

Inhalt

Vorwort	7
---------------	---

Teil 1:

Bildanalyse und Bildwirkung

1 Wozu Visuelle Kommunikationsforschung?	13
2 Was ist ein Bild?	19
2.1 Gestalttypen und Kontexte des Bildes	24
2.2 Bildnis – Porträt – (visuelle) Repräsentation	29
2.3 Ikone – Inszenierung – Image	31
3 Die assoziative Logik der Visuellen Kommunikation	37
3.1 Deutung – Bedeutung – Bildeinsatz	41
3.2 Digitales Bild und globale Verbreitung	46
4 Von der Bildbeschreibung zur Bildinterpretation	53
4.1 Wie beschreibe ich Bilder?	53
4.2 Wie analysiere ich Bilder?	58
4.3 Wie interpretiere ich Bilder?	60
5 Bildnutzung, Bildrezeption und Bildwirkung	77
5.1 Wie werden Bilder rezipiert?	91
5.2 Wie wirken Bilder?	98
5.3 Bild versus Text?	109
6 Das Bild als Quelle	113
6.1 Das Bild als journalistische Quelle	114
6.2 Das Bild als wissenschaftliche Quelle	160

**Teil 2:
Medien- und kommunikationswissenschaftliche
Forschungsansätze**

7 Visuelle Kompetenz	177
8 Politische Ikonografie und Ikonologie	183
9 Bildinhaltsanalyse	197
10 Bildtypenanalyse	211
11 Visuelle Kontextanalyse	219
12 Nonverbale Medienkommunikation	227
13 Visual Agenda-Setting	241
14 Visual Priming	251
15 Visual Framing	263
Bildnachweis	275
Literatur	281
Index	331