

Inhalt

Vorwort	7
I. <i>Kontexte</i>	10
II. <i>Diskurse I: Medienkontext</i>	17
Simulation und Imagination	21
Bildraum	27
Werbebilder	34
Ikone und Kontext	39
Virtualität	41
III. <i>Virtuelle Kontexte</i>	45
Das Sphärenmodell	47
Die Sphäre der Erscheinung	48
Die Sphäre der Emotion	57
Die Sphäre des Images	59
Die Sphäre des Zeichens	61
Die Sphäre der Narration	63
Die Sphäre des Mythos	68
Die Sphäre des Icons	71
Der virtuelle Kontext als Gesamtwirkung	73
Beispiele	80
Im Film	80
Im Computerspiel	82
Ein Popstar	84
Ein Stadtbild	84
Das perfekte Bild der Emirate	88
Abstrakte virtuelle Kontexte	91
Reduzierte Kontexte	93
Qualitäten	97
IV. <i>Diskurse II: Hyperrealität</i>	102
Filmstädte	104
Urbanisierung, Weltstädte und Tourismus	108
Leben in perfekten Bildern – vom Bildraum zum Weltbild	113

Sozialisation und Konsum	117
Hyperrealität	123
V. <i>Die virtuelle Romantik</i>	126
VI. <i>Metakontexte</i>	138
Axiome	139
Axiom I: Das »Sein« und das »Ich«	139
Axiom II: Die Sphären des Selbst	141
Axiom III: Kontext und Impuls	143
Axiom IV: Fluide Relationen	145
Anthropozentrische Weltbilder	149
Interaktionen.	151
Interaktion I: Das Ich und das Andere – Moment der Erkenntnis	151
Interaktion II: Fluide Wechselwirkungen und kommunikative Reaktion	154
Interaktion III: Die kreative Reaktion	155
Interaktion IV: Die schöpferische Reaktion	158
Kontexte	160
Kontext I: Setting	160
Kontext II: Virtuelle Kontexte	163
Kontext III: Dynamische virtuelle Kontexte.	170
Konklusion	172
VII. <i>Das Universum der virtuellen Kontexte</i>	176
Individueller Kontext	180
Gesellschaftlicher Kontext	185
Raum	191
Gestaltung	195
Sinnstiftung	201
Literaturverzeichnis	205
Abbildungsverzeichnis	215