

Inhaltsverzeichnis

Vorbemerkungen	7
Vorwort zur Methodologie	9
I. Kapitel	
I. 1. Bildnispolitik und Repräsentationsbegriff in demokratischer Perspektive	23
I. 2. Wahlstrategien und Bildstrategien	41
II. Kapitel	
Das Wahlplakat in den USA von Andrew Jackson bis Bill Clinton	
II. 1. Barbecue und Ballyhoo	51
II. 2. Die Frühphase des Wahlplakats	64
II. 3. Die Kommerzialisierung des Kandidatenporträts	83
II. 4. Vom Bildverlag zum Massendruck	106
II. 5. Politische Berater als Imageproduzenten	126
III. Kapitel	
Visuelle Wahlkampfkommunikation	
III. 1. Strategie des Schweigens	151
III. 2. Heldenstrategie	164
III. 3. Ahnenstrategie	178
III. 4. Common-man-Strategie	187
III. 5. Familien-Strategie	200
III. 6. Edukative Strategie	209
III. 7. Ökonomische Strategie	217
III. 8. Emotionale Strategie	236
III. 9. Negativ-Strategie	246
IV. Kapitel	
Stil und Funktion visueller Kommunikation in Demokratien	
IV. 1. Politische Allegorese	261
IV. 2. Das Bild als Botschaft	289

Anhang

Plakatregister	301
Namensregister	313
Sachregister	319
Bibliographie	327
Künstlerbiographien	345
Glossar	355
Tafelteil	375