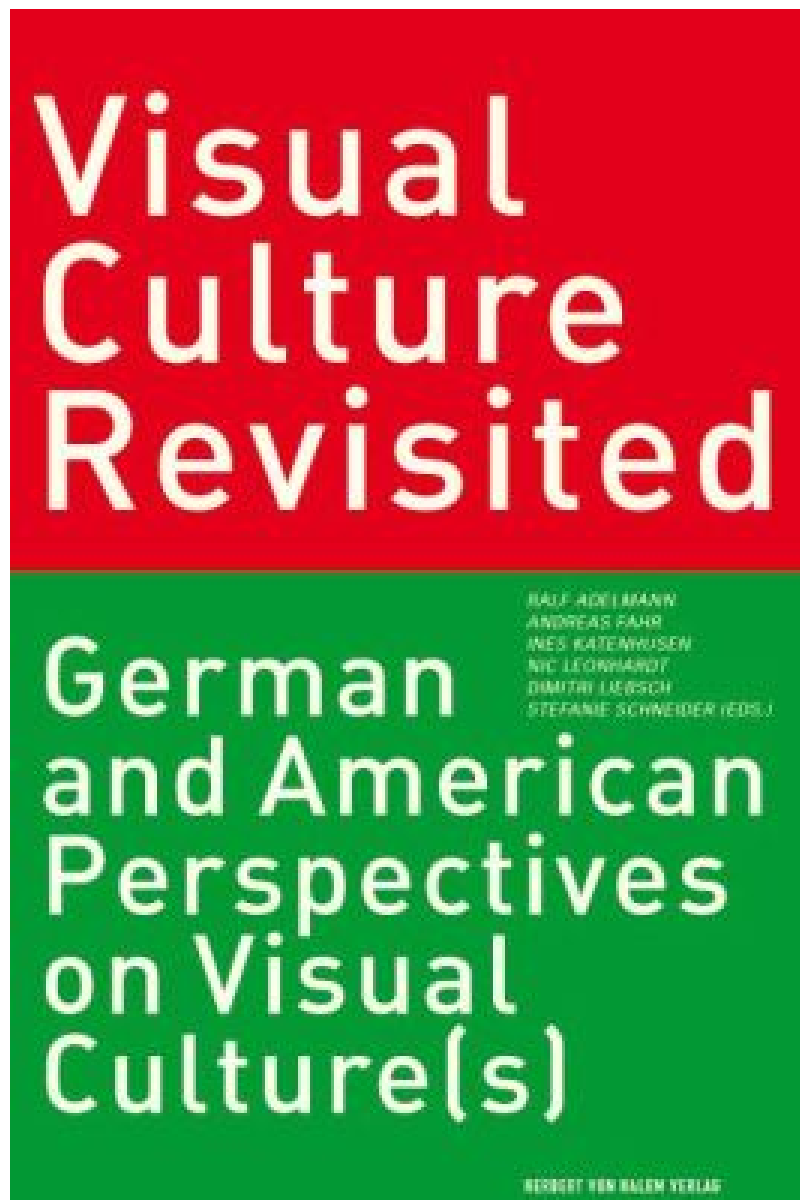


## Visual Culture Revisited

26.09.2007, 10:42 | Wissenschaft, Forschung, Bildung

Pressemitteilung von: *Herbert von Halem Verlag*

---



Von der Sitcom zur Illustration im Kinderbuch, vom Cartoon zum Satellitenfoto, von der hohen Kunst bis zum Alltagsleben – das Visuelle ist in vielen Facetten in der Kultur verankert. Der englischsprachige Band setzt sich in theoretischen Reflexionen und Fallstudien mit der Dialektik visueller Kultur(en) auseinander.

Deutsche und amerikanische Wissenschaftler untersuchen die Darstellung bestimmter Themen in verschiedenen visuellen Genres wie Medien, Comics und Kunst; sie vergleichen die visuelle Darstellung eines Themas – z.B. Amokläufe in Schulen – in der deutschen und amerikanischen Medienkultur. Und sie fragen nach den sozialen und ökonomischen Bedingungen des Visuellen, nach dem Zusammenhang von Bildern und Identität und nach der Produktion von Wissen durch das Visuelle.

Im Zentrum des Bandes finden sich vor allem Beispiele aus dem US-amerikanischen Kontext – angefangen von der Fokussierung der amerikanischen Ureinwohner als ›vanishing race‹ in der Fotografie des 19. Jahrhunderts bis hin zur medialen Bewältigung des Columbia-Unglücks im Februar 2003. Daher ist das Buch nicht allein für ein interdisziplinär ausgerichtetes Publikum äußerst empfehlenswert, das sich für die Analyse des Visuellen interessiert, sondern auch für Wissenschaftler und Studenten der Amerikanistik.

Ralf Adelman / Andreas Fahr / Ines Katenhusen /  
Nic Leonhardt / Dimitri Liebsch / Stefanie Schneider (Hrsg.)  
Visual Culture Revisited.  
German and American Perspectives on Visual Culture(s)  
2007, 314 S., 75 Abb., 3 Tab., Broschur, 213 x 142 mm, auf Englisch  
EUR(D) 28,00 / EUR(A) 28,70 / sFr. 47,10  
ISBN 978-3-931606-30-5

Weitere Informationen, kostenlose Downloads sowie ein Formular für Rezensionbestellungen finden Sie unter [www.presse.lookingintomedia.com](http://www.presse.lookingintomedia.com)

Für Fragen und Auskünfte steht Ihnen unsere Mitarbeiterin Katrin Mallener jederzeit gerne zur Verfügung: 0221/92 58 29-15, [presse@halem-verlag.de](mailto:presse@halem-verlag.de)

Herbert von Halem Verlagsgesellschaft  
mbH & Co. KG

Lindenstr. 19  
50674 Köln  
T: 0221 - 92 58 29-0  
F: 0221 - 92 58 29-29

[www.halem-verlag.de](http://www.halem-verlag.de)  
[presse@halem-verlag.de](mailto:presse@halem-verlag.de)

## **Portrait**

Als wissenschaftlicher Verlag haben wir uns zunächst auf die Bereiche Medien- und Kommunikationswissenschaft sowie Publizistik konzentriert. Diese Schwerpunkte haben wir mit den Bereichen Bildwissenschaft und Sportkommunikation erweitert. Weitere Themenbereiche sind z.B. Unterhaltungsforschung, Cultural Studies / Kulturwissenschaften und Medienökonomie. Wir hoffen, dass unsere Publikationen den wissenschaftlichen Diskurs innerhalb der Disziplinen und zwischen diesen immer wieder aufs Neue anregen.

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/160493/Visual-Culture-Revisited.html>