

Katharina Lobinger / Stephanie Geise (Hrsg.)

# Visualisierung – Mediatisierung

Bildliche Kommunikation und bildliches Handeln  
in mediatisierten Gesellschaften

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.

Katharina Lobinger / Stephanie Geise (Hrsg.)  
*Visualisierung – Mediatisierung.*  
*Bildliche Kommunikation und bildliches Handeln*  
*in mediatisierten Gesellschaften*  
Köln: Halem, 2015

Die vorliegende Tagungspublikation entstand in Kooperation mit dem von der Deutschen Forschungsgemeinschaft (DFG) geförderten Schwerpunktprogramm 1505 »Mediale Welten: Kommunikation im medialen und sozialen Wandel.« (<http://mediatisiertewelten.de/>)



DFG Schwerpunktprogramm 1505  
MEDIATISIERTE WELTEN



Deutsche  
Forschungsgemeinschaft

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.

© 2015 by Herbert von Halem Verlag, Köln

ISBN (Print): 978-3-86962-106-7

ISBN (PDF): 978-3-86962-136-4

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

Zur Einleitung: Visualisierung und Mediatisierung als Rahmenprozesse	9
<b>I. THEORETISCHE KONZEPTE UND PERSPEKTIVEN AUF VISUALISIERUNG UND MEDIATISIERUNG</b>	
FRIEDRICH KROTZ Mediatisierung und die wachsende Bedeutung visueller Kultur: Zum Verhältnis zweier kommunikationswissenschaftlicher Metaprozesse	18
KATHARINA LOBINGER Praktiken des Bildhandelns in mediatisierten Gesellschaften – eine Systematisierung	37
WOLFGANG REISSMANN Visualisierung, handlungsorientierte Kommunikationstheorie und private Bildpraxis in dichten Medienumgebungen	59
STEFAN MEIER >Die neue visuelle Authentizität<. Modifikation des Dokumentarischen als Effekt fortschreitender Mediatisierung	89

## II. BILDHANDELN IM KONTEXT VON SOCIAL MEDIA

- ULLA AUTENRIETH 108  
Die Theatralisierung der Freundschaft.  
Zum Einfluss von Bildern und bildbasierter Kommunikation  
auf Social Network Sites auf die Freundschaftsbeziehungen von  
Jugendlichen und jungen Erwachsenen
- MASTEWAL ADANE MELLESE / MARION G. MÜLLER 125  
A Typology of Profile Pictures:  
How Do Young Adults Acquire Profile Images on Facebook?
- BERNADETTE KNEIDINGER 146  
Social Media als digitales Fotoalbum multilokaler Familien.  
Die Bedeutung visueller Kommunikation in  
intergenerationalen Beziehungen

## III. INNOVATIVE METHODISCHE VERFAHREN ZUR ANALYSE VON BILDHANDELN

- JÜRGEN RAAB 164  
Bildhandeln und Bildwissen im Medium der Fotografie.  
Methodische Herausforderungen der sozialwissenschaftlichen  
Interpretation von Einzelbildern
- KATHARINA LOBINGER / CORNELIA BRANTNER 181  
Q-Sort: Qualitativ-quantitative Analysen bildlicher  
Rezeptions- und Aneignungsprozesse.  
Leistungen und Limitationen für das Feld  
Visueller Kommunikationsforschung
- JULIA NIEMANN / STEPHANIE GEISE 207  
>Exploring the Visual Sphere of Youth<:  
Methodische Überlegungen zur Implementierung der  
assoziativen Logik visueller Kommunikation in Ansätzen  
der nicht-standardisierten Jugendmedienforschung

IV. DIE VISUALISIERUNG (UN)SICHTBARER DATEN  
UND PHÄNOMENE

STEPHANIE GEISE / ANDREAS BRÜCKMANN 234  
Zur Visualisierung von Wissenschaft:  
Formen, Funktionen und Sinnkonstruktion des Bildhandelns  
im Rahmen der pränatalen Diagnostik

CORNELIA BRANTNER /  
JOAN RAMON RODRÍGUEZ-AMAT 257  
Mediatisierung und Visualisierung von Ort und Raum:  
Zur Erforschung partizipativer digitaler Praktiken  
in Geomedien im Rahmen sozialer Proteste

WERNER REICHMANN 278  
Die Visualisierung der wirtschaftlichen Zukunft.  
Skopische Medien, Wissenskulturen und Sehgemeinschaften

TANJA MAIER 296  
Remediatisierung durch Zeitschriften.  
Transformationen visueller Kommunikation am Beispiel  
christlich-religiöser Bilder

V. AUSBLICK

STEPHANIE GEISE / KATHARINA LOBINGER 313  
Visualisierung – Mediatisierung:  
Reflexion und weiterführende theoretische Überlegungen

Autorinnen und Autoren 334

# Visuelle Kommunikation



KATHARINA LOBINGER /  
STEPHANIE GEISE (HRSG.)

## **Visualisierung – Mediatisierung. Bildliche Kommunikation und bildliches Handeln in mediatisierten Gesellschaften**

2015, 344 S., 21 Abb., 9 Tab., Broschur,

213 x 142 mm, dt./engl.

ISBN 978-3-86962-106-7

Unser Alltag und unsere Alltagserfahrung sind untrennbar mit medialen Inhalten und medialen Technologien verbunden. Die Mediatisierung unserer Lebenswelten erfolgt dabei in hohem Maße in visueller Form, in visuellen Kommunikationspraktiken. Insbesondere Bilder und die mit ihnen verbundenen visuell-kommunikativen Praktiken aus dem Bereich der zunehmend mediatisierten ›alltäglichen‹ Kommunikation rücken damit in den Fokus. Vor diesem Hintergrund präsentiert der Tagungsband *Visualisierung – Mediatisierung* die Ergebnisse der Tagung der Fachgruppe Visuelle Kommunikation und fasst die gegenwärtigen Forschungsströmungen in diesem hoch aktuellen Forschungsfeld zusammen. Die Beiträge präsentieren theoretische, empirische und methodologische Forschungen aus dem Kontext der Mediatisierung mit und durch Bilder und der mit ihnen verbundenen visuellen Praktiken.



**HERBERT VON HALEM VERLAG**

Schanzenstr. 22 · 51063 Köln

<http://www.halem-verlag.de>

[info@halem-verlag.de](mailto:info@halem-verlag.de)