

Inhalt

Vorwort	VII
Übersehene Sichtbarkeit(en): Einleitung und Überblick	I
I Exploration des Forschungsfelds	7
1 Graphische Variation: Eingrenzungen des Gegenstandsbereichs	9
1.1 Typographie	9
1.2 Graphie und Skripturalität	15
1.3 Medium, Medialität und Materialität	20
2 ›(Un-)Sichtbarkeit‹ als diskursives Phänomen	29
2.1 ›Lesbarkeit‹ versus ›Sichtbarkeit‹	30
2.2 Die ›Transparenz‹ des Mediums	53
2.3 Schlussfolgerungen	56
3 Zugänge zu Graphie und Skripturalität	59
3.1 Jenseits der Sprachwissenschaft	60
3.1.1 Gestaltungstheorie	60
3.1.2 Psychologie	69
3.1.3 Literatur- und Editionswissenschaften	75
3.2 Linguistik und Semiotik	81
3.2.1 Linguistik und Schrift(lichkeit)	82
3.2.2 Schriftlinguistik	106
3.2.3 Textrezeptions- und Textverständlichkeitsforschung	127
3.2.4 Werbe(sprach)forschung	134
3.2.5 Textlinguistik und Stilistik	137
3.2.6 Semiotik und Sozialsemiotik	150
3.2.7 Soziolinguistik	163
3.3 Fazit und Fokussierung	166

II Theoretische Modellierung	169
4 Soziolinguistische Verortung	171
4.1 Vom sozialen Index zur sozialen Praxis	172
4.2 Grundannahmen der interpretativen Soziolinguistik	176
4.3 Von der sprachlichen zur graphischen Variation	180
5 Graphisches Wissen	183
5.1 Rudi Kellers »Theorie semiotischen Wissens«	185
5.2 Rezipienten als Kommunikationsakteure und die Performativität von Sinn	191
5.3 Semiotisches Wissen als Kontext- und Praxiswissen	194
5.4 Sinnperformativität, Kontext- und Praxiswissen: Beispiel und Resümee	199
5.5 Vom »semiotischen« zum ›graphischen‹ Wissen	203
6 Formen und Funktionen graphischer Variation	209
6.1 (Graphische) Variation	210
6.2 Formen	212
6.3 Funktionen	220
6.3.1 Polyfunktionalität und Multimodalität, Grunddimensionen und generelle Funktionen . .	221
6.3.2 Soziale Funktionen	229
III Anwendungsfelder	235
7 Genres	237
7.1 Von ›typographischen Dispositiven‹ zu ›Genreindikatoren‹ .	238
7.1.1 Typographische Dispositive	238
7.1.2 Textsorten und Genres	241
7.1.3 Genreindikatoren	247
7.2 Beispielanalysen: Genrekonstitution in der Fußball(fan)kultur	250
7.2.1 Genreinhärente Textsorten und generische Texte .	251
7.2.2 Ebenen graphischer Genrekonstitution	256
7.2.3 Genres als Kontext und Stabilisator skripturaler Kommunikation	278
7.3 Zusammenfassung	279

8 Ideologien	281
8.1 Sprach- und Kommunikationsideologien	282
8.2 Graphie-Ideologien: Definition und theoretische Einbindung	286
8.3 Bepielanalysen: Konstruktionen graphischen ›Deutschstums‹	289
8.3.1 »Der deutscheste aller Buchstaben«	292
8.3.2 ›Deutsche Schriften‹	297
8.3.3 Gebrochene Schriften und/als Ideologie	305
8.3.4 Ein popkulturelles Revival?	314
8.3.5 Graphie-ideologische Verhandlungen auf Wikipedia	324
8.4 Zusammenfassung	334
9 Identitäten	337
9.1 Identität und kommunikative Praxis	338
9.2 Identität als soziale Positionierung	346
9.2.1 Was heißt ›soziale Positionierung‹?	346
9.2.2 Soziale Positionierung als Vergemeinschaftung .	348
9.2.3 Positionierungspraktiken: Stilbildung und Stilisierung	352
9.3 Bepielanalysen: Identitätskonstitutive (Zu-)Schreibungen	360
9.3.1 »Schwarz ist, was Ihr draus macht!« – Popkultur und Szene-Kommunikation	360
9.3.2 »Your very own font!« – emulierte Handschrift als Authentizitätsversprechen	401
9.3.3 Doing science (by design) – Identität und Gestalt in der Wissenschaft	411
9.4 Zusammenfassung	429
10 Graphische Variation als soziale Praxis: Zusammenfassung und Fazit	433
IV Anhang	439
Tabellen und Abbildungen	441
Literatur	451
Namensregister	505
Sachregister	515