

## Inhalt

MARION G. MÜLLER / THOMAS KNEIPER	7
Einleitung	
<i>Teil 1: Bildlichkeit: visuell, virtuell, visionär?</i>	
MARION G. MÜLLER	14
Bilder - Visionen - Wirklichkeiten. Zur Bedeutung der Bildwissenschaft im 21. Jahrhundert	
MIRIAM MECKEL	25
Visualität und Virtualität. Zur medienkulturellen und medienpraktischen Bedeutung des Bildes	
JÜRGEN RAAB	37
Medialisierung, Bildästhetik, Vergemeinschaftung. Ansätze einer visuellen Soziologie am Beispiel von Amateurclubvideos	
PETER LUDES	64
Schlüsselbild-Gewohnheiten. Visuelle Habitualisierungen und visuelle Koordinationen	
HANS J. KLEINSTEUBER	79
Politische Architektur und Visualität. Gedanken am Beispiel von Washington DC	
GERHARD VOWE	93
Im Schatten des Leviathan. Das Leitbild des liberalen Staates	

*Teil 2: Wirkung des Visuellen*

HANS MATHIAS KEPPLINGER / MARCUS MAURER	118
Der Einfluß verbaler und visueller Eindrücke auf die Wahrnehmung von Kohl und Schröder anhand der Fernsehberichterstattung im Bundestagswahlkampf 1998	
MARGARET ANN CURRAN / KLAUS KAMPS / JAMES N. SCHUBERT	131
What you see is what you get? Physische Erscheinung und die Einschätzung von politischen Kandidaten - eine interkulturelle Perspektive	
BERTRAM SCHEUFELE	144
Visuelles Medien-Framing und Framing-Effekte. Zur Analyse visueller Kommunikation aus der Framing-Perspektive	
THOMAS PETERSEN	159
Der Test von Bildsignalen in Repräsentativumfragen. Vorschlag für ein Forschungsprogramm	
MICHAEL KRZEMINSKI	176
Bildkommunikation in der Spendenwerbung. Eine empirische Analyse der Werbemittel im Spannungsfeld von Akquisitions- und Aufklärungszielen	
THOMAS SCHIERL	193
Schöner, schneller, besser? Die Bildkommunikation der Printwerbung unter veränderten Bedingungen	
<i>Teil 3: Formen und Funktionen des Visuellen</i>	
DIETMAR SCHILLER	212
Parlamente und Fernsehen: Deutschland, Österreich, Großbritannien, Irland und die USA im Vergleich	
DAVID R. THOMSON / BIRGIT WASSMUTH	230
Kulturunterschiede bei visuellen Darstellungen im Netz. Ein Vergleich des digitalen Zeitungsdesigns in Deutschland und den USA	

C. ZOE SMITH	240
Die Bildagentur »Black Star«. Inspiration für eine neue Magazinfotografie in den USA	
URSULA E. KOCH	250
Vom »Erbfeind« und »Barbar« zum »fremden Freund«. Politische Pressekarikatur und deutsch-französische »Nationenbilder«	
THOMAS KNIEPER	262
Die Zukunft der politischen Karikatur	
Autoren	279