



STEPHANIE GEISE / KATHARINA LOBINGER (Hrsg.)

Bilder, Kulturen, Identitäten. Analysen zu einem Spannungsfeld visueller Kommunikationsforschung

2012, 338 S., 40 Abb., 3 Tab., Broschur, 213 x 142 mm, dt.

EUR(D) 29,50 / EUR(A) 30,20 / sFr. 49,60

ISBN 978-3-86962-075-6

Über dieses Buch: Bilder haben einen wesentlichen Anteil an der kommunikativen Konstruktion sozialer Wirklichkeit. Sie modellieren Kulturen, sie verschaffen Identitäten Ausdruck, konstruieren Realitäten. Andererseits werden auch die Produktion, Selektion, Aneignung und Interpretation von Bildern sowie deren Wirkungspotenziale fortlaufend durch Identitäten und Kulturen geprägt und verändert. Solche Wechselwirkungen zwischen Bildern, Kulturen und Identitäten werfen viele Forschungsfragen auf, die einer differenzierten Betrachtung aus der Theorie-, Methoden- und Wirkungsperspektive bedürfen. Der Sammelband Bilder – Kulturen – Identitäten versammelt 14 Beiträge, die sich diesem Spannungsfeld bewusst aus einer interdisziplinären Perspektive widmen. Aus unterschiedlichen theoretischen, methodischen und disziplinären Zugängen werden Wechselwirkungen zwischen Bildern, Kulturen und Identitäten analytisch betrachtet und diskutiert. Das Spektrum der Beiträge reicht dabei von ›klassischen‹ kommunikationswissenschaftlichen Zugängen über kunsthistorische Arbeiten zu politik- und medienwissenschaftlichen Perspektiven bis hin zu methodischen Überlegungen und theoretischen Reflexionen. Zusammengefasst zielt die Publikation darauf ab, die Frage: »Welche Wechselbeziehungen

bestehen zwischen Bildern, Kulturen und Identitäten?« in den Beiträgen aus ganz unterschiedlicher Perspektive zu beleuchten. Dabei werden auch theoretische und methodisch Herausforderungen angesprochen, wie diese Wechselverhältnisse inhaltlich und empirisch erfasst werden können.

Über die Herausgeber: Stephanie Geise, Dr., ist seit 2010 Akademische Rätin und Habilitandin an der Universität Erfurt am Seminar für Empirische Kommunikationsforschung & Methoden. Katharina Lobinger, Dr., ist seit 2011 wissenschaftliche Mitarbeiterin (Postdoctoral Fellow) am Zentrum für Medien-, Kommunikations- und Informationsforschung (ZEMKI) und am Institut für historische Publizistik, Kommunikations- und Medienwissenschaft (IPKM) der Universität Bremen. Ihre Forschungsschwerpunkte sind Visuelle Kommunikationsforschung, Multimodalität, Werbeforschung, Mediatisierungsforschung.

Weitere Informationen unter:<http://www.halem-verlag.de/?p=8447>

Hiermit bestelle/n ich/wir die oben genannte Publikation:

Datum und Unterschrift

Vorname und Name

Straße

Land, PLZ und Ort

2. Unterschrift

Vertrauensgarantie: Ich weiß, dass ich diese Bestellung innerhalb von 14 Tagen widerrufen kann. Eine einfache schriftliche Mitteilung an den Verlag oder an die beauftragte Buchhandlung genügt. Das bestätige ich mit meiner zweiten Unterschrift.

E-Mail

Bitte schicken Sie mir regelmäßig (4 x pro Jahr) Ihren kostenlosen E-Mail-Newsletter unter der og. Adresse zu.

Bestellen Sie direkt per
Fax 0221/92 58 29 29
oder über unseren Online-Buchladen
oder in Ihrer Buchhandlung

Buchhandlung (Stempel):

Die Lieferung erfolgt gegen Rechnung.