

# Inhaltsverzeichnis

## 1 Einleitung

*Thorsten Faas, Kai Arzheimer, Sigrid Roßteutscher*  
Information – Wahrnehmung – Emotion 7

*Marco R. Steenbergen*  
The New Political Psychology of Voting 13

## 2 Politische Kommunikation und politische Kognitionen

*Astrid Jansen, Gary Bente, Nicole C. Krämer*  
Wahlkampf 2005: Eine inhaltsanalytische Untersuchung der Inszenierung von  
Angela Merkel und Gerhard Schröder in den Fernsehnachrichten unter  
Berücksichtigung des Geschlechterstereotyps 33

*David Nicolas Hopmann*  
Vom emotionalen Underdog zur bewussten Strategie:  
Wie Meinungsumfragen die Parteipräferenzen der Wähler beeinflussen 51

*Stephanie Geise, Frank Brettschneider*  
Die Wahrnehmung und Bewertung von Wahlplakaten:  
Ergebnisse einer Eyetracking-Studie 71

*Jan Kercher*  
Zur Messung der Verständlichkeit deutscher Spitzenpolitiker anhand  
quantitativer Textmerkmale 97

## 3 Heuristiken und die Verarbeitung von Informationen

*Thorsten Faas, Harald Schoen*  
Mehrwertsteuer und Staatsverschuldung:  
Lassen sich die Einstellungen der Bevölkerung durch Framing verschieben? 123

*Sascha Huber*  
Kognition und Motivation bei der Wahrnehmung politischer Positionen:  
Eine experimentelle Untersuchung zur Rolle von Ideologie-Hinweisen 145

|   |     |
|---|-----|
| <i>Tatjana Rudi</i>   |     |
| Die Links-Rechts-Dimension in Mittel- und Osteuropa:<br>„Super-Issue“ oder bedeutungslos? | 169 |

|  |     |
|--|-----|
| <i>Florian Bader, Joachim Behnke</i>                                       |     |
| Politische Einstellungen und das wahrgenommene Wertedefizit bei Politikern | 191 |

|   |     |
|---|-----|
| <i>Bettina Wagner</i>   |     |
| Unterstützung der Europäischen Union in Mittel- und Osteuropa:<br>Die Rolle nationalstaatlicher Einstellungen als Heuristiken | 215 |

|   |     |
|---|-----|
| <i>Carsten Reinemann, Marcus Maurer</i>   |     |
| Leichtgläubig und manipulierbar? Die Rezeption persuasiver<br>Wahlkampfbotschaften durch politisch Interessierte und Desinteressierte | 239 |

#### **4 Informationen, Emotionen und ihre Effekte**

|   |     |
|---|-----|
| <i>Thorsten Faas, Jochen Mayerl</i>   |     |
| Michigan reloaded:<br>Antwortlatenzen als Moderatorvariablen in Modellen des Wahlverhaltens | 259 |

|  |     |
|--|-----|
| <i>Christian Schemer, Werner Wirth, Jörg Matthes</i>                                     |     |
| Kognitive und affektive Einflüsse auf Einstellungen in<br>direktdemokratischen Kampagnen | 277 |

|   |     |
|---|-----|
| <i>Marc Debus</i>   |     |
| Sympathien gegenüber politischen Akteuren und ihre Auswirkungen auf die<br>individuelle Wahlentscheidung: Mehr als nur eine Nebensache? | 291 |

|   |     |
|---|-----|
| <i>Evelyn Bytzek</i>  |     |
| Der überraschende Erfolg der FDP bei der Bundestagswahl 2005:<br>Leihstimmen oder Koalitionswahl als Ursache? | 315 |

|  |     |
|--|-----|
| <i>Paul W. Thurner</i>   |     |
| „Issue-Unentschiedene“ und „Issue-Inkonsistente“ als Targetpopulationen?<br>Das Beispiel Kernenergie (1987-2005) | 333 |

|  |     |
|--|-----|
| <i>Bettina Westle, David Johann</i>                      |     |
| Das Wissen der Europäer/innen über die Europäische Union | 353 |

|                           |            |
|---------------------------|------------|
| <b>Autorenverzeichnis</b> | <b>375</b> |
|---------------------------|------------|