

INHALTSVERZEICHNIS

EINLEITUNG	9
1. WIRKUNGSMÄCHTIGE BILDER, PRÄGENDE SPRACHE:	
EIN ZUSAMMENSPIEL	12
Was können Bilder, was vermögen Texte?.....	12
Grammatik und Begriffe bestimmen unser Denken	14
Bildnotationen oder frühe Schriften.....	19
Felskunst.....	24
Glaube über das Wort vermittelt.....	28
2. BILDER UND GEMÄLDE ALS HISTORISCHE DOKUMENTE?	32
Ein gebildeter Vandale.....	33
Der Teppich von Bayeux: Ein über Jahrhunderte währen- der Historikerstreit.....	35
Bildkorruption	37
Wie aus der Gebärde der Hand hervorgeht – unterschied- liche Sichtweisen	41
Teppichweber sind schlechte Historiker	42
3. MITTELALTERLICHE BILDWELTEN UND UMBRUCH IN DER RENAISSANCE, MEDIALE VERFÜHRUNGEN	48
Textkenntnis notwendig	48
Legenda Aurea und Drucktechniken	50
Physiologus.....	54
Auf der Suche nach einer neuen Bildsprache in der Renaissance: Wie stellt man Emotionen dar?	58
Die Suche nach einer universellen Bildsprache.....	64
Physiognomische Raserei und eine scheinbar objektive Messmethode	66

Revival im 21. Jahrhundert	70
Wiederkehrende Hoffnungen auf Weltverbesserung durch audiovisuelle Medien	73
4. BILDPOLITIK ALS MACHTPOLITIK	78
Das frühe Christentum und die Kaiserstatue	79
Konstantin: Taktiker der Macht	82
Christusbilder im Wandel	85
Wofür so viele Bilder?	87
Reformatorische Bilderstürme und das neue Medium Flugblatt	91
Zerstörte Bibliotheken	93
5. DIE IMAGINATION SCHÜREN	95
Kolonial- und Architekturzeichnungen	95
Wünsche der Auftraggeber	97
Natur und Landschaftsbilder	101
Linguistic turn	103
Linguistic turn in der Architektur	104
Iconic turn und das Imaginäre	106
Schriftsteller und Bilder	109
Magritte und seine Nachwirkungen	114
6. WANDEL IN DEN FORMEN DES DENKENS: RAUMBILDENDE ZENTRALPERSPEKTIVE UND SPÄTE WIDERLEGUNGEN	116
Panofskys Dreistufenmodell	116
Zentralperspektive: Grundform des Denkens oder Wirkung einer Metapher?	120
Neue Erkenntnisse, neue optische Apparate, neue Darstellungsformen	131
7. ATOMPILZ UND ATOMBLITZ: WORTBILDKOMBINATIONEN IM WANDEL	137
Wirkungsmächtige Bild- und Wortkombination	137
Bilderverbot	140
Die japanische Perspektive	143
8. WERBUNG UND KUNST – VON DER AFFICHOMANIE BIS ZUM SURREALISMUS	147
Plakatwerbung und Affichomanie im Paris des 19. Jahrhunderts	148

Schaufensterauslagen	153
Neues Sehen im Kubismus	155
Kubismus und Chronofotografie.....	157
Gegenstände zerlegen	159
Reflexion von Konsum und Warenwelt in der Kunst: Marcel Duchamp und Andy Warhol	162
Neubetrachtung der Sprache.....	165
Dada: Sinnentzug als künstlerisches Programm	168
Emblematik	171
Figurengedicht	174
Befreite Typografie: Futurismus und Plakatkunst der russischen Avantgarde.....	177
Russische Avantgarde	179
9. INS BILD GESETZT: POLITISCHE INSCHRIFTEN AUF ÖFFENTLI- CHEN GEBÄUDEN UND STRASSEN IM 20. UND 21. JAHRHUNDERT ..	182
Stolpersteine.....	182
Hans Haacke: Der Bevölkerung	185
Olu Oguibe: Ich war ein Fremdling.....	188
Es ist nicht das, wonach es aussieht	189
Fiktionale Ansichten einer indischen Stadt	193
Raum durch Schrift neu ausloten	194
10. GRAFFITI IM SPANNUNGSFELD VON POLITIK, KUNST UND JUSTIZ ..	197
Graffiti – ein epochen- und kulturübergreifendes Phänomen.....	198
„Freie Wandschriftstellerei“	205
Harald Naegeli verunsichert die Einwohner Zürichs	208
Temporäre, reversible Kunst und rechtliche Ermessens- spielräume	211
Besprühte Züge.....	214
Urheberrecht des Sprayers	216
Graffiti und Kunstmarkt	219
LITERATURVERZEICHNIS	224
BILDNACHWEISE	233