

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung	9
2. Multimodalität	15
2.1. Zum Modalitätsbegriff	15
2.2. Sprache-Bild-Texte	18
2.3. Sehflächen	21
2.4. Semiotische Ausdifferenzierung	26
3. Jugendliche und Mode	29
3.1. Sozialer Stil	29
3.2. Zum Begriff der Mode	33
3.3. Jugendliche, Identität und Mode	34
4. Analyse der T-Shirt-Aufdrucke	39
4.1. Untersuchungsdesign und Stichprobe	39
4.2. Methode	40
4.3. Kategoriensystem	41
4.3.1. Inhaltlich-strukturierende Kategorien	41
4.3.2. Formal-strukturierende Kategorien	47
4.4. Zusammenfassung des Materials	60
4.5. Inhaltlich-strukturierende Analyse	62
4.5.1. Inhaltsbereich <i>Markenkleidung</i>	63
4.5.2. Inhaltsbereiche <i>Mode, Sport</i> sowie <i>Verein/Trikot</i>	65
4.5.3. Inhaltsbereich <i>Musik</i>	67
4.5.4. Inhaltsbereich <i>Städte/Länder</i>	68
4.5.5. Inhaltsbereich <i>Sprüche/Aphorismen</i>	69
4.5.6. Inhaltsbereich <i>Filme/Serien/Comics/Spiele</i>	70
4.5.7. Inhaltsbereich <i>Militär</i>	71
4.5.8. Inhaltsbereich <i>Jugend</i>	72
4.5.9. Inhaltsbereiche <i>Natur</i> sowie <i>Exotik/Urlaub</i>	72
4.5.10. Inhaltsbereich <i>Social Media</i>	74
4.5.11. Inhaltsbereich <i>Astrologie/Spiritualität</i>	75
4.5.12. Inhaltsbereich <i>Nahrungs- und Genussmittel</i>	75
4.5.13. Zwischenfazit zur inhaltlich-strukturierenden Analyse	76
4.6. Formal-strukturierende Analyse	76
4.6.1. (Text-)Sprache	77
4.6.2. Auflösung linearer Lektüremodi	77
4.6.3. Betitelungen und Selbstaussagen	80
4.6.4. Kohärenz	85
4.6.5. Participants	87

4.6.6. Visual syntactic pattern	92
4.6.7. Contact	95
4.6.8. Modality	96
4.6.9. Intermodale Kohäsion und Kohärenz	100
4.6.10. Metaphorische Übertragungen	104
4.6.11. Zwischenfazit zur formal-strukturierenden Analyse	106
5. Analyse der Gruppendiskussionen und der Interviews	109
5.1 Methodische Vorüberlegungen	109
5.2. Untersuchungsdesign und Stichprobe	112
5.3. Kategoriensystem	114
5.4. Analyse	118
5.4.1. Wahrnehmung der Aufdrucke	121
5.4.2. Ähnlichkeitsrelationen	126
5.4.3. (In-)kohärenz	131
5.4.4. Die Bedeutung von modischem Interesse	136
5.4.5. Der Ort	138
5.4.6. Markierung institutioneller Zugehörigkeit	144
5.4.7. Fanshirts	147
5.4.8. Bedeutungshülsen	148
5.4.9. Selbstreferentielle Aufdrucke	153
5.4.10. Imperative	157
5.4.11. Fremdsprachliche Aufdrucke	161
5.4.12. Markenkleidung	168
5.4.13. Geschlechtsspezifische Unterschiede	171
6. Diskussion und Fazit	175
Literaturverzeichnis	187