

Cornelia Brantner / Gerit Götzenbrucker /
Katharina Lobinger / Maria Schreiber (Hrsg.)

Vernetzte Bilder

Visuelle Kommunikation in Sozialen Medien

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.

Cornelia Brantner / Gerit Götzenbrucker / Katharina Lobinger
Maria Schreiber (Hrsg.)
Vernetzte Bilder.
Visuelle Kommunikation in Sozialen Medien
Köln: Halem, 2020

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.

© 2020 by Herbert von Halem Verlag, Köln

ISBN (PRINT): 978-3-86962-484-6

ISBN (PDF): 978-3-86962-485-3

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

LEKTORAT: Rabea Wolf

UMSCHLAGFOTO: vino-li-NpYcUqx8Go-unsplash

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

CORNELIA BRANTNER / KATHARINA LOBINGER / GERIT GÖTZENBRUCKER / MARIA SCHREIBER	9
Vernetzte Bilder in Sozialen Medien als Forschungsthema der Visuellen Kommunikationsforschung	
I. VISUELLE LEBENSENTWÜRFE IN SOZIALEN MEDIEN	
ELISABETH MAYER	25
›Lebensgeschichten in Bildern erzählen‹ – Die Bedeutung von Bilditerationen bei der Konstruktion visueller Biografien	
VIERA PIRKER	44
Konstruktion von Katholizität durch Frauen auf <i>Instagram</i> . Eine theologisch informierte Einzelbildanalyse	
MARGARITA KÖHL / GERIT GÖTZENBRUCKER	64
Bilder als Affektgeneratoren: Eine transkulturelle Studie zur bildlichen Verhandlung von Nähe und Distanz in Social-Media-Umgebungen	

II. PROFESSIONELLE BILDER IN SOZIALEN MEDIEN

- UTA RUSSMANN 89
Wahlkampf auf *Instagram* und was bei den WählerInnen ankommt und was nicht: Eine Analyse zweier *Instagram*-Profile von Spitzenkandidaten im österreichischen Nationalratswahlkampf 2017
- PETRA BERNHARDT / KARIN LIEBHART 110
Storytelling im digitalen Wahlkampf: Analysen transmedialer Kampagnen am Beispiel der österreichischen Bundespräsidentchaftswahl 2016
- SIGRUN LILLEGRAVEN 132
Framing Feminism: Die ethnisch differenzierten Darstellungsweisen von Frauen innerhalb Hillary Clintons visueller Wahlkampfkommunikation auf *Instagram*
- PHOEBE MAARES / FOLKER HANUSCH 156
Zwischen ›natürlichem‹ Bild und ›Eye-Catcher-Moment‹: Zur Relevanz visueller Authentizität für professionelle *Instagram*-Mikroblogger*innen
- HEIKE KANTER / FELIX KOLTERMANN 174
Astro-Alex auf dem Weg zur ISS: Kontextwandel bildjournalistischer Kommunikation im digitalen Journalismus
- EVELYN RUNGE 196
Zwischen ›Bildproduktionsmaschine‹ und dem ›geilsten Job auf der Welt‹: Die Produktionsbedingungen von Fotojournalist*innen, Fotoredakteur*innen und Fotoproduzent*innen in Deutschland

III. VIRALITÄT, MOBILISIERUNG, SKANDALISIERUNG,
ÜBERWACHUNG: KRITISCHE ASPEKTE DER UBIQUITÄT
VON BILDERN IN SOZIALEN MEDIEN UND IHRER
ERFORSCHUNG

PETRA BERNHARDT	216
Das virale G7-Foto: Deutungsmuster im User-Generated-Content zu visueller politischer Kommunikation auf <i>Twitter</i>	
REBECCA VENEMA	238
Brennende Barrikaden, Riot Hipster und Verdächtige: Vernetzte Protestbilder zwischen Repräsentation, Legitimierung, Strafverfolgung und Überwachung am Beispiel der G20-Protteste 2017	
DAGMAR HOFFMANN / LAURA VELTEN	264
Zum Empörungspotenzial visualisierter Mütterlichkeit. Ein Fallvergleich am Beispiel der Postings von ›Celebrity-Müttern‹ bei <i>Instagram</i>	
REBECCA VENEMA / DANIEL PFURTSCHELLER / KATHARINA LOBINGER	288
Doing Visual Analysis Online. Forschungsethische Herausforderungen und Handlungsempfehlungen zur Analyse vernetzter Bilder	
Autorinnen und Autoren	311