

# Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Einleitung</b> .....	13
1.1	Forschung .....	13
1.1.1	Medien- und Kommunikationswissenschaften .....	16
1.1.2	Linguistik .....	25
1.1.3	Semiotik .....	27
1.1.4	Systemtheorie .....	30
1.2	Methodische Voraussetzungen .....	31
1.3	Auswahl des Materials .....	41
<b>2</b>	<b>Konvergenzen und Divergenzen</b> .....	46
2.1	Kulturelle Anthropologie der Werbung .....	46
2.2	„Werbung“ und „Poesie“ .....	54
2.2.1	Werbung .....	57
2.2.2	Poesie .....	65
2.2.3	Literatursprache und Werbesprache .....	67
2.2.4	Ästhetik und Poetik .....	70
2.2.5	Kunst, Kitsch und Kommerz .....	76
2.2.6	Gesetz der Werbung und Freiheit der Kunst .....	85
2.2.7	Restriktionen der Aufmerksamkeitsökonomie .....	89
2.3	Mediale Differenzierungen .....	92
2.3.1	Text-Bild-Ton-Beziehungen: Ikonisierung und Intonierung des Literarischen .....	95
2.3.2	Printmedien .....	106
2.3.3	Elektronische Medien I: Rundfunk .....	112
2.3.4	Elektronische Medien II: TV und Kino .....	115
2.3.5	Digitale Medien .....	118
2.3.6	Transmedialität .....	124

<b>3</b>	<b>Poetische Werbung</b> .....	140
3.1	Poetische Schreibweisen .....	140
3.1.1	Rhetorisierung in Text und Bild .....	140
3.1.1.1	Wiederholung und Kontrast .....	143
3.1.1.2	Wortspiel und Bildspiel .....	149
3.1.1.3	Sprachliche Uneigentlichkeit und visuelle ‚Bildlichkeit‘ .....	152
3.1.1.4	Komparative, Elative und Superlative .....	155
3.1.2	Phantastik und Utopik .....	157
3.1.3	Narration: Kürzestgeschichten .....	177
3.1.4	Monolog und Minidrama .....	183
3.1.5	Werbege-dicht .....	190
3.1.6	Mythologie .....	200
3.1.7	Onomastik .....	205
3.1.8	Konzision .....	210
3.1.9	Sprachliche und visuelle Komik .....	212
3.2	Poetische Gattungen: Kleine Formen .....	215
3.2.1	Sprichwort, Aphorismus, Slogan .....	219
3.2.2	Emblem .....	225
3.2.3	Bildergeschichte, Comic, Cartoon .....	227
3.2.4	Visuelle Poesie .....	234
3.2.5	Legende, Mythe .....	241
3.2.6	Rätsel .....	245
3.2.7	Märchen .....	248
3.2.8	Fabel .....	249
3.2.9	Idylle, Eloge, Bekenntnis .....	254
3.2.10	Kontrafaktur, Parodie .....	258
<b>4</b>	<b>Dichter als Werbetexter?</b>	
	<b>Historische Fallstudien zur deutschen Literatur</b> .....	265
4.1	Frank Wedekind .....	266
4.2	Karl Kraus .....	271
4.3	Kurt Schwitters .....	277
4.4	Joachim Ringelnatz .....	280
4.5	Erich Kästner .....	287

## Inhaltsverzeichnis

4.6	Bertolt Brecht .....	291
4.7	Eugen Gomringer .....	299
4.8	Popliteratur .....	303
<b>5</b>	<b><i>Ausblick: Was heißt heute ‚Waren-Ästhetik‘?</i></b> .....	<b>310</b>
<b>6</b>	<b><i>Literaturverzeichnis</i></b> .....	<b>317</b>
6.1	Quellen .....	317
6.2	Literatur .....	319
	Anhang .....	343