

Hans A. Hartmann · Rolf Haubl (Hrsg.)

Bilderflut und Sprachmagie

Fallstudien zur Kultur der Werbung

Westdeutscher Verlag

Inhalt

| | |
|--|-----|
| Vorwort der Herausgeber | 7 |
| <i>Rolf Haubl</i> "Früher oder später kriegen wir euch" | 9 |
| <i>Rainer Gries, Volker Ilgen, Dirk Schindelbeck</i> Perfekte Panne - perfide Performance. Mentalitätsgeschichtliche Anmerkungen zu einer Einheits-Anzeige..... | 33 |
| <i>Hans-Dieter König</i> Der amerikanische Traum. Eine tiefenhermeneutische Analyse gesellschaftlich produzierter Unbewußtheit..... | 51 |
| <i>Rolf Haubl</i> Blaubarts Zimmer. Körperphantasien in szenischen Interviews..... | 71 |
| <i>Hans A. Hartmann</i> Dieses obscure Objekt der Begierde oder: Sprachlosigkeit ist angesagt. Ein Mann in den besten Jahren ent-deckt sein Bild in der Werbung..... | 97 |
| <i>Jürgen Zänker</i> Amor & Psyche. Werbung, Mythos und Kunst..... | 123 |
| <i>Jo Reichertz</i> Der Morgen danach. Hermeneutische Auslegung einer Werbefotographie in zwölf Einstellungen | 141 |
| <i>Ludgera Vogt</i> Was hat ein Telegramm mit Treue zu tun? Eine kultursoziologisch- semiotische Studie zu Text-Bild-Montagen..... | 165 |
| <i>Carina Schmiedke-Rindt</i> Eine verhängnisvolle Affäre. Körpersprachliche Strategien im Reich der Wünsche..... | 175 |

| | |
|--|-----|
| <i>Armin Günther</i> "...mit freundlichen Grüßen vom Planeten TMA 1". Eine rahmenanalytische Etüde..... | 191 |
| <i>Hans Vilmar Geppert</i> "Und raucht Ernte 23 / Und alles war wieder gut". Zur Poesie der Werbung | 215 |
| <i>Andreas Hirseland</i> Vertreibung ins Paradies. Eine zeichenpraktische Bildlektüre | 225 |
| <i>Thomas Jung, Stefan Müller-Doohm, Lothar Voigt</i> Wovon das Schlafzimmer ein Zeichen ist. Text- und Bildanalyse von Schlafraumkultur im Werbemedium..... | 245 |
| <i>Hans A. Hartmann</i> Zeichen, Szenen und 'Zeitgeist'. Ein Rückblick..... | 267 |
| Literatur..... | 283 |
| Personenregister..... | 301 |
| Sachregister | 305 |
| Die AutorInnen..... | 310 |