

Inhalt

Vorwort	IX
1.0 Einleitung	1
Zu den Begriffen „Ethik“ und „Moral“, Versuch einer Abgrenzung	6
2.0 Die Geschichte der Benetton – Kampagnen	18
2.1 „United Colors of Benetton“ im Zeichen des Antirassismus	18
2.1.1 Schwarze Frau und weißes Kind	18
2.1.2 Handschellen	20
2.1.3 Spielende Kinder	21
2.1.4 Große weiße und kleine schwarze Hand	21
2.1.5 Pinocchios	23
Zusammenfassung	24
2.2 „United Colors“ durchbricht Tabus	25
2.2.1 Neugeborenes	25
2.2.2 Priester küßt Nonne	29
2.3 „Reality“ – Werbung	32
2.3.1 Krieg und Gewalt	32
2.3.1.1 Soldatenfriedhof	32
2.3.1.2 Farbiger Mann mit Knochen	36
2.3.1.3 Rote Tarnkleidung (Bosnischer Soldat)	39
2.3.2 Aids	44
2.3.2.1 Sterbender Aidskranker	44
2.3.2.2 H.I.V. positive	48
2.3.3 Umwelt	55
2.3.3.1 Ölvogel	55
2.3.4 Zurück zu den „United Colors“	57
2.3.4.1 Genitalien	57
2.4 Die Sonnenblume	60
2.4.1 Hildegard	60
Zusammenfassung: „Reality“ – Werbung	62
Zu den Begriffen „ästhetisches Empfinden“ und „ästhetisches Urteilen“.	67
3.0 Rhetorik	72
3.1 Die „Rhetorik“ des Aristoteles	76
3.2 Rhetorik – Dialektik – Ethik	78
Zusammenfassung	85
3.3 Redegattungen	87
3.3.1 Die beratende Rede (<i>genus deliberativum</i>)	87
3.3.2 Die gerichtliche Rede (<i>genus iudicale</i>)	88
3.3.3 Die Prunkrede (<i>genus demonstrativum</i>)	88
Zusammenfassung	91
3.4 Die Überzeugungsmittel	93

3.4.1 Inartifizielle Überzeugungsmittel	93
Zusammenfassung	101
1. Exkurs: Sittenwidrigkeit oder Meinungsfreiheit?	103
3.4.2 Artifizielle Überzeugungsmittel	108
3.4.2.1 Charakter des Redners (<i>êthos</i>)	108
3.4.2.2 Emotionaler Appell (<i>páthos</i>)	111
3.4.2.2.1 Zorn	112
2. Exkurs: Zorn und moralische Entrüstung	114
3.4.2.2.2 Besänftigung	119
3.4.2.2.3 Furcht	121
3. Exkurs: Der Deutsche Werberat	121
3.4.2.2.4 Scham	129
3.4.2.2.5 Mitleid	135
3.4.3. Argumentation	140
Zusammenfassung Buch I und II	144
Zu den Begriffen „Kunst“ und „Kunstästhetik“	149
4.0 Ästhetik, Stil, Metapher	160
4.1 Sprachliche und visuelle Rhetorik und der Vortrag	161
4.2 Die Metapher	163
4.2.1 Metaphern in der Werbung	168
4.3 Die Angemessenheit (<i>aptum</i>)	172
4.3.1 Machart (<i>inventio und elocutio</i>)	172
4.3.2 Stilistische Mittel	176
Zu den Begriffen „Geschmack“ und „Geschmacksurteil“	178
4.3.3 Anordnung (<i>dispositio</i>)	179
4.3.4 Die Glaubhaftmachung (<i>pistis</i>)	182
4.4 High und Low, das Triviale in der Rhetorik und in der Kunst	183
4.4.1 Barbara Kruger	184
4.5 Zusammenfassung	188
Nachwort	191
Literatur	193
Abbildungsverzeichnis	209
Abbildungen	211