

Inhaltsverzeichnis

1. Einführung	1
1.1. Problemstellung	1
1.2. Begriffliche Grundlagen	5
1.2.1. Verhaltenswirksame Bildmotive	5
1.2.1.1. Definition	5
1.2.1.2. Messung	8
1.2.2. Erlebnisbetonte Werbung	12
2. Theoretische Grundlagen: Erklärung menschlicher Verhaltensmuster	15
2.1. Überblick	15
2.2. Verhaltensbiologie: Verhaltensdeterminanten	16
2.2.1. Ursprünge von Verhalten	17
2.2.2. Auslöser von Verhalten	20
2.2.3. Evolution von Verhalten	23
2.2.4. Bewußtheit von Verhalten	27
2.3. Tiefenpsychologie: Das Unbewußte	30
2.3.1. Vorbemerkungen zur Wissenschaftlichkeit der Tiefenpsychologie	30
2.3.2. Die Mechanismen des Unbewußten nach Freud	31
2.3.3. Strukturen und Inhalte des Unbewußten nach Jung	37
2.3.4. Die Gegenüberstellung der theoretischen Konzepte von Freud und Jung	42
2.4. Kulturanthropologie: Fundamentale kulturelle Verhaltensmuster	44
2.4.1. Ursprünge symbolischer Sinnformeln	45
2.4.2. Verhaltenssteuerung durch symbolische Sinnformeln	47
2.5. Soziales Lernen	51
2.5.1. Lerntheoretische Ansätze als Basis der Theorie des sozialen Lernens	51
2.5.2. Soziales Lernen: Verhaltensmuster in Kulturen und Subkulturen	56
2.6. 'Exkurs in die Erkenntnistheorie': Rahmenbedingungen für das Erkennen menschlicher Muster	58
2.6.1. Stammesgeschichtliche Evolution menschlicher Erkenntnis- und Denkstrukturen	59
2.6.2. Kulturspezifische Evolution menschlicher Erkenntnis- und Denkstrukturen	63

3. Theoretische Folgerungen: Unterschiedliche Suchrichtungen für verhaltenswirksame Bildmotive	67
3.1. Überblick	67
3.2. Universell wirksame Motive auf verhaltensbiologischer Basis	68
3.2.1. Angeborene Auslösemechanismen (AAM)	68
3.2.1.1. Kindchenschema	68
3.2.1.2. Augenschema	71
3.2.1.3. Sekundäre Geschlechtsmerkmale	74
3.2.2. Körpersprache	77
3.2.2.1. Angeborenes mimisches Ausdrucksverhalten	77
3.2.2.2. Angeborenes gestisches Bewegungsrepertoire	81
3.2.3. Folgerungen für die Werbung	83
3.2.3.1. Chancen und Risiken universeller Motive	83
3.2.3.2. Operationalisierung von Suchrichtungen	85
3.2.3.3. Erlebnischarakter der Motive	87
3.3. Universell wirksame, aber kulturell modifizierte Motive	88
3.3.1. Verhaltensbiologisch fundierte Motive	88
3.3.2. Tiefenpsychologisch fundierte Motive	90
3.3.2.1. Kulturell institutionalisierte Motive für Freudsche Triebrepräsenzen und -objekte	91
3.3.2.2. Kulturell modifizierte Motive Jungscher Archetypen	95
3.3.3. Kulturanthropologisch fundierte Motive	102
3.3.3.1. Märchen, Mythen, Sagen, Fabeln und Legenden	102
3.3.3.2. Riten	109
3.3.4. Folgerungen für die Werbung	112
3.3.4.1. Chancen und Risiken kulturell modifizierter Motive	112
3.3.4.2. Operationalisierung von Suchrichtungen	115
3.3.4.3. Erlebnischarakter der Motive	117
3.4. Kulturell geprägte wirksame Motive auf lerntheoretischer Basis	118
3.4.1. Lebensstile	118
3.4.2. Kultphänomene	122
3.4.3. Folgerungen für die Werbung	126
3.4.3.1. Chancen und Risiken kulturell geprägter Motive	126
3.4.3.2. Operationalisierung von Suchrichtungen	127
3.4.3.3. Erlebnischarakter der Motive	128
3.5. Spekulationen zur Wirkungsstärke der Motivgruppen	129

4. Anwendungsmöglichkeiten: Entwicklung von verhaltenswirksamen Bildmotiven im Rahmen von CAAS (Computer Aided Advertising Systems)	132
4.1. CAAS	132
4.2. Suchsystem	133
4.2.1. Philosophie des Systems	133
4.2.2. Aufbau und Struktur	134
4.2.3. Subsysteme	136
4.3. Suchstrukturen für verhaltenswirksame Bildmotive	137
4.3.1. Strukturelemente: Suchrichtung, Suchweg, Suchhilfe	137
4.3.2. Zugriffsprinzip 'Standardbild'	139
4.3.2.1. Person	139
4.3.2.2. Tier	145
4.3.2.3. Pflanzen	147
4.3.2.4. Objekt	149
4.3.2.5. Nahrungs- und Genußmittel	154
4.3.2.6. Natur und Landschaft	159
4.3.2.7. Person und Tier	163
4.3.2.8. Person und Pflanze	170
4.3.2.9. Person und Objekt	174
4.3.2.10. Person und Nahrungs- bzw. Genußmittel	178
4.3.2.11. Person und Landschaft	182
4.3.2.12. Person in Aktion	187
4.3.2.13. Körperteil einer Person	192
4.3.2.14. Mehrere Personen	196
4.3.2.15. Tier und Objekt	204
4.3.2.16. Tier und Landschaft	208
4.3.2.17. Objekt und Landschaft	210
5. Ausblick	213
Literaturverzeichnis	215

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Sterbendes Mädchen	2
Abbildung 2:	Siegesfreude	3
Abbildung 3:	Die drei großen psychologischen Theorien	21
Abbildung 4:	Zusammenfassung 'Formen des Lernens'	55
Abbildung 5:	Kindchenschema	70
Abbildung 6:	Schema Augen	72
Abbildung 7:	Schema Mann	75
Abbildung 8a:	Venus von Willendorf	76
Abbildung 8b:	Klassische Venus	76
Abbildung 9:	Prozesse des emotionalen Ausdrucksverhaltens	79
Abbildung 10:	Cowboy-Mythos	94
Abbildung 11:	Schlafende Schöne	114
Abbildung 12:	Dimensionen des Lebensstils	119
Abbildung 13:	Hommage an Marlene Dietrich	124
Abbildung 14:	Suchhilfe 'Kindchenschema'	140
Abbildung 15:	Suchhilfe 'Mythologischer Personentyp'	141
Abbildung 16:	Suchhilfe 'Märchenfigur'	142
Abbildung 17:	Suchhilfe 'Mimik'	143
Abbildung 18:	Suchhilfe 'Gestik'	144
Abbildung 19:	Suchhilfe 'Fantasietier'	146
Abbildung 20:	Suchhilfe 'Vermenschlichung von Pflanze'	147
Abbildung 21:	Suchhilfe 'Menschliche Züge in Pflanzen'	148
Abbildung 22:	Suchhilfe 'Augenschema bei Objekt'	150
Abbildung 23:	Suchhilfe 'Vermenschlichung von Objekt'	151
Abbildung 24:	Suchhilfe 'Objekt als Kunstwerk' (1)	152
Abbildung 25:	Suchhilfe 'Objekt als Kunstwerk' (2)	153
Abbildung 26:	Suchhilfe 'Nahrungsmittel als Kunstwerk' (1)	155
Abbildung 27:	Suchhilfe 'Nahrungsmittel als Kunstwerk' (2)	156
Abbildung 28:	Suchhilfe 'Vermenschlichung von Nahrungsmitteln' (1)	157
Abbildung 29:	Suchhilfe 'Vermenschlichung von Nahrungsmitteln' (2)	158
Abbildung 30:	Suchhilfe 'Archetypisches Element' (1)	159
Abbildung 31:	Suchhilfe 'Archetypisches Element' (2)	160
Abbildung 32:	Suchhilfe 'Fernes und Fremdes'	161
Abbildung 33:	Suchhilfe 'Magische Orte'	162

Abbildung 34: Suchhilfe 'Person dominiert Tier'	164
Abbildung 35: Suchhilfe 'Tierbräutigam'	165
Abbildung 36: Suchhilfe 'Freundschaft mit wilden Tieren'	166
Abbildung 37: Suchhilfe 'Tier als emotionaler Verstärker'	167
Abbildung 38: Suchhilfe 'Verschmelzung von Person und Tier' (1)	168
Abbildung 39: Suchhilfe 'Verschmelzung von Person und Tier' (2)	169
Abbildung 40: Suchhilfe 'Interaktion zwischen Person und vermenschlichter Pflanze'	171
Abbildung 41: Suchhilfe 'Pflanze als Belohnung'	172
Abbildung 42: Suchhilfe 'Pflanze als Symbol'	173
Abbildung 43: Suchhilfe 'Kultobjekt'	175
Abbildung 44: Suchhilfe 'Person als Kulisse für Objekt'	176
Abbildung 45: Suchhilfe 'Person als Accessoire für Objekt'	177
Abbildung 46: Suchhilfe 'Nahrungs- und Genußmittel als Hilfsmittel' (1)	179
Abbildung 47: Suchhilfe 'Nahrungs- und Genußmittel als Hilfsmittel' (2)	180
Abbildung 48: Suchhilfe 'Zweckentfremdung von Nahrungs- und Genußmittel'	181
Abbildung 49: Suchhilfe 'Begegnung mit dem Fernen und Fremden' (1)	183
Abbildung 50: Suchhilfe 'Begegnung mit dem Fernen und Fremden' (2)	184
Abbildung 51: Suchhilfe 'Begegnung mit dem Fernen und Fremden' (3)	185
Abbildung 52: Suchhilfe 'Aufenthalt an magischen Orten'	186
Abbildung 53: Suchhilfe 'Spektakuläre Aktionen' (1)	188
Abbildung 54: Suchhilfe 'Spektakuläre Aktionen' (2)	189
Abbildung 55: Suchhilfe 'Symbolische Aktionen'	190
Abbildung 56: Suchhilfe 'Prinzip des Gegensatzes'	191
Abbildung 57: Suchhilfe 'pars pro toto' (1)	193
Abbildung 58: Suchhilfe 'pars pro toto' (2)	194
Abbildung 59: Suchhilfe 'Verwandlung von Körperteilen'	195
Abbildung 60: Suchhilfe 'Kooperative Interaktion: Erotik'	197
Abbildung 61: Suchhilfe 'Kooperative Interaktion: Mutterliebe'	198
Abbildung 62: Suchhilfe 'Kooperative Interaktion: Freundschaft'	199
Abbildung 63: Suchhilfe 'Konfliktäre Interaktion: Streit'	200
Abbildung 64: Suchhilfe 'Konfliktäre Interaktion: Dominanz'	201
Abbildung 65: Suchhilfe 'Menschliche Gegensätze' (1)	202
Abbildung 66: Suchhilfe 'Menschliche Gegensätze' (2)	203
Abbildung 67: Suchhilfe 'Objekt der Begierde' (1)	205
Abbildung 68: Suchhilfe 'Objekt der Begierde' (2)	206
Abbildung 69: Suchhilfe 'Tier als emotionaler Verstärker für das Objekt'	207

Abbildung 70: Suchhilfe 'Königreich der Tiere'	208
Abbildung 71: Suchhilfe 'Tier als Bewohner magischer Orte'	209
Abbildung 72: Suchhilfe 'Exotische Landschaft als Kulisse für Kultobjekt'	211
Abbildung 73: Suchhilfe 'Fantastische Landschaft als Kulisse für Kultobjekt'	212