



KLAUS SACHS-HOMBACH

Das Bild als kommunikatives Medium. Elemente einer allgemeinen Bildwissenschaft

2021, 4., leicht überarbeitete und ergänzte Auflage,

380 S., 8 Abb., 2 Tab., Broschur, 213 x 142, dt.

ISBN (Print)	978-3-86962-584-3		28,00 EUR
ISBN (PDF)	978-3-86962-581-2		23,99 EUR

Über dieses Buch: Auch fast zwanzig Jahre nach Erscheinen der Erstauflage dieses Grundlagenwerks gilt die Feststellung: Obwohl in den diversen Kultur-, Kunst-, Literatur- und Medienwissenschaften immer wieder vom iconic oder visual turn die Rede ist, steht seine theoretische Verankerung in einer allgemeinen Bildwissenschaft noch immer aus. Zugleich hat die ›Bildwissenschaft‹ jedoch als ausgewiesene interdisziplinäre Unternehmung Eingang in die Wissenschaftsstruktur gefunden: zum einen durch zahlreiche bildtheoretische und -historische Einzeluntersuchungen, zum anderen durch eigens für dieses Forschungsprogramm eingerichtete Lehrstühle. Diesen Befunden Rechnung tragend erscheint die wegweisende bildwissenschaftliche Publikation Klaus Sachs-Hombachs jetzt erneut überarbeitet und ergänzt in vierter Auflage. Der Autor entwirft darin einen Theorierahmen, der ein integratives Forschungsprogramm für unterschiedliche Disziplinen bereitstellt und auf einen einzigen, systematischen Gedanken zurückgeht: Bilder sind wahrnehmungsnahе Zeichen. Ihre Erforschung muss semiotische und wahrnehmungstheoretische Überlegungen verbinden – nur so lässt sich eine nachhaltige ›Allgemeine Bildwissenschaft‹ etablieren.

Über den Autor:



KLAUS SACHS-HOMBACH, geb. 1957, studierte Philosophie, Psychologie und Germanistik an der Universität Münster. 1990 schloss er seine Promotion an der Universität Münster ab, 2003 die Habilitation an der Universität Magdeburg. Von 1991 bis 1993 erfolgte ein Forschungsaufenthalt in Oxford und am MIT in Cambridge, MA. Seit 2011 ist er Professor für Medienwissenschaft (Medieninnovation/Medienwandel) am Institut für Medienwissenschaft der Universität Tübingen. Forschungsschwerpunkte: Bildtheorie, Kommunikationstheorie, Medientheorie, Zeichentheorie, Ästhetik, Kulturtheorie, Geschichte und Theorie der Psychologie und Kognitionswissenschaft.

Weitere Informationen/Further Information:

<https://www.halem-verlag.de/das-bild-als-kommunikatives-medium/>

Bestellformular

Exemplar(e) von *Das Bild als kommunikatives Medium*

Bitte schicken Sie mir folgende Informationen über Ihr Programm

Anrede Titel Vorname Name

Firma

Straße und Hausnummer

Land PLZ Ort

E-Mail (nur wenn die Zusendung eines digitalen Verlagsprogramms oder eines Newsletters gewünscht ist)

E-Mail-Newsletter

Aktuelles Verlagsprogramm (Print)

Aktuelles Verlagsprogramm (digital)