

1. Record Nr.	UNINA9910796638203321
Autore	Przyborski Aglaja
Titolo	Bildkommunikation : Qualitative Bild- und Medienforschung // Aglaja Przyborski
Pubbl/distr/stampa	Berlin, [Germany] ; ; Boston, [Massachusetts] : , : De Gruyter Oldenbourg, , 2018 ©2018
ISBN	3-11-049884-7
Descrizione fisica	1 online resource (320 pages) : illustrations
Collana	De Gruyter Studium
Classificazione	AP 13550
Disciplina	153.32
Soggetti	Visualization Communication - Data processing Computer graphics
Lingua di pubblicazione	Tedesco
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia
Nota di bibliografia	Includes bibliographical references.
Nota di contenuto	Frontmatter -- Geleitwort -- Vorwort -- Inhalt -- Einleitung -- Teil I: Zu einer praxeologischen Theorie medialer Kommunikation -- Einleitung -- 1. Sozialwissenschaftliche Bildinterpretation -- 2. Bild als Medium -- 3. Bild und massenmediale Kommunikation -- 4. Kommunikation durch Bilder: Dokumentarische Methode und unmittelbare Verständigung -- 5. Praxis in und mit Medien: Kommunikationsmodell -- Teil II: Empirische Studien zur Bildkommunikation -- Einleitung -- 6. Anlage der Untersuchung -- 7. Reflektierte Männlichkeit: Pulp Fiction -- 8. Geschlechtsnorm Mädchenhaftigkeit: H&M -- 9. Super normal Mann: DC Shoes -- 10. Stark fluid, ostentativ Frau: Non-Format -- 11. Bildkommunikation: Ergebnisse der Studie -- Nachwort -- Transkriptionssystem -- Abbildungsverzeichnis -- Tabellenverzeichnis -- Transkriptverzeichnis -- Literaturverzeichnis
Sommario/riassunto	Die gegenwärtigen medientechnischen Entwicklungen haben zu einem immensen Aufschwung der Bilder beigetragen. Noch nie wurde so viel mit Bildern kommuniziert wie heute. Wie verständigen wir uns mit Bildern? Wie erzeugen wir in unserem Alltag Sinn mit ihnen? Die Logik des Bildes hat, im Vergleich zu jener der Sprache, in der Forschung bisher wenig methodologische Beachtung gefunden. Vor allem in der

Auseinandersetzung mit Medien und Kommunikation fehlt eine prinzipielle Beschäftigung mit Bildverständigung bislang weitgehend. Im vorliegenden Buch wird theoretisch und empirisch die Funktion des Bildes in der wechselseitigen Konstitution von Medien und Alltag geklärt und in einem empirisch fundierten, praxeologischen Kommunikationsmodell verdichtet. Das Modell begründet und ermöglicht empirische Forschung, die gegenwärtige Kommunikation insofern zu erfassen weiß, als u. a. unterschiedliche Medialitäten (Sprache, Bild, Musik ...) in ihrem Eigensinn ebenso wie Social-Media-Kommunikation systematisch beachtet werden. Im Buch werden die entsprechenden forschungspraktischen Schritte, insbesondere der Bild- und Medienanalyse, detailliert ausgeführt.
