

# Medien und Imagepolitik im 20. Jahrhundert

Deutschland, Europa, USA

Bearbeitet von

Jan Behrends, Christoph Classen, Rainer Gries, Christoph Jacke, Thomas Mergel, Daniela Münkler,  
Cornelia Rauh, Adelheid von Saldern, Lu Seegers, Detlef Siegfried, Philipp Springer, Georg Wagner-Kyora,  
Simon Wendt, Meik Woyke

1. Auflage 2008. Taschenbuch. 335 S. Paperback

ISBN 978 3 593 38756 7

Format (B x L): 14 x 21,3 cm

Weitere Fachgebiete > Ethnologie, Volkskunde, Soziologie > Diverse soziologische  
Themen > Mediensoziologie

Zu [Leseprobe](#)

schnell und portofrei erhältlich bei

The logo for beck-shop.de features the text 'beck-shop.de' in a bold, red, sans-serif font. Above the 'i' in 'shop' are three red dots of increasing size. Below the main text, 'DIE FACHBUCHHANDLUNG' is written in a smaller, red, all-caps sans-serif font.

**beck-shop.de**  
DIE FACHBUCHHANDLUNG

Die Online-Fachbuchhandlung [beck-shop.de](http://beck-shop.de) ist spezialisiert auf Fachbücher, insbesondere Recht, Steuern und Wirtschaft. Im Sortiment finden Sie alle Medien (Bücher, Zeitschriften, CDs, eBooks, etc.) aller Verlage. Ergänzt wird das Programm durch Services wie Neuerscheinungsdienst oder Zusammenstellungen von Büchern zu Sonderpreisen. Der Shop führt mehr als 8 Millionen Produkte.

# Inhalt

Vorwort .....	7
Einleitung: Medien und Imagepolitik im 20. Jahrhundert <i>Daniela Münkel/Lu Seegers</i> .....	9
I. Imagepolitik und Politikerimages	
John F. Kennedy – Harold Wilson – Willy Brandt: »Modernes« Image für »moderne« Zeiten <i>Daniela Münkel</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>Lu 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