

Hans A. Hartmann · Rolf Haubl (Hrsg.)

Bilderflut und Sprachmagie

Fallstudien zur Kultur der Werbung

Westdeutscher Verlag

Inhalt

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