

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung	1
1.1 Warum dieses Thema interessant ist und Frankreich und Italien im Mittelpunkt stehen	1
1.1.1 Bemerkungen zur bisherigen Forschung	3
1.2 Zur Abgrenzung des Themas	6
1.3 Die Untersuchungskriterien im einzelnen	7
1.4 Zusammenfassung der Kriterien	22
2. Figurentexte vom Hellenismus bis zum 17. Jahrhundert: Ein Überblick	24
2.1 Einleitender tabellarischer Überblick	24
2.2 Der Figurentext in der Antike	29
2.3 Der Figurentext in der Spätantike	32
2.4 Der Figurentext im Mittelalter	35
2.5 Der Figurentext in der Renaissance und im Barock	43
3. Der Figurentext im 18. und 19. Jahrhundert	52
3.1 Der Figurentext im 18. Jahrhundert	53
3.2 Herrscherlob und –spott, Patriotismus und Aufbruch in die Moderne: Der Figurentext im 19. Jahrhundert	55
3.3 "Boules de neige" bei Victor Hugo und Alfred Jarry	63
3.4 Fazit	70
4. Neuerungen bei Mallarmé und den Futuristen	72
4.1 Stéphane Mallarmé: <i>Un coup de dés n'abolira jamais le hasard</i>	72
4.1.1 Mallarmés großes Projekt: <i>Le Livre</i>	87
4.2 Die Futuristen	89
4.2.1 Filippo Tomaso Marinetti	90
4.2.2 Ardengo Soffici	99
4.2.3 Fortunato Depero	102
4.3 Fazit	104
5. Apollinaire, Dadaisten und Surrealisten: Mimesis im modernen Figurentext	106
5.1 Apollinaires Neuschöpfung des Figurentextes	106
5.2 Figurentexte bei Pierre Albert-Birot	152
5.3 Figurentexte von Dadaisten, Surrealisten und neueren Autoren	175

6.	Tendenzen zum abstrakteren, geometrischen Figurentext:	247
6.1	Oulipo	248
6.2	Konkrete Poesie	255
6.3	Ausblick auf multimediale Figurensequenzen	297
7.	Figurentexte in der modernen Werbung: Zum Wiederaufleben typographischer und mimetischer Traditionen	300
7.1	Beispiele aus den sechziger Jahren	301
7.2	Figurentexte in der Werbung 1995-1999	310
7.2.1	Die "typographisch-mimetische" Tradition	310
7.2.2	Die stärker mimetische Tradition	318
7.3	Abschließende Bemerkung	351
8.	Resümee und Ausblick	352
	Literaturverzeichnis	358
	Anhang	378