖ. In F. Plasser, P. A. Ulram & F. Sommer (Hrsg.), *Das österreichische Wahlverhalten* (S. 225-241). Wien: Signum Verlag.
- Plessner, H. (2006). Die Klugheit der Intuition und ihre Grenzen. In A. Scherzberg et al. (Hrsg.), *Kluges Entscheiden* (S. 109-120). Tübingen: Mohr Siebeck.
- Plischke, T. (2012). Reaktionszeiten als Indikatoren für politische Einstellungen. *Der Implizite Assoziationstest (IAT). Methoden – Daten – Analysen*, 6, 73-98.
- Pumberger, S. (2013). FPÖ legt das Thema Migration breiter an. In *Der Standard* vom 20. September 2013, S. 7. Zugriff am 28.11.2014. Verfügbar unter: http://homepage.univie.ac.at/oliver.gruber/migration_wahlkampf.pdf.
- Reinemann, C., & Maurer, M. (2007). Schröder gegen Merkel. Wahrnehmung und Wirkung des TV-Duells. In F. Brettschneider, O. Niedermayer & B. Weßels (Hrsg.), *Die Bundestagswahl 2005. Analysen des Wahlkampfes und der Wahlergebnisse* (S. 197-217). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Schrott, P. R. (1990). Electoral Consequences of “Winning” Televised Campaign Debates. *Public Opinion Quarterly*, 54, 567-585.
- Shaw, D. R. (1999). The Effects of TV Ads and Candidate Appearances on Statewide Presidential Votes, 1988-96. *The American Political Science Review*, 93, 345-361.
- Siebert, Y. (2013). *Einstellungs- und Verhaltenswirkungen im Event-Sponsoring. Wirkungsmodell, Befunde und Implikationen*. Wiesbaden: Springer Gabler.
- Streit, J. (2011). *Modell adaptiver Präferenzen*. Diplomarbeit. Potsdam: Universität Potsdam.
- Wilson, T. D., Lindsey, S. & Schooler, T. Y. (2000). A Model of Dual Attitudes. *Psychological Review*, 107, 101-126.

Anhang

Anhang A - Verwendete Variablen und ihre Operationalisierung

<i>Variable</i>	<i>Fragetext</i>	<i>Operationalisierung</i>
Einschätzung TV-Debatten-Performance Heinz-Christian Strache	Wie hat Ihrer Meinung nach Heinz-Christian Strache in dieser Debatte insgesamt abgeschnitten? Wie hat Ihrer Meinung nach Michael Spindelegger in dieser Debatte insgesamt abgeschnitten? Wie hat Ihrer Meinung nach Werner Faymann in dieser Debatte insgesamt abgeschnitten?	Skalenbildung durch Subtraktion der Bewertung des Abschneidens von Michael Spindelegger/Werner Faymann (jeweils 5er-Skala) von der Bewertung des Abschneidens von Heinz-Christian Strache (5er-Skala). Im Endeffekt liegt eine Skala von -4=„Heinz-Christian Straches Performance wird deutlich schlechter bewertet als die seines Gegners“ bis +4 =„Heinz-Christian Straches Performance wird deutlich besser bewertet als die seines Gegners“ vor
PID FPÖ	In Österreich stehen einige Leute einer bestimmten politischen Partei nahe, obwohl sie ab und zu auch eine andere Partei wählen.	4er-Skala, rekodiert auf einen Wertebereich von 0=„stehe FPÖ nicht nahe“ bis 1=„stehe FPÖ sehr nahe“
PID ÖVP	Wie ist das bei Ihnen? Stehen Sie im Allgemeinen einer politischen Partei nahe? [Falls nein: Stehen Sie denn einer bestimmten Partei ein wenig näher als den anderen Parteien?] Um welche Partei handelt es sich dabei? Stehen Sie dieser Partei sehr nahe, ziemlich nahe oder nicht sehr nahe?	4er-Skala, rekodiert auf einen Wertebereich von 0=„stehe ÖVP nicht nahe“ bis 1=„stehe ÖVP sehr nahe“
PID SPÖ		4er-Skala, rekodiert auf einen Wertebereich von 0=„stehe SPÖ nicht nahe“ bis 1=„stehe SPÖ sehr nahe“
Einschätzung Heinz-Christian Strache (FPÖ)	Wie sympathisch sind Ihnen die folgenden Politiker?	1 1er-Skala, rekodiert auf einen Wertebereich von 0=„gar nicht sympathisch“ bis 1=„sehr sympathisch“
Einschätzung Michael Spindelegger (ÖVP)		1 1er-Skala, rekodiert auf einen Wertebereich von 0=„gar nicht sympathisch“ bis 1=„sehr sympathisch“
Einschätzung Werner Faymann (SPÖ)		1 1er-Skala, rekodiert auf einen Wertebereich von 0=„gar nicht sympathisch“ bis 1=„sehr sympathisch“
Explizite Einstellung zu Muslimen	Untenstehend finden Sie nun einige Aussagen zu verschiedenen Themen. Bitte geben Sie zu jeder Aussage an, ob sie Ihrer Meinung nach sehr zutrifft, eher zutrifft, teils-teils zutrifft, eher nicht zutrifft oder gar nicht zutrifft. [...] Wenn ich ein Kind hätte, wäre es mir unangenehm, wenn meine Tochter/mein Sohn einen Muslimen/eine Muslimin heiraten würde.	5er-Skala, rekodiert auf einen Wertebereich von 0=„trifft gar nicht zu“ bis 1=„trifft sehr zu“
Matura	Was ist der höchste Schul- oder Bildungsabschluss, den Sie erreicht haben?	Dichotome Variable mit 0=„keine Matura“ und 1=„Matura“
Mann	Sind Sie ein Mann oder eine Frau?	Dichotome Variable mit 0=„Frau“ und 1=„Mann“
Alter 16 bis 29 Jahre	Wann sind Sie geboren?	Dichotome Variable mit 1=„16 bis 29 Jahre“
Alter 30 bis 44 Jahre		Dichotome Variable mit 1=„30 bis 44 Jahre“
Alter 45 bis 59 Jahre		Dichotome Variable mit 1=„45 bis 59 Jahre“
TV-Debatte		Dichotome Variable mit 0=„TV-Debatte Strache vs. Spindelegger“ und 1=„TV-Debatte Strache vs. Faymann“
Implizite		Messung mit SC-IAT. Metrische Variable,

Einstellung zur FPÖ		rekodiert auf einem Range von 0=„negativste Assoziation mit der FPÖ“ bis 1=„positivste Assoziation mit der FPÖ“
Implizite Einstellung zu Muslimen		Messung mit AMP. Metrische Variable, rekodiert auf einem Range von 0=„starke Präferenz von Muslimen gegenüber Nicht-Muslimen“ bis 1=„starke Präferenz von Nicht-Muslimen gegenüber Muslimen“

Anhang B – Deskriptive Statistiken der verwendeten Variablen

Variable	N	Min.	Max.	Mittel w.	SD
Einschätzung TV-Debatten-Performance H.-C. Strache	436	-4	4	-.06	1.72
PID FPÖ	436	0	1	.10	.25
PID ÖVP	436	0	1	.08	.22
PID SPÖ	436	0	1	.14	.29
Einschätzung Heinz-Christian Strache	436	0	1	.35	.37
Einschätzung Michael Spindelegger	436	0	1	.36	.27
Einschätzung Werner Faymann	436	0	1	.39	.31
Explizite Einstellung zu Muslimen	436	0	1	.58	.35
Matura	436	0	1	.51	--
Mann	436	0	1	.58	--
Alter 16 bis 29 Jahre	436	0	1	.18	--
Alter 30 bis 44 Jahre	436	0	1	.25	--
Alter 45 bis 59 Jahre	436	0	1	.34	--
TV-Debatte	436	0	1	.50	--
Implizite Einstellung zur FPÖ	436	0	1	.46	.19
Implizite Einstellung zu Muslimen	436	0	1	.52	.16

Anmerkung: Es handelt sich um die Mittelwerte und Standardabweichungen, nachdem um die fehlenden Werte aller in die Untersuchung einbezogenen Variablen bereinigt wurde.

Anhang C – Auszug AUTNES-SC-IAT (übernommen aus Kritzinger, Johann, Glantschnigg et al., 2014)

In den folgenden Aufgaben bitten wir Sie Wörter oder Bilder so schnell wie möglich den richtigen Kategorien zuzuordnen. Diese Aufgabe wird ca. 5 Minuten dauern. Es folgt eine Liste der Kategorien und der Wörter, die zu den jeweiligen Kategorien gehören:

<i>Kategorie</i>	<i>Wörter</i>
Gut	Liebe, Glück, Freude, Spaß, Frieden
Schlecht	Schmerz, Qual, Furcht, Hass, Mord
FPÖ	FPÖ, Die FPÖ, Die Blauen, Die Freiheitlichen

Anleitung

- Legen Sie Ihre Finger auf die Tasten "E" und "I", um schnell reagieren zu können.
- Am oberen Rand des Fensters werden Sie sehen, welche Wörter zu welchen Tasten gehören.
- Schließen Sie die Aufgabe bitte so schnell wie möglich ab!
- Wenn Sie zu langsam sind oder zu viele Fehler machen, kann die Studie nicht ausgewertet werden.
- Vermeiden Sie bitte Ablenkungen und bleiben Sie konzentriert!

Weiter

<< Klicken Sie hier, um zu beginnen >>

Wenn Sie den Test unterbrechen, müssen Sie innerhalb der weißen Umrandung klicken, um fortzufahren.

Schlecht

Gut

Legen Sie Ihre Mittel- oder Zeigefinger auf die **E** und **I** Tasten Ihrer Tastatur. Wörter, die zu den jeweiligen Kategorien am oberen Rand gehören, werden nacheinander in der Mitte des Fensters eingeblendet. Wenn ein Wort zur Kategorie auf der linken Seite gehört, drücken Sie bitte die **E** Taste. Wenn das Wort zur Kategorie auf der rechten Seite gehört, drücken Sie bitte die **I** Taste. Wenn Sie ein Wort falsch zuordnen, wird ein **X** eingeblendet – korrigieren Sie dann Ihren Fehler durch das Drücken der anderen Taste.

Diese Aufgabe zielt auf Reaktionszeit ab. Versuchen Sie **SO SCHNELL WIE MÖGLICH** zu sein und dabei so wenige Fehler wie möglich zu machen. Wenn Sie zu langsam sind oder zu viele Fehler machen, kann das Ergebnis nicht ausgewertet werden.

Drücken Sie bitte die **Leertaste**, um zu beginnen.

Wenn Sie den Test unterbrechen, müssen Sie innerhalb der weißen Umrandung klicken, um fortzufahren.

Schlecht

Gut

Furcht

Wenn Sie den Test unterbrechen, müssen Sie innerhalb der weißen Umrandung klicken, um fortzufahren.

Schlecht

Gut
oder
FPÖ

Nun wird eine dritte Kategorie dazukommen. Drücken Sie wieder die **E** Taste, wenn das eingeblendete Wort zur Kategorie auf der linken Seite gehört. Drücken Sie die **I** Taste, wenn das eingeblendete Wort zu einer der Kategorien auf der rechten Seite gehört. Jedes Wort gehört nur zu einer Kategorie.

Diese Aufgabe zielt auf Reaktionszeit ab. Versuchen Sie **SO SCHNELL WIE MÖGLICH** zu sein und dabei so wenig Fehler wie möglich zu machen. Wenn Sie zu langsam sind oder zu viele Fehler machen, kann das Ergebnis nicht ausgewertet werden.

Drücken Sie die **Leertaste**, um zu beginnen.

Wenn Sie den Test unterbrechen, müssen Sie innerhalb der weißen Umrandung klicken, um fortzufahren.

Schlecht

Gut
oder
FPÖ

Freude

Wenn Sie den Test unterbrechen, müssen Sie innerhalb der weißen Umrandung klicken, um fortzufahren.

Schlecht

Gut

oder
FPÖ

Sie sehen nun oben, dass sich die Anordnung der Kategorien geändert hat. Die Regeln zur richtigen Zuordnung sind allerdings gleich geblieben. Wenn ein Wort zu einer der Kategorien auf der linken Seite gehört, drücken Sie die **E** Taste. Wenn das Wort zur Kategorie auf der rechten Seite gehört, drücken Sie die **I** Taste. Jedes Wort gehört nur zu einer Kategorie. Versuchen Sie wieder **SO SCHNELL WIE MÖGLICH** zu sein und dabei so wenig Fehler wie möglich zu machen.

Drücken Sie die **Leertaste**, um zu beginnen.

Wenn Sie den Test unterbrechen, müssen Sie innerhalb der weißen Umrandung klicken, um fortzufahren.

Schlecht

Gut

oder
FPÖ

Die Blauen

Wenn Sie den Test unterbrechen, müssen Sie innerhalb der weißen Umrandung klicken, um fortzufahren.

Anhang D – Auszug AUTNES-AMP (übernommen aus Kritzinger, Johann, Glantschnigg et al., 2014)

Im Folgenden werden Ihnen chinesische Schriftzeichen präsentiert. Wir bitten Sie, zu bewerten, ob Ihnen diese Schriftzeichen besser oder schlechter gefallen als durchschnittliche chinesische Schriftzeichen.

Weiter mit "Leertaste"

Aber Vorsicht! Die Zeichen werden nur für 250 Millisekunden gezeigt. Deshalb muss ein Urteil sehr schnell gefällt werden. Merken Sie sich Ihr erstes spontanes Urteil solange bis ein Fragezeichen ("?) erscheint, erst dann können Sie die Antwort abgeben.

Bitte antworten Sie spontan und intuitiv.

Zur Zeichenbewertung nutzen Sie bitte die Tasten "E" und "I" Ihrer Tastatur:

- "E" steht für: Gefällt mir schlechter als ein durchschnittliches Schriftzeichen.

- "I" steht für: Gefällt mir besser als ein durchschnittliches Schriftzeichen.

Weiter mit "Leertaste"

Vor jedem Schriftzeichen erscheint ein Bild, welches als Warnsignal für die chinesischen Schriftzeichen dient.
Bitte lassen Sie Ihr Urteil nicht von diesem Bild beeinflussen und schenken Sie ihm keine weitere Aufmerksamkeit – es ist wichtig, dass Sie nur das chinesische Schriftzeichen bewerten.

Zur Erinnerung:

- o Die Taste "E" drücken für: "Gefällt mir schlechter als ein durchschnittliches Schriftzeichen"
- o Die Taste "I" drücken für: "Gefällt mir besser als ein durchschnittliches Schriftzeichen"

Wenn Sie nun Leertaste drücken, geht es los. Dieser letzte Teil dieser Umfrage wird ca. 3 Minuten in Anspruch nehmen.

Weiter mit "Leertaste"

BITTE
HIERHIN
SCHAUEN

Prime

Pause

太



Bitte bewerten Sie, ob Ihnen das Schriftzeichen besser oder schlechter als der Durchschnitt gefällt.

Schlechter als der Durchschnitt: Taste "E"

Besser als der Durchschnitt: Taste "I"