

INHALT

Einleitung	9
1. Image als historisches Alltagsphänomen: Eine Perspektive im Umfeld der Image-Forschung	13
1.1 Image als »Vorstellungsbild« (Kleining)	14
1.2 Image als Begriff der Markt- und Konsumforschung	15
1.3 Image als Rahmen und Rahmung der Interaktionsordnung (Goffman)	18
1.4 Image als »Pseudoereignis« (Boorstin)	21
1.5 Wozu Image? Ausgangspunkte der Luhmann'schen Theorie symbolisch generalisierter Kommunikationsmedien	24
2. Technische Bildmedien und die Entwicklung von Image am Beispiel der Photographiegeschichte des 19. Jahrhunderts	33
Einleitung	33
2.1 Bezugsproblem I: Oberfläche und/als Tiefe – technische Bilder als Kommunikationsmedien	36
2.1.1 Pose und Retouche: Problemlösungen der Portraitphotographie	50
2.2 Bezugsproblem II: Die Reichweite sozialer Redundanz – technische Bilder als Verbreitungsmedien	59
2.2.1 Markt- und Publikumsorientierung	64
2.2.2 (Selbst-)Dynamisierung: Der Zwang zum Neuen	69
2.2.3 Die Realität technischer Bilder als Bezugsrahmen der Lebenswirklichkeit	72
2.3 Zusammenfassung: Die Kommunikation von Erscheinungsbildern und das System der Massenmedien	75

3. Die Entwicklung von Image-Kommunikation in der Werbung: Eine theoretische und empirisch-analytische Untersuchung	97
Einleitung	97
3.1 Zum methodischen Vorgehen	101
3.1.1 Theorie und Empirie	101
3.1.2 Datenbasis	104
3.1.3 Qualitative Analyse	109
3.2 Die Entfaltung der Bildlichkeit	118
3.2.1 Kommunikation unter Anwesenden als zentraler Bezugsrahmen der Werbung um 1900	121
3.2.2 Schrift als Bild: Typographie	126
3.2.3 Rahmen, Ornament und Zeichnung	132
3.2.4 Photographie	139
3.2.5 Die Anzeigenseite als Bilder-Rahmen	147
3.2.6 Namen	149
3.2.7 Die Thematisierung der Marke	150
3.2.8 Die Beziehung von Text und Bild	155
3.3 Werbung und das System der Massenmedien	161
3.3.1 Symbolische Generalisierung, Codierung und Programmierung	170
3.3.2 Operative Schließung, Reflexivität und strukturelle Kopplungen	182
3.4 Exemplarische Ressourcen der Image-Programmierung	190
3.4.1 Schichtorientierter Status	197
3.4.2 Weiblichkeit und Männlichkeit	217
3.4.3 Gute Form	236
3.4.4 Modernität	243
3.4.5 Tradition	251
3.4.6 Jugendlichkeit	256
3.4.7 Seriosität	270
3.4.8 Menschlichkeit	278
3.4.9 Erotik	286
3.4.10 Realismus	307
4. Schlußbemerkungen	317
Literatur	333