

# Inhaltsverzeichnis

<b>Dank</b>	11
<b>Inhaltsverzeichnis</b>	13
<b>1. Einleitung</b>	17
1.1 Vernacular Video Analysis / die Arbeit der Videoprofis	18
1.2 Eingrenzung des Gegenstandsbereiches	20
1.3 Videoanalytiker: Spezialisten, Experten oder Professionelle?	24
1.4 Videointerpretation als kommunikative (Re)-Konstruktion	29
1.5 Verbindung zwischen Feld und Situation	34
1.6 Überblick über das Buch	36
<b>2. Forschungsstand: Soziologie und Visualität</b>	39
2.1 Exkurs: Sinne und Visualität in der Soziologie und Anthropologie	39
2.1.1 Bildwissenschaft	43
2.1.2 Sehen und Visualisieren in den Wissenschaften	45
2.1.3 Gegenwärtige soziologische Theorie und Empirie des Visuellen	47
2.2 Geschichte und Entwicklung visueller Analysen	49
2.2.1 Vorläufer visueller Analysen	49
2.2.2 Proxemik, Kontextanalyse und Kinesik	50
2.2.3 Ethnologischer Film	54
2.2.4 Video in der Soziologie	58
2.3 Zeitmaschine und Mikroskop – zur Rolle der Videotechnologie	60
2.3.1 Die Geschichte des Videorecorders	60
2.3.2 Besonderheiten von Videodaten	68
2.4 Forschungsstand zur reflexiven Zuwendung zur Videoanalyse	69
2.4.1 Methodenliteratur	70
2.4.2 Medienarchäologische Betrachtung	72
2.4.3 Science and Technology Studies	72
2.4.4 Ethnomethodologie, Konversationsanalyse und Workplace Studies	73

<b>3.</b>	<b>Grundlegende methodologische Konzepte und Forschungsdesign .....</b>	<b>79</b>
3.1	Verortung der Videographie .....	79
3.2	Videographie und Videointeraktionsanalyse .....	83
3.3	Einheiten der Forschung: Feld, Site, Gegenstand.....	85
3.3.1	Feld .....	85
3.3.2	Site .....	89
3.3.3	Der Gegenstand.....	92
3.4	Empirische Feldforschung: Feldzugang und Vorgehen .....	95
3.4.1	Bandbreite des Forschungsgegenstandes, Sampling und Datenkorpus .....	96
3.4.2	Sampling und Vergleich.....	99
3.4.3	Felder: Unbekanntheit und Vertrautheit .....	101
<b>4.</b>	<b>Begriffliche Grundlagen .....</b>	<b>105</b>
4.1	Interpretation im Alltag und in der Wissenschaft .....	105
4.2	Interpretation und Ethnomethodologie .....	109
4.3	Ethnomethodologische Konversationsanalyse und Workplace Studies .....	111
4.4	Kleine performative Formen der Sichtbarmachung.....	113
4.5	Heuristische Strukturierung der Begriffsebenen .....	115
4.6	Kommunikative Institutionen: Das Konzept der kommunikativen Gattung .....	115
4.7	Über die Situation hinaus: Arbeitsbögen.....	121
4.8	Zusammenfassung .....	127
<b>5.</b>	<b>Spurensuche und Beweis - Videoanalyse in der Polizeiarbeit.....</b>	<b>129</b>
5.1	Verwendung von Videotechnik in der Polizeiarbeit.....	134
5.2	Die Aufzeichnung.....	137
5.3	Fallbeispiel(e): Nachträgliche Rekonstruktion von ‚Tumulten‘ .....	143
5.4	Videolabore und videoforensische Ausbildung... ..	146
5.5	...und der polizeilich geschulte Blick.....	148
5.5.1	Exkurs: automatische Videoanalyse .....	151
5.5.2	Das Erfahrungswissen der Polizisten .....	153
5.6	Reflexiver Umgang mit visueller Evidenz .....	158
5.7	Kontrastfall: Gegenanalyse .....	160
5.8	Zusammenfassung des ‚Polizeikapitels‘ .....	173

<b>6.</b>	<b>Optimierung und Instruktion - Videoanalyse im Fußball.....</b>	<b>177</b>
6.1	Historischer, theoretischer und technischer Kontext.....	179
6.1.1	Entwicklung und Grundlagen der Bewegungsanalyse.....	179
6.1.2	Bewegungsanalyse und digitales Video.....	182
6.1.3	Taktikanalyse.....	185
6.2	Institutionelle Einbettung.....	186
6.2.1	Verbreitung der Taktikanalyse im Fußball.....	186
6.3	Video im Training.....	193
6.4	Realisierung der Videoanalyse im Fußballtraining.....	197
6.4.1	Selektion.....	197
6.4.2	Illustration.....	200
6.4.3	Instruktion.....	223
6.5	Exkurs: die mediale Darstellung der Videoanalyse.....	232
6.6	Das Imaginäre, die Vogelperspektive und die Kommunikation.....	239
6.7	Zusammenfassung des ‚Fußballkapitels‘.....	242
<b>7.</b>	<b>Durchleuchtung und Vermessung - Videoanalyse in der Marktforschung.....</b>	<b>245</b>
7.1	Videoanalyse in der Marktforschung.....	250
7.2	Videoanalyse und der Einsatz von Eye-Tracking.....	252
7.3	Institutionelles Setting und Einbettung in Arbeitsbögen.....	255
7.3.1	Datenerhebung, Vorbereitung, Auswahl.....	259
7.4	Erstellung des Codingtools.....	262
7.4.1	Problemdefinition.....	265
7.4.2	Hinzuziehen von Hilfe.....	271
7.4.3	Problemlösung.....	277
7.4.4	Coding Tool als Wissensobjektivierung.....	280
7.5	Codingschulungen.....	281
7.5.1	Räumliches Setting der Schulung und beteiligte Akteure.....	283
7.5.2	Zusatzmaterial und Ressourcen zur Unterstützung des Codings.....	284
7.5.3	Demonstration des Codings.....	287
7.5.4	Coding als Interpretation.....	293
7.6	Zusammenfassung des ‚Marktforschungskapitels‘.....	298
<b>8.</b>	<b>Schlussbetrachtung.....</b>	<b>301</b>
	<b>Literaturverzeichnis.....</b>	<b>307</b>
	<b>Abbildungsverzeichnis.....</b>	<b>323</b>