

Inhaltsübersicht

Vorwort	5
Einleitung	7
Systematik des Kunstzitates	53
Erster Strukturtyp: Gravität	55
Zweiter Strukturtyp: Ironisierung	74
Formale Differenzierung des Ironischen	88
Jahrmarkt und Karneval als Metaphern für Ironisierung	121
Zur Genese von Jahrmarkt und Karneval	133
Der Jahrmarkt in der Werbung	138
Dritter Strukturtyp: Kunstwerke als Illustration	142
Die Deutung des Kunstwerks: der Subtext der Werbung	147
Gravitätische Deutungen	152
Ironisierende Deutungen	169
Differenzierung nach Art zitierter Kunst	173
Die berühmten Werke	173
Motiv- und Themenzitate	201
Stilzitate	213
Verhältnis von Werbeobjekt zur zitierten Kunst: Zitate nach Branchen	255
Das angesprochene Publikum: Konsumententypen	292
Kunstzitat und Sprache	319
Legitimitätsdebatte	309
Zusammenfassung	335
Epilog	351
Anmerkungen	353
Bibliographie	403
Register	441
Inhaltsverzeichnis	458
Abbildungsnachweis	469
Abbildungen	
Lebenslauf	