

Marion G. Müller

Grundlagen der visuellen Kommunikation

Theorieansätze und Analysemethoden

UVK Verlagsgesellschaft mbH

Inhalt

	Vorwort	7
	Einführung	9
1.	Vom theoretischen Begriff zur praktischen Interpretation	13
1.1	Wozu visuelle Kommunikationsforschung?	13
1.2	Was ist ein Bild?	18
1.2.1	Bildnis — Porträt — Repräsentation	23
1.2.2	Ikone - Image - Inszenierung	27
1.3	Von der Bildbeschreibung zur Bildinterpretation	33
1.3.1	Wie beschreibe ich Bilder?	33
1.3.2	Wie analysiere ich Bilder?	42
1.3.3	Wie analysiere ich Filme?	46
1.3.4	Wie interpretiere ich Bilder?	54
1.4	Das Bild als Quelle	80
1.4.1	Das Bild als journalistische Quelle	80
1.4.2	Das Bild als wissenschaftliche Quelle	114
2.	Forschungsansätze der visuellen Kommunikation	121
2.1	Philosophische Ansätze	123
2.1.1	Ästhetik	130
2.1.2	Phänomenologie	133
2.1.3	Bildhermeneutik	137
2.2	Physiologische Ansätze	141
2.2.1	Optik	143
2.2.2	Gehirnforschung	145
2.2.3	Morphologischer Abbildvergleich	151
2.3	Sprachwissenschaftliche und zeichentheoretische Ansätze	155
2.3.1	Sprachwissenschaftliche Ansätze	156
2.3.2	Semiotik und Semiologie	158

Inhalt

2.4	Psychologische und pädagogische Ansätze.	165
2.4.1	Gestaltpsychologie.	171
2.4.2	Schematheorie und Visual Framing.	172
2.4.3	Parasoziale Kommunikation.	176
2.4.4	Visual Literacy.	178
2.5	Kommunikations- und medienwissenschaftliche Ansätze.	183
2.5.1	Nonverbale Kommunikation.	185
2.5.2	Imageryforschung.	186
2.5.3	Berner System.	187
2.5.4	Visuelle Wahlkampfkommunikation.	188
2.5.5	Medienwissenschaftliche Ansätze.	190
2.6	Sozialwissenschaftliche Ansätze.	201
2.6.1	Wissenssoziologie.	206
2.6.2	Kunstsoziologie.	208
2.6.3	Kunstpölitologie.	210
2.6.4	Politische Ikonografie.	211
2.7	Historische und ethnologische Ansätze.	223
2.7.1	Historische Bildkunde.	228
2.7.2	Visual Anthropology.	233
2.8	Kunsthistorische Ansätze.	243
2.8.1	Stilgeschichte.	246
2.8.2	Ikonografie.	249
2.8.3	Ikonologie.	257
2.8.4	Bildwissenschaft.	259
3.	Ausblick: Forschungsfelder und Fragestellungen.	267
Anhang		
1.	Kleiner Leitfaden zur Bildanalyse.	281
2.	Fragebogen »Produktionsanalyse Wahlwerbung«	283
3.	Hinweise zur Strukturierung wissenschaftlicher Arbeiten.	285
4.	Tipps für die visuelle Präsentation.	288
5.	Personenregister.	291
6.	Sachregister.	294