

Inhalt

Vorwort	VII
Übersehene Sichtbarkeit(en): Einleitung und Überblick	I
I Exploration des Forschungsfelds	7
1 Graphische Variation: Eingrenzungen des Gegenstandsbereichs	9
1.1 Typographie	9
1.2 Graphie und Skripturalität	15
1.3 Medium, Medialität und Materialität	20
2 ›(Un-)Sichtbarkeit‹ als diskursives Phänomen	29
2.1 ›Lesbarkeit‹ versus ›Sichtbarkeit‹	30
2.2 Die ›Transparenz‹ des Mediums	53
2.3 Schlussfolgerungen	56
3 Zugänge zu Graphie und Skripturalität	59
3.1 Jenseits der Sprachwissenschaft	60
3.1.1 Gestaltungstheorie	60
3.1.2 Psychologie	69
3.1.3 Literatur- und Editionswissenschaften	75
3.2 Linguistik und Semiotik	81
3.2.1 Linguistik und Schrift(lich)keit	82
3.2.2 Schriftlinguistik	106
3.2.3 Textrezeptions- und Textverständlichkeitsforschung	127
3.2.4 Werbe(sprach)forschung	134
3.2.5 Textlinguistik und Stilistik	137
3.2.6 Semiotik und Sozialesemiotik	150
3.2.7 Soziolinguistik	163
3.3 Fazit und Fokussierung	166

II	Theoretische Modellierung	169
4	Soziolinguistische Verortung	171
4.1	Vom sozialen Index zur sozialen Praxis	172
4.2	Grundannahmen der interpretativen Soziolinguistik	176
4.3	Von der sprachlichen zur graphischen Variation	180
5	Graphisches Wissen	183
5.1	Rudi Kellers »Theorie semiotischen Wissens«	185
5.2	Rezipienten als Kommunikationsakteure und die Performativität von Sinn	191
5.3	Semiotisches Wissen als Kontext- und Praxiswissen	194
5.4	Sinnperformativität, Kontext- und Praxiswissen: Beispiel und Resümee	199
5.5	Vom »semiotischen« zum »graphischen« Wissen	203
6	Formen und Funktionen graphischer Variation	209
6.1	(Graphische) Variation	210
6.2	Formen	212
6.3	Funktionen	220
6.3.1	Polyfunktionalität und Multimodalität, Grunddimensionen und generelle Funktionen	221
6.3.2	Soziale Funktionen	229
III	Anwendungsfelder	235
7	Genres	237
7.1	Von »typographischen Dispositiven« zu »Genreindikatoren«	238
7.1.1	Typographische Dispositive	238
7.1.2	Textsorten und Genres	241
7.1.3	Genreindikatoren	247
7.2	Beispielanalysen: Genrekonstitution in der Fußball(fan)kultur	250
7.2.1	Genrehärente Textsorten und generische Texte	251
7.2.2	Ebenen graphischer Genrekonstitution	256
7.2.3	Genres als Kontext und Stabilisator skripturaler Kommunikation	278
7.3	Zusammenfassung	279

8	Ideologien	281
8.1	Sprach- und Kommunikationsideologien	282
8.2	Graphie-Ideologien: Definition und theoretische Einbindung	286
8.3	Beispielanalysen: Konstruktionen graphischen ›Deutschtums‹	289
8.3.1	»Der deutscheste aller Buchstaben«	292
8.3.2	›Deutsche Schriften‹	297
8.3.3	Gebrochene Schriften und/als Ideologie	305
8.3.4	Ein popkulturelles Revival?	314
8.3.5	Graphie-ideologische Verhandlungen auf Wikipedia	324
8.4	Zusammenfassung	334
9	Identitäten	337
9.1	Identität und kommunikative Praxis	338
9.2	Identität als soziale Positionierung	346
9.2.1	Was heißt ›soziale Positionierung‹?	346
9.2.2	Soziale Positionierung als Vergemeinschaftung	348
9.2.3	Positionierungspraktiken: Stilbildung und Stilisierung	352
9.3	Beispielanalysen: Identitätskonstitutive (Zu-)Schreibungen	360
9.3.1	»Schwarz ist, was Ihr draus macht!« – Popkultur und Szenekommunikation	360
9.3.2	»Your very own font!« – emulierte Handschrift als Authentizitätsversprechen	401
9.3.3	Doing science (by design) – Identität und Gestalt in der Wissenschaft	411
9.4	Zusammenfassung	429
10	Graphische Variation als soziale Praxis: Zusammenfassung und Fazit	433

IV Anhang **439**

Tabellen und Abbildungen 441

Literatur 451

Namensregister 505

Sachregister 515