

---

# Inhalt

Europawahl 2014 .....	1
<i>Christina Holtz-Bacha</i>	
“As it was in the beginning...”. The study of the role of television in the European parliamentary elections of 1979 .....	15
<i>Jay G. Blumler and Denis McQuail</i>	
‘More European but more negative’. Political Advertising in the 2014 European Parliament Elections .....	35
<i>Kevin Rafter, Edoardo Novelli and Christina Holtz-Bacha</i>	
Wahlwerbung des Europäischen Parlaments zur Europawahl 2014: Der Wahlauf Ruf zum Kampagnenauf takt .....	57
<i>Ariane Demonget</i>	
How Anti-European, Populist Parties Campaigned in the 2014 EP Election .....	75
<i>Christiane Grill</i>	
Motivation zur Stimmabgabe. Strategien der Plakatwerbung zur Europawahl 2014 .....	97
<i>Eva-Maria Lessinger und Christina Holtz-Bacha</i>	
Populistische Elemente in der Kommunikation der Alternative für Deutschland. Eine qualitative Analyse von Wahlwerbung und Pressemitteilungen im Europawahlkampf 2014 .....	129
<i>Susanne Merkle</i>	

---

Der Europawahlkampf in 140 Zeichen. Jean-Claude Juncker und Martin Schulz auf Twitter .....	153
<i>Reimar Zeh</i>	
 The EU-Election on Twitter: Comparison of German and French Candidates' Tweeting styles .....	175
<i>Caja Thimm, Alex Frame, Jessica Einspänner-Pflock, Eric Leclercq and Mario Anastasiadis</i>	
 Do candidates matter? Oder: This time it's different. Die deutsche Presseberichterstattung über die Europawahl 2014 im Langzeitvergleich ...	205
<i>Melanie Leidecker und Jürgen Wilke</i>	
 Die Berichterstattung zur Europawahl 2014 in den Hauptabendnachrichten – ein historischer und internationaler Vergleich .....	233
<i>Fabian Pfaffenberger</i>	
 Autorinnen und Autoren .....	259

Europawahlkampf 2014

Internationale Studien zur Rolle der Medien

Holtz-Bacha, C. (Hrsg.)

2016, VI, 263 S., Softcover

ISBN: 978-3-658-11019-2