

Inhalt

Vorwort	7
Einleitung: Medien und Imagepolitik im 20. Jahrhundert <i>Daniela Münkler/Lu Seegers</i>	9
I. Imagepolitik und Politikerimages	
John F. Kennedy – Harold Wilson – Willy Brandt: »Modernes« Image für »moderne« Zeiten <i>Daniela Münkler</i>	25
Grenzen der Imagepolitik: Eine gescheiterte Kampagne für Rainer Barzel 1972 <i>Thomas Mergel</i>	47
Nach dem Führerkult: Repräsentationen des Generalsekretärs im kommunistischen Polen und in der DDR (1956–1989) <i>Jan C. Behrends</i>	71
Schmutzige Politik? Zum Image von Politikern in fiktionalen Filmen und Fernsehbeiträgen der Bundesrepublik <i>Christoph Classen</i>	97
II. Nation und Konsum	
Produktimages und Gesellschaftsgeschichte im 20. Jahrhundert <i>Rainer Gries</i>	117
Amerikanischer Charakter – »American-ness«: Stereotype und <i>Images</i> aus Sicht amerikanischer Publizisten (1890–1930) <i>Adelheid von Saldern</i>	141

»Ein echtes Image-Problem?« Die Schweiz und die Weltkriegsdebatte <i>Cornelia Raub</i>	167
---	-----

III. Prominenz und Populärkultur

Massenmedien und die Bedeutung von Helden und Stars in den USA (1890–1929) <i>Simon Wendt</i>	187
Prominentenimages und Wertewandel in der Bundesrepublik Deutschland (1950–1980) <i>Lutz Seegers</i>	207
Stars der Revolte: Die Kommune 1 <i>Detlef Siegfried</i>	229
»Same, same But Different« Zur Bedeutung und zum Wandel von Image in der Popkultur postmoderner Mediengesellschaften <i>Christoph Jacke</i>	247

IV. Stadt und Raum

»Häuschen im Grünen« Die Popularisierung der Suburbanisierung im 20. Jahrhundert <i>Meik Woyke</i>	273
Die neue City in der kriegszerstörten <i>Altstadt</i> : Das »Wiederaufbau«-Image Bremens (1946–1964) <i>Georg Wagner-Kyora</i>	293
»Noch ein bisschen Dorf und schon halb Metropole« <i>Philipp Springer</i>	319