

Inhalt

Vorwort	7
1. Eine kurze Geschichte der Fernsehdebatten	10
2. Die Bedeutung der Kandidaten für das Wahlverhalten	16
3. Die Wirkungen von Fernsehdebatten	25
4. Die TV-Duelle im Bundestagswahlkampf 2002	39
5. Die Zuschauer der TV-Duelle	49
6. Anlage der Untersuchung	55
7. Die Inhalte des zweiten TV-Duells und der Medienberichte	65
7.1 <i>Das Duell</i>	65
7.2 <i>Die Diskussionssendungen</i>	72
7.3 <i>Die Berichterstattung in Presse und Fernsehnachrichten</i>	76
8. Die Wahrnehmung des zweiten TV-Duells	88
8.1 <i>Ursachen kurzfristiger Wahrnehmungen in TV-Duellen</i>	88
8.2 <i>Einhellige Zustimmung: Schlüsselstellen des Duells</i>	92
8.3 <i>Geteilte Ansichten: Polarisierende Stellen des Duells</i>	103
8.4 <i>Fernsehdebatten gewinnen und verlieren</i>	121
9. Die Wirkungen des zweiten TV-Duells	134
9.1 <i>Gewinner und Verlierer</i>	134
9.2 <i>Kandidatenimages</i>	156
9.3 <i>Priming-Effekte</i>	191
9.4 <i>Lernen und Wissen</i>	198
9.5 <i>Wahlabsichten und Siegeserwartungen</i>	206
10. Zusammenfassung: Nutzung, Wahrnehmung und Wirkung der TV-Duelle im Bundestagswahlkampf 2002	217
Epilog: Die Zukunft der Fernsehdebatten in Deutschland	223
Literatur	230