

Inhalt

1	Einleitung – Visuelle Wissenssoziologie als soziologische Anthropologie des Sehens	7
2	Die visuelle Kultur der Moderne – Bildkonstruktion und Bildinterpretation	20
2.1	Der moderne Bildraum und die Rationalisierung des Sehens	27
2.2	Differenz, Erfahrung, Anschauung – Das Darstellungs- und Deutungspotential der Bilder	46
2.3	Methodologische und methodische Zugänge der Bildinterpretation	54
2.3.1	Kunsthistorische Verfahren	54
2.3.2	Wissenssoziologische Ansätze	63
3	Die ‚klassische‘ visuelle Soziologie, der ‚Visual Turn‘ und die Bildforschung in der ‚neuen‘ Wissenssoziologie	96
4	Körper, Wahrnehmung, Bild – Anthropologische und phänomenologische Grundzüge der visuellen Wissenssoziologie	111
4.1	Körperbilder und Handeln	118
4.2	Körperbilder in Darstellung und Deutung	121
4.3	Medialisierte Körperbilder	130
5	Methodologie und Methode der wissenssoziologischen Bildhermenetik	134
5.1	Am Ort des Verstehens: Hermeneutik und verstehende Soziologie	135
5.1.1	Hermeneutik – Grundzüge der Kunstlehre vom Verstehen	136
5.1.2	Verstehende Soziologie – Erfahrungs- und Wirklichkeitswissenschaft	142
5.2	Konstitution, Konstruktion und Rekonstruktion – Verstehende Soziologie als hermeneutische Wissenssoziologie	147
5.3	Die Auslegung der Bilder – Methodische Prinzipien der wissenssoziologischen Bildhermeneutik	156
6	Die Bilder der Auslegung – Semiprofessionelle Videoproduktionen ...	165

7	Der Videofilm im Amateurclub: Vergemeinschaftung durch perfektionierte Reproduktion bildästhetischer Kompositionen	169
7.1	„Juist – die etwas andere Ferien-Insel“	170
7.2	„Kriegerdenkmal“	187
7.3	Das Sehraster: Ein rationales visuelles System und die soziale Schließung der Sehgemeinschaft	196
8	Der Hochzeitsvideofilm: ‚Der schönste Tag des Lebens‘ und seine mediale Überhöhung	210
8.1	Liebe, Hochzeiten und Videotapes	210
8.2	Zwei Dutzend Hochzeiten und ein Einzelfall	213
8.3	Die ornamentale Überblendung: Symbol unverbrüchlicher Gemeinschaft in einem eigenwilligen Medium	233
9	Der HipHop-Videoclip: Die Inszenierung von ‚realness‘ und ‚credibility‘ im audiovisuellen Medium	247
9.1	Kein fünftes Element – „Video ist nicht die Essenz, ist nicht HipHop“	247
9.2	„Millionen Rapper“ – oder: „Die Optik sollte dabei ungefähr so rüberkommen, wie wir sie halt auch sehen“	254
9.3	„Chillin“ – oder: „Das ist genau die Optik, die ich erreichen wollte“	278
9.4	Die charismatische Gemeinschaft, ihr erhöhendes Gegenbild und ihre Bewährung in changierenden Konfigurationen	295
10	Die Schnittmuster der Sehgemeinschaften	306
11	Schlussbetrachtung und Ausblick – Die Medialisierung des Sehens ...	317
	Anhang: Partituren	325
	Literaturverzeichnis	371
	Personenverzeichnis	393
	Abbildungsnachweise	397