

Thomas Knieper / Marion G. Müller (Hrsg.)

Kommunikation visuell.

**Das Bild als Forschungsgegenstand -
Grundlagen und Perspektiven**

Herbert von Halem Verlag

Inhalt

MARION G. MÜLLER / THOMAS KNIEPER	7
Einleitung	
<i>Teil 1: Bildlichkeit: visuell, virtuell, visionär?</i>	
MARION G. MÜLLER	14
Bilder - Visionen - Wirklichkeiten. Zur Bedeutung der Bildwissenschaft im 21. Jahrhundert	
MIRIAM MECKEL	25
Visualität und Virtualität. Zur medienkulturellen und medienpraktischen Bedeutung des Bildes	
JÜRGEN RAAB	37
Medialisierung, Bildästhetik, Vergemeinschaftung. Ansätze einer visuellen Soziologie am Beispiel von Amateurclubvideos	
PETER LUDES	64
Schlüsselbild-Gewohnheiten. Visuelle Habitualisierungen und visuelle Koordinationen	
HANS J. KLEINSTEUBER	79
Politische Architektur und Visualität. Gedanken am Beispiel von Washington DC	
GERHARD VOWE	93
Im Schatten des Leviathan. Das Leitbild des liberalen Staates	

Teil 2: Wirkung des Visuellen

HANS MATHIAS KEPPLINGER / MARCUS MAURER 118
Der Einfluß verbaler und visueller Eindrücke auf die
Wahrnehmung von Kohl und Schröder anhand der
Fernsehberichterstattung im Bundestagswahlkampf 1998

MARGARET ANN CURRAN / KLAUS KAMPS / 131
JAMES N. SCHUBERT
What you see is what you get?
Physische Erscheinung und die Einschätzung von politischen
Kandidaten - eine interkulturelle Perspektive

BERTRAM SCHEUFELE 144
Visuelles Medien-Framing und Framing-Effekte.
Zur Analyse visueller Kommunikation aus der
Framing-Perspektive

THOMAS PETERSEN 159
Der Test von Bildsignalen in Repräsentativumfragen.
Vorschlag für ein Forschungsprogramm

MICHAEL KRZEMINSKI 176
Bildkommunikation in der Spendenwerbung.
Eine empirische Analyse der Werbemittel im Spannungsfeld
von Akquisitions- und Aufklärungszielen

THOMAS SCHIERL 193
Schöner, schneller, besser?
Die Bildkommunikation der Printwerbung unter
veränderten Bedingungen

Teil 3: Formen und Funktionen des Visuellen

DIETMAR SCHILLER 212
Parlamente und Fernsehen: Deutschland, Österreich,
Großbritannien, Irland und die USA im Vergleich

DAVID R. THOMSON / BIRGIT WASSMUTH 230
Kulturunterschiede bei visuellen Darstellungen im Netz.
Ein Vergleich des digitalen Zeitungsdesigns
in Deutschland und den USA

C. ZOE SMITH	240
Die Bildagentur »Black Star«. Inspiration für eine neue Magazinfotografie in den USA	
URSULA E. KOCH	250
Vom »Erbfeind« und »Barbar« zum »fremden Freund«. Politische Pressekarikatur und deutsch-französische »Nationenbilder«	
THOMAS KNIEPER	262
Die Zukunft der politischen Karikatur	
Autoren	279