

Inhalt

1	Kunst im Zeichen medialer Transformationsprozesse	9
2	Medien, Mediatisierung und soziale Felder	15
2.1	Medien und Mediatisierung	15
2.2	Mediatisierung und soziale Felder	23
3	Mit Bourdieu über Medien nachdenken	31
3.1	Bourdieu's Medienkritik	32
3.2	Medienfelder	39
3.3	Mediale Repräsentanz als Kapital	41
3.4	Medientechnologien als Kapital	68
4	Medienkapital, Medienfeld und Mediendoxa	
	Ein feldtheoretischer Rahmen für die Mediatisierungsforschung	81
4.1	Medienkapital	81
4.2	Medienfeld	87
4.3	Mediendoxa	99
4.4	Feldtheorie und Mediatisierung	104
4.5	Übersicht Forschungsfragen	109
5	Methodologie und Forschungsdesign	111
5.1	Der epistemologische Status der theoretischen Denkwerkzeuge	111
5.2	Die Konstruktion des empirischen Gegenstands	116
5.3	Methodologische Herausforderungen und methodisches Vorgehen	131
6	Medienkapital: Eine dialektische Struktur	153
6.1	Objektiviertes Medienkapital: Mediale Infrastruktur oder veritabler Vorteil?	155
6.2	Inkorporiertes Medienkapital: Praktisches Wissen und notwendige Kompetenzen	172
6.3	Institutionalisiertes Medienkapital: Vom Wert medialer Sichtbarkeit	197
6.4	Erträge und Profite aus der Akkumulation von Medienkapital	217

7	Mediendoxa: Medien und Medienpraktiken als soziale Notwendigkeiten	235
7.1	Mediendoxa: Tun, was getan werden muss	236
7.2	Vom Umgang mit der Mediendoxa: Ausgestaltung von Möglichkeiten	257
8	Mediatisierte Kunstfelder: Zwischen Autonomie und Heteronomie	269
8.1	Kunst im Zeitalter ihrer digitalen (Re-)Produzierbarkeit	271
8.2	Die Hybridisierung des Kunstdiskurses	275
8.3	Ausweitung digitaler Praktiken	278
8.4	Praktiken medialer Selbst-Repräsentation	284
8.5	Resümee: Medienkapital – eine heteronomisierende Struktur?	296
9	Erträge und Chancen einer feldtheoretischen Mediatisierungsforschung	301
	Literatur	311