

Stephanie Geise / Katharina Lobinger (Hrsg.)

Bilder – Kulturen – Identitäten

**Analysen zu einem Spannungsfeld
Visueller Kommunikationsforschung**

Herbert von Halem Verlag

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.ddb.de> abrufbar.

Stephanie Geise / Katharina Lobinger (Hrsg.)

Bilder – Kulturen – Identitäten.

Analysen zu einem Spannungsfeld Visueller Kommunikationsforschung

Köln: Halem, 2012

Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung und Verbreitung sowie der Übersetzung, vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (durch Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung des Verlages reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme (inkl. Online-Netzwerken) gespeichert, verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

© 2012 by Herbert von Halem Verlag, Köln

isbn 978-3-86962-075-6

Den Herbert von Halem Verlag erreichen Sie auch im Internet unter <http://www.halem-verlag.de>
E-Mail: info@halem-verlag.de

satz: Herbert von Halem Verlag

druck: docupoint GmbH, Magdeburg

gestaltung: Claudia Ott Grafischer Entwurf, Düsseldorf

Copyright Lexicon ©1992 by The Enschedé Font Foundry.

Lexicon® is a Registered Trademark of The Enschedé Font Foundry.

inhalt

i. bilder - kulturen - identitäten analysen zu einem interdisziplinären spannungsfeld

katharina lobinger / stephanie geise 9
Zur Analyse von Bildern, Kulturen und Identitäten:
Perspektiven und Herausforderungen der Visuellen
Kommunikationsforschung

ii. analysen historischer leitbilder und bildprogramme

markus mayer 33
Politische Kommunikation auf römischen Münzen:
Des Kaisers neue Bilder

patrick rössler 50
Bilder im Machtkampf der Systeme:
ussr im Bau vs. Freude und Arbeit

susanne vollberg 78
Frauen(-bilder) des ddr-Fernsehens –
Zur Rolle und Funktion politisch-ideologischer Leitbilder
in den Medien

iii. analysen visueller stereotype in fernsehformaten

katrin döveling / isabel kick 98
Women in Soaps – Same Pictures as Every Year.
Oder ist das Frauenbild im Wandel?
Eine Fallanalyse

julia kloppenburg 125
Zur medialen Verhandlung von Migrantinnen und
Migranten in Fernsehnachrichten

iv. analysen zum bildhandeln in sozialen netzwerken und offline-lebenswelten

ansgar schnurr 142
Remixing Culture.
Eine ethnographische Skizze zu Probehandlungen
türkischstämmiger Jugendlicher in den
Zwischenräumen Online und Offline

wolfgang reissmann 165
Arbeit am (Bild-)Körper.
Die Plastizität des Körpers im Digitalbild und jugendliches
Bildhandeln in Netzwerkplattformen

sabina misoch 186
Visuelle Darstellung von Gruppenidentitäten anhand
von Selbstverletzungen?
Zur öffentlichen Präsentation von svv
auf YouTube

dagmar hoffmann 207
Die relative Wirkmächtigkeit der Bilder.
Ein Plädoyer für eine phänomenologische Betrachtung von
Bildaneignungsprozessen

v. methodenentwicklung visueller kommunikationsforschung

stephanie geise / klaus kamps 224

What is beautiful is good?

**Vom Einfluss der visuellen Identität politischer Kandidaten
zur Operationalisierung des Konstrukts für
Medienwirkungsstudien**

stefan meier 256

Visuelle Stilanalyse.

**Methodisch-methodologische Vorschläge
zur Untersuchung identitätsstiftender Bildinszenierungen**

sebastian gerth 285

Die Erweiterte Bildtypenanalyse.

**Ein Instrument zur Untersuchung von Pressefotografien aus
Rezipienten- und Medienperspektive**

vi. ausblick

stephanie geise / katharina lobinger 309

Bilder – Kulturen – Identitäten:

Zur visuellen Konstruktion sozialer Wirklichkeit

Autorinnen und Autoren 334