

Inhalt

| | |
|---|-----|
| Vorwort | 7 |
| 1 Politische Repräsentationen: Die Sichtbarkeit des Unsichtbaren | 11 |
| 1.1 Iconic turn in den Politikwissenschaften? | 15 |
| 1.2 Politische Kommunikation, politische Werbung und Kampagnen: Strategien zur Gewinnung öffentlicher Aufmerksamkeit | 20 |
| 1.3 Von Political Campaigning zu Communicating EUrope | 27 |
| 1.4 Branding | 31 |
| 1.5 Visualisierungen des Politischen oder visuelle Politik? – Ansätze und Methoden der Analyse I | 37 |
| 1.6 Politische Repräsentation im Feld visueller Kultur(en) – Ansätze und Methoden der Analyse II | 43 |
| 1.7 Politische Repräsentation: Spuren – Elemente – Vorbilder | 52 |
| 1.8 Auf der Spurensuche nach visuellen Traditionselementen des EUropäischen | 56 |
| 2 EUropäische Bildpolitiken – visuelle Repräsentationen | 63 |
| 2.1 Landschaft | 63 |
| 2.2 Architektur | 70 |
| 2.3 Bürger/innen | 80 |
| 2.4 Porträt | 89 |
| 2.5 Familie | 96 |
| 2.6 Alltag | 105 |
| 2.7 Symbolisieren | 146 |

| | | |
|---|--|-----|
| 3 | Spuren EUropäischer Bildpolitik? | 153 |
| | 3.1 Visualisierungsstrategien: Repräsentationen und Projektionen | 157 |
| | 3.2 Visuelle Genealogien: Ein interpretatives Netzwerk? | 161 |
| 4 | Literatur und Quellen | 165 |
| 5 | Abbildungsverzeichnis | 179 |