

Thomas Knieper / Marion G. Müller (Hrsg.)

Visuelle Wahlkampfkommunikation

Herbert von Halem Verlag

Bibliografische Information Der Deutschen Bibliothek

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.ddb.de> abrufbar.

Thomas Knieper / Marion G. Müller (Hrsg.):
Visuelle Wahlkampfkommunikation.
Köln : Halem, 2004
ISBN 3-931606-74-0

Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung und Verbreitung, sowie der Übersetzung, vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (durch Photokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung des Verlages reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme (inkl. Online-Netzwerken) gespeichert, verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

In Einzelfällen wurden Abbildungen verwendet, deren heutige Rechteinhaber nicht ermittelt werden konnten und bei denen das Zitationsrecht möglicherweise strittig ist. Hier erklären sich die Herausgeber bereit, rechtmäßige Ansprüche zu den für den Nachdruck in diesem Buch festgelegten Bedingungen abzugeben.

© 2004 by Herbert von Halem Verlag, Köln

Den Herbert von Halem Verlag erreichen Sie auch im Internet unter <http://www.halem-verlag.de>
E-Mail: info@halem-verlag.de

SATZ: Herbert von Halem Verlag
DRUCK: Druckhaus Köthen
GESTALTUNG: Claudia Ott Grafischer Entwurf, Düsseldorf
Copyright Lexicon ©1992 by The Enschedé Font Foundry.
Lexicon® is a Registered Trademark of The Enschedé Font Foundry.

Inhalt

THOMAS KNIEPER / MARION G. MÜLLER Vorwort	7
JÜRGEN WILKE / JENS TANGEMANN (Visuelle) Wahlkampfkommunikation zur Europawahl 1999	13
FRANZ REITINGER Wahlkampf und Politkarriere: Landkartensatire in England und den Vereinigten Staaten von Amerika 1750-1850	45
ANKE BEISSWÄNGER Wahlkampf im Spiegel politischer Karikaturen	76
MARION G. MÜLLER Parteienwerbung im Bundestagswahlkampf 2002: Eine qualitative Produktionsanalyse politischer Werbung und PR	100
KARIN FLEISSNER Vor der Kür ist nach der Kür? Bundestagswahl 2002: Die Kandidatendebatte der Union im Spiegel der Pressefotografie	129
THOMAS PETERSEN / OLAF JANDURA Der Test von Bildsignalen in Repräsentativumfragen und seine Verknüpfung mit Medieninhaltsanalysen im Bundestagswahlkampf 2002	148

DIRK TÄNZLER	168
Das Fernsehduell: Ein Dispositiv der Macht	
THORSTEN FAAS / JÜRGEN MAIER	186
Schröders Stimme, Stoibers Lächeln. Wahrnehmungen von Gerhard Schröder und Edmund Stoiber bei Sehern und Hörern der Fernsehdebatten im Vorfeld der Bundestagswahl 2002	
JÜRGEN WILKE	210
Die Visualisierung der Wahlkampfberichterstattung in Tageszeitungen 1949 bis 2002	
Autorinnen und Autoren	231