

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 Bourdieus 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