

Inhalt

Dank	8
Einleitung	
1. Thema	10
2. Forschungsüberblick	13
2.1 Perspektiven körperlich-affektiver Medienästhetik	14
2.2 Asthetische und materiale Medienästhetik	16
2.3 Kognitions- und emotionstheoretische Medienästhetik	22
3. Körper, Symbole und Medien. Ausblick auf semiotische und kognitionstheoretische Forschungsansätze	27
3.1 Semiotische Metapherntheorien	30
3.2 Kognitive Metapherntheorien	32
3.3 Metaphern in visuellen und audiovisuellen Medien: Perspektiven und Ansätze	35
4. Ausblick auf eine körper- und affektbasierte Theorie audiovisueller Medien	42
5. Übersicht	45
Teil I: Metaphern der Wahrnehmung: Wahrnehmungstheoretische Grundlagen audiovisueller Metaphern	
1. Theoretische und methodische Vorüberlegungen	47
2. Körperbasierte Bedeutungssysteme	49
2.1 Kognitive Semantik	50
2.2 Perzeptive Semantik	51
2.3 Intermodale Assoziation	53
2.4 Sensomotorische Handlungssimulation	56
2.5 Emotionale Handlungssimulation	65
2.6 Konklusion	68
3. Metaphern der Wahrnehmung	69
3.1 Die kognitive ‚Wirklichkeit‘ konzeptueller Metaphern: Ausblick auf die empirische Metaphernforschung	70

Inhalt

3.2 Eine Typologie konzeptueller Metaphern des Wahrnehmens, Denkens und Fühlens	75
4. Konklusion	88

Teil II: Bausteine einer Theorie audiovisueller Metaphern

1. Kognitive Semantik Audiovisueller Metaphern	91
1.1 Theoretische und methodische Vorbemerkungen	91
1.2 Kognitive Semantik audiovisueller Räume	100
1.3 Typologie audiovisueller Raum-Metaphern	112
1.4 Räume als Leitmetaphern in <i>BLADE RUNNER</i> : Eine Beispielanalyse	120
1.5 Konklusion	132
2. Perzeptive Semantik Audiovisueller Metaphern	133
2.1 Theoretische und methodische Vorüberlegungen	133
2.2 Audiovisuelle Synchronie – Perzeptive Grundstrukturen von Bild-Ton-Verbindungen	136
2.3 Perzeptive Semantik audiovisueller Körper-Metaphern	143
2.4 Perzeptive Semantik audiovisueller Raum-Metaphern	159
2.5 Konklusion	186
3. Emotionale Semantik audiovisueller Metaphern	187
3.1 Theoretische und methodische Vorüberlegungen	187
3.2 Emotionale Semantik audiovisueller Körper und Räume	193
3.3 Strukturen audiovisueller Emotionsmetaphern	204
3.4 Emotionale Semantik audiovisueller Raum-Metaphern	210
3.5 Emotionale Semantik audiovisueller Körper-Metaphern	219
3.6 Konklusion	228
4. Synopsis: Das Netzwerk Audiovisueller Metaphern	230
4.1 Leitmetaphern – Submetaphern	230

Teil III: Audiovisuelle Metaphern im Fernsehen

1. Theoretische und methodische Vorüberlegungen	239
2. Wahrnehmungsästhetische Codes des Fernsehraums	241
2.1 Teleakustik	243
2.2 Televisualität	246
3. Audiovisuelle Metaphern in der Fernsehwerbung	251
3.1 Wahrnehmungsästhetische Voraussetzungen audiovisueller Metaphern in der Werbung	252
3.2 Audiovisuelle Inszenierung emotionaler Marken	255

3.3 Metaphern und Metonymien in der Werbung	257
3.4 Audiovisuelle Metaphern in filmischen Werbespots	259
3.5 Audiovisuelle Metaphern in teleästhetischen Werbespots	262
4. Audiovisuelle Metaphern in der Fernsehberichterstattung	265
4.1 Wahrnehmungsästhetische Voraussetzungen audiovisueller Metaphern der Fernsehberichterstattung	265
4.2 Metaphorische Motive in der Fernsehberichterstattung – Eine Skizze	271
4.3 Metaphern des ‚Todes‘ und der ‚Wut‘ – Eine Beispielanalyse	275
4.4 Fernsehräume: Metaphorische Topologien in Nachrichtensendungen	278
5. Konklusion	279
Resümee	281
Anhang	
Bibliografie	286
Filmografie	297
Abbildungsnachweise	298
Metapherndatenbanken	298
Sachwortverzeichnis	299