

Andreas Schelske

Die kulturelle Bedeutung von Bildern

**Soziologische und semiotische Überlegungen
zur visuellen Kommunikation**

Inhalt

Vorwort zum Stand der Forschung	1
Einleitung: Bild	7
Teil I. Sehen von Zeichen in Bildern	13
1.1. Einführung semiotischer Kategorien	13
a) Code	14
b) Syntaktik, Semantik, Pragmatik	15
c) Zeichen	17
d) Ersttheit, Zweitheit, Drittheit	23
1.2. Wie stellen Zeichen in Bildern »etwas« dar?	32
a) Möglichkeiten der Mittel oder Zeichen auf Bildern	34
b) Der Objektbezug von Bildern	37
c) Der Interpretantenbezug von Bildern	41
Teil II. Sehen und Erkennen	52
2.1. Bedeutung und Bewußtsein in Differenz zur Möglichkeit von Wahrnehmung	56
2.2. Kann Sehen Sprache sein, und warum figurieren Bilder nicht ausschließlich wie Zeichen?	71
a) Semiotischer Exkurs zur Wahrnehmung von Zeichen	84
2.3. Wie entsteht visuelle Wahrnehmung?	85
2.4. Wie gelingt visuelle Kommunikation?	104
• Modell zur visuellen Kommunikation	120
a) Bedeutung und Bezeichnung bei der visuellen Kommunikation	127
b) Bezeichnung als kulturelle Semiotik der Signifikation	131
2.5. Wie muß man etwas kennen, um nicht blind zu sein?	138
a) Erkennen eines ikonischen Signifikationscodes	146
2.6. Der Sinn der Form	161
a) Konsens und Konventionen im Sinn der Form	172

2.7.	Wie wissen Bilder etwas von etwas?	191
	a) Wissen als Distanz zur Natur	192
	b) Tradition und Konvention der kulturellen Form "Wissen"	202
	c) Tradition, Konvention und figurative Erkenntnis	218
	d) Kulturelle Sedimentierung von ikonischem Wissen	227
2.8.	Aufmerksamkeit als kommunikative Praxis von Bildern	229
2.9.	Bildkultur als anwesende Umwelt	236
	a) Exkurs zur Beziehung zwischen Kultur und Gesellschaft	237
	b) Anwesende Bildumwelt	246
	c) Wie unterliegt eine anwesende Bildumwelt sozial-pragmatischen Bedeutungen?	254
2.10.	Wie kommt Gedächtnis und Unbewußtes in Bildkulturen vor?	264
	a) Exkurs zum sozialen Gedächtnis	275
	b) Unmöglichkeiten eines kollektiv Bewußten und Unbewußten für gesellsch	280
	c) Möglichkeiten eines kognitiv Unbewußten für kulturelle Bildkommunikation	295
	d) Möglichkeiten eines affektiv Unbewußten für kulturelle Bildkommunikation	305
2.11.	Wie wirkt die kommunikative Funktion von mimetischer Ähnlichkeit	316
Teil III. Die kulturelle Bedeutung von Bildern		324
	a) Bedeutung der Bildkultur für Systemintegration	329
	b) Bedeutung der Bildkultur für Sozialintegration	338
IV. Schlußbetrachtung auf den soziologischen Ertrag		353
Begriffsverweise		359
Literaturverzeichnis		361
Index		376