Inhalt

I. Einleitung | 7
1. Rhetorische Dimensionen der Orientierung im urbanen Raum | 7
2. Über die Gegenstände der Arbeit | 8
3. Ziele der Arbeit | 20
4. Forschungsstand: Designrhetorik | 24
5. Rhetorik der Stadt – Praktiken des Zeigens, Orientierung und Place-Making im urbanen Raum | 39

II. Methoden der Rhetorik und Rhetorik als Methode | 43
1. Einführung in das Kapitel | 43
2. Zwei Arten der Rhetorik | 44
3. Grundbegriffe | 51
4. Rhetorik als Methode | 93

III. Zum Verhältnis von Stadt und Rhetorik | 97
1. Einleitende Bemerkungen zur Designrhetorik der Stadt | 97
2. Die Stadt als Raum der Rhetorik | 99
3. Labyrinth und Collage – Bewegen und Verweilen | 110

IV. Wege aus dem Labyrinth – Kevin Lynchs ‚*The Image of the City*‘ | 119
1. Einführung in das Kapitel | 119
2. The Image of the City | 119
3. City Form | 133

V. Place-Making – Die Stadt als rhetorischer Raum | 143
1. Einführung in das Kapitel | 143
2. place/space und Collage | 145
3. Rhetorik des place | 151
4. Können places gestaltet werden? | 155
5. Anmerkung zu einer rhetorischen techne des place-makings | 162

Bibliografische Informationen
http://d-nb.info/1117822753

digitalisiert durch DEUTSCHE NATIONAL BIBLIOTHEK

VI. Rhetorik des Zeigens – rhetorische Dimensionen urbaner Beschilderungen | 179
1. Einführung in das Kapitel | 179
2. Rhetorik des Zeigens | 181
3. Wirkziele und Strategien des Zeigens | 208
4. Zusammenfassung | 286

VII. Schlussbetrachtung | 289
1. Einige zentrale Aspekte der Arbeit | 289
2. Schlusswort | 294

VIII. Literatur | 295

IX. Abbildungen | 309

Danksagung | 313