

Inhalt

Vorwort	5
Teil I Anthropologische Konstanten	9
Wege zur Medienpädagogik	11
Hören und Sehen in Tätigkeit	19
Von den Alpen zu den Anden	23
Journalistische Trends und antizyklisches Denken	27
Medien und Menschenbild	35
Teil II Mediale Wirklichkeit, Fernsehen	49
Mit dem Rhinoceros ist es so ...	51
Infotainment aus Sicht der Medienpädagogik	57
Fernsehen als Orbis pictus?	65
Für einen qualitätsbewussten «service public»	71
Kaleidoskop der medialen Wirklichkeiten	77
Teil III Bildtheorie, Kulturtechniken	83
Arme Bilder – Bilder für die Armen	85
Von der Verlegenheit des Zeichenempfängers	95
Fotografie nach dem (digitalen) Sündenfall	99
Internet oder das allmähliche Verschwinden der Schule	105
Bildung kommt von Bild	111
Teil IV Informationsphilosophie	119
Es fehlt ein Medienarchiv	121
Nichtig für wichtig	125
Sich informieren in der Informationsgesellschaft	131
Wissensexplosion versus Erfahrungstransfer	141
Legere mundum – die Welt lesen	151
Teil V Medien und Gesellschaft	157
Politische Funktionen der Publizistik aus der Sicht der Medienpädagogik	159

Medienpädagogik und «Vierte Gewalt»	169
Der längste Werbespot: das Programm	181
Politainment oder Politik zwischen Parkett und Boulevard	187
Medienpädagogik und Zukunft der Demokratie	195
Teil VI Theoretische Aspekte der Medienpädagogik	203
Medienpädagogik als Qualifizierung des Medienteilnehmers	205
Medienwirkungen und pädagogisches Handeln	213
Medienpädagogik in der Sekundarstufe – der integrative Ansatz	225
Medien und Pädagogik: Strukturierungsprinzipien	239
Befunde, Probleme, Strategien	247
Vorüberlegungen zu einem Curriculum «Medienbildung»	253
Medien lesen, Medienlese	259
Medien als Umwelt: Environmental turn der Medienpädagogik	267
Allgemeiner Literaturnachweis	275
Bibliografie Christian Doelker	279
Sachregister	291
Über den Autor und die Herausgeber	296