

1. Record Nr.	UNINA9910372796203321
Autore	Kautt York <p>York Kautt, Universität Gießen, Deutschland </p>
Titolo	Image : Zur Genealogie eines Kommunikationscodes der Massenmedien / York Kautt
Pubbl/distr/stampa	Bielefeld, : transcript Verlag, 2015 2015, c2008
ISBN	9783839408261 3839408261
Edizione	[1st ed.]
Descrizione fisica	1 online resource (370)
Collana	Kultur- und Medientheorie
Classificazione	AP 14800
Disciplina	658.8
Soggetti	Media Image Werbung Medien Cultural Studies Visuelle Kultur Visual Studies Medienbrüche Media Aesthetics Kommunikation Popular Culture Bild Bildwissenschaft Medienästhetik Popkultur Kulturwissenschaft
Lingua di pubblicazione	Tedesco
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia
Nota di contenuto	Frontmatter 1 Danksagung 5 Inhalt 7 Einleitung 9 1. Image als Historisches Alltagsphänomen: Eine Perspektive im Umfeld der Image-Forschung 13 2. Technische Bildmedien und die Entwicklung von Image am Beispiel der Photographiegeschichte des 19. Jahrhunderts

Sommario/riassunto

Stars und Politiker – aber auch Unternehmen, Konsumprodukte und viele andere Identitäten – »haben« offenkundig ein Image. Trotz der Omnipräsenz dieses Alltagsbegriffs sowie der damit bezeichneten Phänomene fehlt es bislang an Untersuchungen, die die soziokulturelle Bedeutung und Funktion von Image aus genealogischer Perspektive in den Blick nehmen: Warum und wozu etabliert sich Image im 20. Jahrhundert als Element der Alltagskultur? Und wie lässt sich seine kommunikative Struktur näher bestimmen? Das Buch geht diesen Fragen in Bezug auf die Entwicklung der technischen Bildmedien und der modernen Werbung nach.

»All jenen, die sich für die (deutsche) Geschichte der Werbung innerhalb des Systems der Massenmedien interessieren und systemtheoretische Überlegungen nicht scheuen, sei York Kautts Arbeit deutlich empfohlen.«