

1. Record Nr.	UNISA996308820403316
Autore	Kautt York
Titolo	Image : Zur Genealogie eines Kommunikationscodes der Massenmedien / York Kautt
Pubbl/distr/stampa	Bielefeld, : transcript Verlag, 2015
ISBN	3-8394-0826-1
Edizione	[1st ed.]
Descrizione fisica	1 online resource (370)
Collana	Kultur- und Medientheorie
Classificazione	AP 14800
Disciplina	658.8
Soggetti	Image; Werbung; Medien; Visuelle Kultur; Medienumbrüche; Kommunikation; Bild; Cultural Studies; Bildwissenschaft; Medienästhetik; Popkultur; Kulturwissenschaft; Media; Visual Studies; Media Aesthetics; Popular Culture
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 33 3. Die Entwicklung von Image-Kommunikation in der Werbung: Eine Theoretische und Empirisch-Analytische Untersuchung 97 4. Schlussbemerkungen 317 Literatur 333 Backmatter 367
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.« Hannes Kramer, www.rkm-journal.de,
02.06.2009
