

Inhaltsverzeichnis

I EINFÜHRUNG

1	Der Gehende und die öffentliche Textwelt	15
1.1	Zur analytischen Perspektive auf den Gegenstand	25
1.2	Abfahrt: IC 154, 14.08 Uhr, Gleis 11: exemplarische Analyse	29
1.3	Zentrale Fragen, Aufbau und Material der Arbeit	43

II THEORIE

2	„Spatial turn“: neuere Perspektiven auf eine bekannte Materie	53
2.1	Sprache und/im Raum: sprachwissenschaftlich orientierte Ansätze	54
2.1.1	Desiderata in der (Angewandten) Sprachwissenschaft	70
2.2	Der (interaktions-)soziologische Raum	73
2.3	Der kulturelle Raum	85
2.4	Der humangeographische Raum	95
2.5	Zusammenführung: Ort/Raum als grundlegende Unterscheidung des kommunikativen Raumes	105
3	Kommunikation: zur Ausdifferenzierung der Möglichkeiten	113
3.1	Kommunikation unter Anwesenden	121
3.1.1	Kommunikationspartner: die Überschaubarkeit der Teilnehmer	123
3.1.2	Kommunikationsmedialität: von der Unmittelbarkeit der Mitteilungen zur Medialität des Mündlichen	127
3.1.3	Kommunikationsort: die Generierung von Interaktionsräumen	130
3.2	Technisch vermittelte Massenkommunikation	135
3.2.1	Kommunikationspartner: der unsichtbare Schreiber/Sender und Leser/Zuschauer	138
3.2.2	Kommunikationsmedialität: Medialität und Semiotik der Verbreitung	142
3.2.3	Kommunikationsort: die heutige Ortsungebundenheit der Massenmedien	144
3.3	Technisch vermittelte Individualkommunikation	148
3.3.1	Kommunikationspartner: soziale Adresse vorausgesetzt	150

3.3.2	Kommunikationsmedialität: Mitgeteiltes und sein (neuer) Stil	152
3.3.3	Kommunikationsort: in weiter Ferne so nah	154
4	Meso-Kommunikation	159
4.1	Meso-Kommunikation als normaler Typus von Kommunikation	160
4.1.1	Kommunikationspartner: Rezipienten vor Ort	161
4.1.2	Kommunikationsmedialität: die reflektierte/materiale Organisiertheit der Mitteilung	166
4.1.3	Kommunikationsort: die Generierung von Rezeptions- und Interaktionsräumen	169
4.2	Orts-, Raum- und Zeitgebundenheit von Kommunikation: ein Überblick	173
4.3	Die öffentliche Textwelt als ein Typus von Meso-Kommunikation	175
4.3.1	Von der Meso-Ebene zur Meso-Kommunikation: vier konstitutive Merkmale	176
4.3.2	Meso-Kommunikation im öffentlich wahrnehmbaren Raum	179

III EMPIRIE

5	Datenkorpus und analytischer Zugang	185
6	Empraktische Kommunikate im öffentlich begehbaren Raum: zentrale Kommunikationsformen und ihre (Text-)Funktionen	193
6.1	Sichtbares	197
6.1.1	Dauerhaft Sichtbares und Gespeichertes: Vielfalt und Wiederholung	202
6.1.2	Temporär Sichtbares und Gespeichertes: Abweichler und Ausnahmen	235
6.1.3	Temporär Sichtbares und Übertragenes: wichtige Updates, wenig formale Varianz	248
6.2	Hörbares	268
6.2.1	Temporär Hörbares: situative Orientierung	270
6.2.2	Wiederholt Hörbares: kontinuierliche Ordnung	281
6.3	Tastbares: beständige Auskunft	289
6.4	Hybride: aktuell, dauerhaft, intermedial	302
7	Die zentrale Trias und ihre (neue) Ordnung: Ort, Partner, Medialität	307

7.1	Kommunikationsort: textkonstitutive Potentiale verschiedener Orte	308
7.2	Kommunikationspartner: wie sich die Beteiligten in die Texte einschreiben	310
7.3	Kommunikationsmedialität: Explizitheit und pragmatische Prägung minimaler Ausdruckseinheiten	314
8	Verführung im öffentlichen Raum: Werbung und ihre Orte	321
8.1	Wie Werbung funktioniert	321
8.2	Was Werbung nutzt	322

IV ABSCHLUSS

9	Die Spezifik von Meso-Kommunikation im öffentlich begehbaren Raum: ein Über- und Ausblick	333
---	--	-----

V ANHANG

10	Empirische Grundlagen	343
10.1	Empirische Meso-Kommunikation: Einblicke in das Korpus	343
10.1.1	Sichtbares und Gespeichertes im öffentlich begehbaren Raum	343
10.1.2	Sichtbares und Übertragenes im öffentlich begehbaren Raum	354
10.1.3	Hörbares im öffentlich begehbaren Raum	357
10.1.4	Tastbares und Gespeichertes im öffentlich begehbaren Raum	361
10.2	Werbende Meso-Kommunikation: Einblicke in das Korpus	364
10.3	Abbildungs- und Tabellenverzeichnis	367
10.3.1	Abbildungsverzeichnis	367
10.3.2	Tabellenverzeichnis	368
11	Literatur	369