

# Inhalt

Dank	7
<b>EINLEITUNG</b>	<b>9</b>
<b>I. TEIL: THEORETISCHE GRUNDLAGEN</b>	<b>15</b>
<b>1. STAND DER FORSCHUNG</b>	<b>15</b>
1.1 Ideologiekritische Ansätze	15
1.2 Poetisch-ästhetische Tendenzen in Frankreich	21
1.3 Interdisziplinäre Ausrichtungen	23
1.4 Zusammenfassung	25
<b>2. EINFÜHRUNG IN DIE WERBESEMIOTIK</b>	<b>27</b>
2.1 Grundlagen der Semiotik	27
2.2 Werbung als Kommunikationsprozess	30
2.3 Kodes in Werbung und im Werbefilm	41
2.4 Der <i>pacte publicitaire</i>	51
2.5 Zusammenfassung	57
<b>3. REZEPTION UND PRODUKTION</b>	
<b>FILMÄSTHETISCHER TECHNIKEN</b>	<b>59</b>
3.1 Wahrnehmung audiovisueller Medien	59
3.2 Wandel der Medienrezeption	61
3.3 Entwicklung der Filmästhetik – ein Überblick	64
3.4 Realitätseindruck in Film und Werbefilm	68
3.5 Zusammenfassung	74
<b>4. NARRATIVIK DES WERBEFILMS</b>	<b>75</b>
4.1 Die „Minimalerzählung“ Werbefilm	75
4.2 Zeit, Raum, Anordnung	78
4.3 Typologie und Skalierung der Werbeerzählung	80
4.4 Die Erzählperspektive, der <i>point de vue</i>	83
4.5 Zusammenfassung	84

<b>5. LÜGE UND WERBUNG</b>	85
5.1 Lügeninhärente Momente in Semiotik und Werbung	85
5.2 Werbeästhetik der Lüge	87
5.3 Möglichkeiten der Lüge in der Werbefiktion	90
5.4 Zusammenfassung	91

## **II. TEIL: INSTRUMENTARIUM ZUR ANALYSE DER WERBEFILME**

93

### **1. ERZÄHLPERSPEKTIVE IM WERBEFILM**

93

1.1 Visuelle Erzählperspektive - <i>ocularisation</i>	93
1.2 Verankerung und Ausrichtung von Tönen - <i>occurrences</i>	95
1.3 Auditive Erzählperspektive - <i>auricularisation</i>	101
1.4 Zuschauer-Erzählerwissen - <i>focalisation</i>	103
1.5 Zusammenfassung	104

### **2. DER ERZÄHLER IM WERBEFILM**

106

2.1 <i>Enonciateur</i> versus <i>narrateur</i>	106
2.2 Narrative Instanzen	107
2.3 Extra- und intradiegetische narrative Instanzen	114
2.4 Zusammenfassung	117

### **3. ÄSTHETIK DES WERBEFILMS**

118

3.1 Konzepte einer Werbeästhetik	118
3.2 Ästhetische Botschaft, ästhetischer Mehrwert	118
3.3 Ästhetik in der Werbung	121
3.4 Zusammenfassung	125

### **4. „STIMME“ - „KAMERA“ - ÄSTHETISCHER MEHRWERT**

126

<b>III. TEIL: ENTWICKLUNGSSTADIEN DER WERBEÄSTHETIK</b>	127
<b>1. ZUR GESCHICHTE DES FRANZÖSISCHEN WERBEFILMS</b>	127
1.1 Werbeplakat und Werbefilm	127
1.2 Von der Kollektivwerbung zum Markenwerbespot	136
1.3 Zusammenfassung	140
<b>2. ANALYSEN: KINOWERBEFILME (1948 - 1956)</b>	144
<b>2.1 Konventionelle audio-visuelle Werberethorik</b>	144
2.1.1 Dominanz des <i>commentateur</i> (BLUE STAR 1948)	144
2.1.2 Dominanz der intradiegetischen Stimme (OMO 1948)	147
2.1.3 Dominanz des Sekundärsenders (MAGGI 1956)	151
2.1.4 Dominanz des <i>presenter</i> (HAZEL BISHOP 1954)	154
<b>2.2 Synthese der Analysen</b>	157
<b>2.3 Experimentelle Werbeästhetik</b>	158
2.3.1 Autoreflexivität des Mediums Film (PHILIPS 1948)	158
2.3.2 Pastiche des Western (MONSAVON 1948)	164
2.3.3 Parodie des film noir (POSTILLON 1954)	168
<b>2.4 Synthese der Analysen</b>	173
<b>3. ANALYSEN: FERNSEHWERBESPOTS (1971 - 1998)</b>	176
<b>3.1 Konventionelle audio-visuelle Werberhetorik (70er Jahre)</b>	176
3.1.1 Autorität des <i>presenter</i> (OMO 1971)	176
3.1.2 Allwissenheit des <i>commentateur</i> (VEDETTE 1973)	180
<b>3.2 Synthese der Analysen</b>	182
<b>3.3 Bruch mit traditioneller Werberhetorik (79er/80er Jahre)</b>	183
3.3.1 Ironisierung des Kode „Allwissenheit des <i>commentateur</i> “ (KELTON 1979)	183
3.3.2 Parodie der <i>presenter</i> -Figur (BAYGON 1980)	185
3.3.3 <i>Mise en abyme</i> konventioneller Werberhetorik (MAGGI 1980)	189
3.3.4 Ellipse des Produkts (RODIER 1982)	192

<b>3.4 Synthese der Analysen</b>	197
<b>3.5 Ausdifferenzierte Werbeästhetik (90er Jahre)</b>	198
3.5.1 Intramediale Einzelreferenz (VEDETTE 1991)	198
3.5.2 Verfremdung des Sprachkodes (OMO 1991)	201
3.5.3 Divergierende Kontexte: <i>commentateur</i> - „Kamera“ (VITTEL 1996)	205
3.5.4 Kontradiktion: Figurenstimme - „Kamera“ (OASIS-THE 1996)	209
3.5.5 Transformation des <i>commentateur</i> zur Schrift (ADIDAS 1998)	212
3.5.6 Metakommunikation des Werbespots (BOURSIN 1998)	217
<b>3.6 Synthese der Analysen</b>	223
<b>RESÜMEE</b>	225
<b>AUSBLICK</b>	230
Literaturverzeichnis	236
Filmverzeichnis	243
Abbildungsverzeichnis	245