
Inhalt

Einleitung – TV-Duelle als Forschungsgegenstand	1
Thorsten Faas, Jürgen Maier und Michaela Maier	
Das Studiendesign	11
Berend Barkela und Jürgen Maier	
Von Schachteln im Schaufenster, Kreisverkehren und (keiner) PKW-Maut: Kandidatenagenda, -strategien und ihre Effekte	31
Carolin Jansen und Isabella Glogger	
And the winner is...?! Die Entstehung des Siegerbildes bei der TV-Debatte 2013	59
Johannes N. Blumenberg, Daniela Hohmann und Sven Vollnhals	
Wissens- und Partizipations-Gaps: Führte das TV-Duell 2013 zu einer politischen und kognitiven Mobilisierung?	75
Julia Range	
Die Bedeutung von Emotionen für die Rezeption der TV-Debatte 2013	87
Ines C. Vogel und Lukas Otto	
„Deutschlandkette statt Sachkompetenz“: Führt die Rezeption des TV-Duells zu einer personalisierten Wahrnehmung von Politik?	105
Michaela Maier, Lukas Otto, Katharina Disch und Carlo Ruppert	
Alles nur Show? Effekt des TV-Duells auf Performanz- und Positionssachfragen	125
Felicita Belok und Tassilo Heinrich	

Der Einfluss des TV-Duells auf die Wahlabsicht	139
Jürgen Maier	
Begleitung des TV-Duells auf Twitter	157
Dominic Nyhuis und Johannes Friederich	
Interpersonale Kommunikation während und nach der Rezeption des TV-Duells.	173
Johannes Leuchte	
It's the media, stupid? Die Bedeutung der medialen Nachberichterstattung des Duells	191
Thorsten Faas und Jürgen Maier	
TV-Duell und TV-Dreikampf im Vergleich: Wahrnehmungen und Wirkungen	207
Thorsten Faas und Jürgen Maier	

Merkel gegen Steinbrück

Analysen zum TV-Duell vor der Bundestagswahl 2013

Faas, T.; Maier, J.; Maier, M. (Hrsg.)

2017, VIII, 217 S. 31 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-05431-1