

Inhalt

Einführung	7
1. Design als Rhetorik	11
1.1 Überblick Designtheorie	13
1.2 Exkurs: Rhetorik	17
1.3 Design als Rhetorik 1: Persuasion und Gestaltungsprozess	19
1.4 Exkurs: Affekte	23
1.5 Rhetorische Kommunikation: Wirkungsintention, Affekttechniken, Nachvollzug	25
1.6 Design als Rhetorik 2: »Kommerzielle Kunst«	34
1.7 Rhetorisches Design als Produktionsperspektive auf Film	36
2. Film, Rhetorik und Präsentation	41
2.1 Überblick und Diskussion Filmrhetorik	43
2.2 Die medientheoretische Unterscheidung von Präsentation und Repräsentation: präsentative und repräsentative Affekt- techniken im Film	54
2.3 Filmtheorie und präsentative Affekttechniken im Film	59
2.4 Entwurf einer rhetorischen Präsentationslehre des Films	65
2.5 Fallbeispiel <i>aposiopesis</i> : repräsentative und präsentative Affekttechniken des Schweigens in der Klassischen Rhetorik und im Film	78
2.6 Zusammenfassung: Grundzüge einer Theorie über das Filmemachen als rhetorische Designpragmatik	83
3. Fallstudie: präsentative Affekttechniken in der Inszenierung von Flugzeugabstürzen im Action-Adventure	85
3.1 Herleitung der Fallstudie	87
3.2 Flugzeugabstürze	90
3.3 Arbeitsfrage und Methode	105
3.4 Daten	106
3.5 Analyse und Auswertung	112
3.6 Exkurs: wahrnehmungspsychologische Empirie	117
3.7 Zusammenfassung der Fallstudie	119
4. Ausblick	121

5. Literatur, Filme, Anhang	125
5.1 Literaturverzeichnis	127
5.2 Filmografie der zitierten Filme (alphabetisch)	134
5.3 Gesamtfilmografie ›Flugzeugabstürze‹ (chronologisch 1913–2004)	136
5.4 Analysebögen	143
Dank	159