

Inhaltsverzeichnis

1	Hinführung	11
I	Mediatisierungs-, bild- und kommunikationstheoretische Überlegungen	21
2	Perspektiven für eine Visuelle Mediatisierungsforschung	23
2.1	Mediatisierung als historischer Metaprozess	23
2.2	Sozialkonstruktivistisches Mediatisierungsverständnis	28
2.3	Bildmedien, kommunikative Situationen und Sichtbarkeitsfigurationen	33
2.3.1	Visual (Culture) Studies	34
2.3.2	Mediatisierung als Transformation kommunikativer Situationen	38
2.3.3	Visuelle Mediatisierung und Sichtbarkeitsfigurationen	44
2.3.4	Die vielen „Bildspiele“	48
2.4	Fazit	55
3	Bild und handlungsorientiertes Kommunikationsverständnis	56
3.1	Iconic turn als erkenntnistheoretische Wende?	57
3.2	Bildlichkeit zwischen Bedeutung und Präsenz	63
3.2.1	Bilder als Medien der Kommunikation	64
3.2.1.1	Zeichen-, Medialitäts- und Bildlichkeitsbewusstsein	65
3.2.1.2	Wissen und Bedeutungszuschreibung	70
3.2.1.3	Stil als sprachferne Objektivierung	77
3.2.2	Bilder als Medien der Präsenz	83
3.2.2.1	Aufmerksamkeitsfokussierung und Kontextualisierung	87
3.2.2.2	Extensionen und visuelle Umwelten	89
3.2.2.3	Partizipation und geteilte Erfahrungsräume	94
3.2.3	Bildlichkeit im Kontext	97
3.2.4	Fazit	100

3.3	Bildlichkeit zwischen Handeln und Praxis	102
3.3.1	Iconic turn als practice turn?	102
3.3.2	Bildhandeln, Bildkommunikation, Bildpraxis	109
3.3.3	Medien- und Bildsozialisation	114
3.3.4	Fazit	121
II	Private Bildpraxis im Wandel: Eine Studie zur jugendlichen Aneignung von Bildern in Netzwerkplattformen	123
4	Sensibilisierende Konzepte	125
4.1	Home Mode als historischer Fluchtpunkt privater Fotopraxis	125
4.1.1	Traditionelle Funktionszuschreibungen	126
4.1.2	Home Mode als theoretisches Konzept	133
4.1.3	Bildpraxis über Home Mode hinaus	137
4.1.4	Wandel durch Digitalisierung des Bildes?	142
4.1.5	Fazit	145
4.2	Social Media als Chiffre für medien- und sozialökologischen Wandel	146
4.2.1	Von „media rich bedrooms“ zu „dichten Medienumgebungen“	147
4.2.2	Verhältnis von Privatheit und Öffentlichkeit	151
4.2.3	Verhältnis von Online und Offline	155
4.2.4	Verhältnis von Text und Bild	158
4.2.5	Verhältnis von sichtbarer und unsichtbarer Visibilität	160
4.2.6	Fazit	162
5	Jugendliche Bildpraxis in Netzwerkplattformen	164
5.1	Hintergrund und Anlage der Studie	164
5.1.1	Netzwerkplattformen als Mediengener	165
5.1.2	Einordnung der Studie in den Forschungs- und Zeitkontext	168
5.1.3	Erkenntnisinteresse und methodisches Vorgehen	173
5.1.4	Limitationen	179
5.2	Bildgenres und Sinnschließungen	183
5.3	Wandel und Kontinuität	193
5.4	Grenzen der (öffentlichen) Visualisierung	197

5.5	Aneignungsfoki	200
5.5.1	„Spiegel“: Körper- und stilzentrierte Bildpraxis	201
5.5.1.1	Hintergrund: Selbstthematization als Default-Modus	201
5.5.1.2	Bildspiele: Gut aussehen, mit Stil und Körper experimentieren ...	203
5.5.1.3	Diskurs: Bildoptimierung	213
5.5.1.4	Fazit	216
5.5.2	„Beziehung“: Freund- und partnerschaftszentrierte Bildpraxis	217
5.5.2.1	Hintergrund: Translokalisierung von Beziehungspflege	217
5.5.2.2	Bildspiele: (Re-)lokalisieren, Spaß machen, Bilder verschenken ...	219
5.5.2.3	Diskurs: Formelhafte Bestätigungen	234
5.5.2.4	Fazit	237
5.5.3	„Begegnung“: Kontaktzentrierte Bildpraxis	238
5.5.3.1	Hintergrund: Mediatisierte Kontakt- und Beziehungsanbahnung	238
5.5.3.2	Bildspiele: Leute scannen, Authentifizieren, Mystifizieren ...	240
5.5.3.3	Diskurs: Online-/Offline-Diskrepanzen	250
5.5.3.4	Fazit	252
5.5.4	„Kunst“: Werkzentrierte Bildpraxis	253
5.5.4.1	Hintergrund: Kreativer Selbsta Ausdruck	253
5.5.4.2	Bildspiele: Expertendiskurse, Ausstellungen ...	255
5.5.4.3	Diskurs: Copyrights und Urheberschaft	262
5.5.4.4	Fazit	264
5.5.5	„Jugend- und Medienkultur“: Szene- und präferenzzentrierte Bildpraxis	265
5.5.5.1	Hintergrund: Ästhetisierung, Szene- und Stilgemeinschaften	266
5.5.5.2	Bildspiele: Stilarbeiten, sich selbst bebildern ...	267
5.5.5.3	Diskurs: Mainstream und „Wannabes“	273
5.5.5.4	Fazit	275

5.5.6	„Bühne“: Publikumszentrierte Bildpraxis	276
5.5.6.1	Hintergrund: Netzwerkplattformen als „mediated centres“	277
5.5.6.2	Bildspiele: Medienperson sein, Selbstpromotion betreiben ...	279
5.5.6.3	Diskurs: Zahlenfixierung und Instrumentalisierung	293
5.5.6.4	Fazit	296
6	Reflexionen auf den Wandel privater Bildpraxis	298
6.1	Pluralisierung von Sujets und Bildgenres	299
6.2	Von Konservierung und Erinnerung zu Alltagskommunikation	301
6.3	Kulturelle Aufwertung von Fotografie und Bildproduktion	306
6.4	Von ‚ontologischem Realismus‘ zu Plastizität und Zweifeln am Abbild	308
6.5	Verselbständigung von Rollenspiel	311
6.6	Transparenz als Bedingung privater Bildpraxis	316
6.7	Von der Romantik privater Bildpraxis zur ‚Promotional Culture‘	320
	Anhang	327
	Literatur	343