

Inhalt

<u>1. Anlaß und Absicht</u>	1
<u>2. Curriculumtheorie und Fachdidaktik</u>	5
2.1. Einleitung	5
2.1.1. Der Weg von der Lehrplantheorie zur Curriculumforschung.....	6
2.1.1.1. Erste Entwürfe: Wenigers Lehrplantheorie.....	6
2.1.1.2. Kritik an Wenigers Lehrplantheorie.....	7
2.1.1.3. Eine Weiterentwicklung: Klafkis "Didaktische Analyse als Kern der Unterrichtsvorbereitung".....	7
2.1.1.4. Frischer Wind: Robinsohns Gesamtrevision traditioneller Lehrpläne.....	9
2.1.2. Die wichtigsten Ansätze der Curriculumforschung: das Wissenschafts-, Situations- und Persönlichkeitsprinzip.....	10
2.2. Wissenschaftsprinzip in der Curriculumtheorie	11
2.2.1. Disziplinorientierte Ansätze: Verwissenschaftlichung aller Lebensbereiche.....	11
2.2.1.1. Bruner: Struktur der Wissenschaft vermitteln.....	12
2.2.2. Disziplinkritische Ansätze.....	13
2.2.2.1. Der Strukturgitteransatz.....	13
2.2.2.1.1. Strategie der fachdidaktischen Curriculumentwicklung.....	14
2.2.2.1.2. Ein Beispiel: Strukturgitter für das Fach Arbeitslehre von Blankertz/Groth.....	17
2.2.2.1.3. Kritik an Blankertz/Groths Entwurf und Kells Weiterentwicklung zum Kreislaufmodell.....	18
2.2.2.1.4. Ein zweites Beispiel: das politisch-ökonomische Curriculum von Kutscha.....	22
2.2.2.2. Dauenhauers Stoffstrukturen.....	25
2.2.2.2.1. Empirische Elemente zur Erstellung und Erprobung eines Wirtschaftscurriculums.....	26
2.2.2.2.2. Von den Stoffstrukturen zum Lernmodell.....	26
2.2.2.2.3. Modell der vier Lernebenen.....	29
2.2.3. Krubers Grundstrukturen der Wirtschaft.....	30
2.3. Das Situationsprinzip in der Curriculumtheorie	32
2.3.1. Robinsohns Vorschlag zur Gesamtrevision des Curriculums.....	32
2.3.1.1. Der Ansatz fällt auf fruchtbaren Boden.....	32

2.3.1.2. Aufgaben und Voraussetzungen der Curriculumrevision.....	34
2.3.1.3. Das Modell zur Revision des Curriculums.....	35
2.3.2. Zabecks antizipierende Didaktik.....	37
2.3.2.1. Kritik an kulturpädagogisch didaktischen Konzeptionen der kaufmännischen Berufserziehung.....	37
2.3.2.2. Forderung nach anthropologischer Wende.....	38
2.3.2.3. Entwurf einer antizipierenden Didaktik.....	39
2.3.3. Das situationskritische Curriculumkonzept von Reetz.....	40
2.3.3.1. Notwendigkeit einer wirtschaftsberuflichen Curriculum-Entwicklung.....	40
2.3.3.2. Strategisches Konzept für die Curriculum-Entwicklung.....	40
2.3.3.3. Relevanzproblem in der Curriculum-Entwicklung.....	41
2.3.3.4. Curriculare Innovationen.....	43
2.3.3.4.1. Strategie der situativen Transformation.....	44
2.3.3.4.2. Strategie des aktiven Lernens.....	44
2.3.4. Klipperts problemorientierte Wirtschaftsdidaktik.....	45
2.3.4.1. Der Objektbereich Wirtschaft.....	45
2.3.4.2. Didaktische Grundaxiome Klipperts.....	45
2.3.4.3. Wirtschaftlich-soziale Legitimationsprobleme.....	46
2.3.4.4. Entwurf einer Matrix.....	47
2.3.4.4.1. Vertikale Matrixachse: die Bedürfnisse.....	47
2.3.4.4.2. Horizontale Matrixachse: die wirtschaftlich-soziale Realität.....	48
2.3.4.4.3. Matrixfelder und Legitimationsprobleme.....	48
2.3.5. Entscheidungstheoretische Ansätze.....	52
2.3.5.1. Konstanzer Projekt: Lernzielorientierte Tests (LOT).....	52
2.3.5.2. Entscheidungstheoretische Ansätze in der Unterrichtsgestaltung.....	54
2.4. Persönlichkeitsprinzip in der Curriculumtheorie.....	55
2.4.1. Kaminskis "komplexe Handlungsfelder".....	55
2.4.1.1. Curriculumentwicklung: Betroffene einbeziehen.....	55
2.4.1.2. Ansatzpunkt für Unterrichtsmodell: mehrperspektivischer Unterricht.....	58
2.4.1.3. Matrix: Rekonstruktionsfelder und didaktische Erwartungen.....	58
2.4.2. Auf der Suche nach curricularen Auswahlkriterien: Hennings multifunktionale Matrix.....	62
2.4.2.1. Hennings Kritik bestehender Ansätze.....	63

2.4.2.2. Konstruktion einer multifunktionalen Entscheidungs- und Lernmatrix.....	64
2.4.2.2.1. Erste Funktionsebene: Alltagsinterpretationen.....	65
2.4.2.2.2. Zweite Funktionsebene: politische Relevanz ökonomischer Unterrichtsinhalte.....	67
2.4.2.2.3. Dritte Funktionsebene: interaktionsbezogene Zusammenhänge.....	69
2.4.2.3. Die multifunktionale Matrix als curriculares Auswahlkriterium: Inhalte auswählen und verändern.....	73
2.4.3. Deckers Didaktik einer allgemeinen Wirtschaftslehre.....	74
2.4.3.1. Notwendigkeit einer Didaktik.....	74
2.4.3.2. Didaktische Konzeption: drei Zielkomponenten.....	75
2.4.3.3. Wirtschaftsdidaktische Grundkategorien.....	76
2.4.3.4. Didaktische Auswahlprinzipien.....	78
2.5. Neuwegs Weg zur ökonomischen Bildung.....	79
2.5.1. Leistungen und Grenzen der Situations- und Persönlichkeitsorientierung.....	79
2.5.2. Innovationsparadigma: das Problemprinzip.....	81
2.5.3. Paradigma der Wissenschaftsorientierung.....	82
2.5.4. Didaktische Reduktionslenkung.....	82
2.5.5. Strategieempfehlungen zur Didaktischen Reduktionslenkung.....	84
2.5.5.1. Zwei Grundregeln zum Situations- und Problemprinzip.....	84
2.5.5.2. Methodische Empfehlung: Exemplarisches Prinzip.....	84
2.5.5.3. Integrationsstrategien anwenden.....	85
2.5.5.4. Auf Additionsstrategie ausweichen.....	86
2.5.5.5. Primat der reinen Information.....	86
2.5.5.6. Prozeßbezogene Normen akzentuieren.....	86
2.5.5.7. Metastrategien einsetzen.....	87
2.5.5.8. Unterdrückungsstrategien nutzen.....	87
2.5.5.9. Sequenzierungsstrategien.....	88
2.6. Kritik der wirtschaftsdidaktischen Ansätze.....	88
2.6.1. Auf der Suche nach einem Analyseraster.....	88
2.6.2. Erkenntnistheoretisches Instrument: der Gesellschaftliche Implikationszusammenhang.....	89
2.6.3. Kritik der situationsorientierten Ansätze.....	91
2.6.3.1. Ausgangspunkt der Analyse: Verkehrsformen.....	91

2.6.3.2. Relationen im Gesellschaftlichen Implikationszusammenhang.....	97
2.6.3.3. Berücksichtigung des Individuellen Lebenszusammenhangs.....	98
2.6.4. Kritik der wissenschaftsorientierten und disziplin-kritischen Ansätze.....	99
2.6.4.1. Ausgangspunkt der Analyse: die Verkehrsformen.....	100
2.6.4.2. Relationen im Gesellschaftlichen Implikationszusammenhang.....	101
2.6.4.3. Berücksichtigung des Individuellen Lebenszusammenhangs.....	102
2.6.5. Kritik der am Persönlichkeitsprinzip orientierten Ansätze.....	103
2.6.5.1. Ausgangspunkt der Analyse: die Verkehrsformen.....	103
2.6.5.2. Relationen im Gesellschaftlichen Implikationszusammenhang.....	106
2.6.5.3. Berücksichtigung des Individuellen Lebenszusammenhangs.....	107
2.6.6. Kritik an Neuwegs Ansatz.....	109
2.6.6.1. Ausgangspunkt der Analyse: die Verkehrsformen.....	109
2.6.6.2. Relationen im Gesellschaftlichen Implikationszusammenhang.....	110
2.6.6.3. Berücksichtigung des Individuellen Lebenszusammenhangs.....	110
2.7. Zusammenfassung und Ergebnis der Analyse der wirtschaftsdidaktischen Entwürfe.....	111
<u>3. Medienpädagogik.....</u>	113
3.1. Einleitung.....	113
3.1.1. Zugriff über Medienpädagogik.....	113
3.1.2. Begriffliche Klärung: Medienpädagogik.....	113
3.1.3. Medienpädagogische Entwicklungsströmungen: ein Überblick.....	117
3.1.3.1. Medienpädagogik als System bewahrpädagogisch-jugendschützerischer Freizeitkontrolle.....	118
3.1.3.2. Einsatz von Medien im Unterricht.....	118
3.1.3.3. Aufklärerische Analyse und Kritik der Medienindustrie.....	118
3.1.3.4. Anleitung zur praktischen, alternativen Medienarbeit.....	119
3.1.3.5. Handlungsorientierte Medienpädagogik.....	119
3.1.3.6. Zielorientierung "Medienkompetenz".....	120
3.2. Geschichte der Medienpädagogik.....	121
3.2.1. Die ersten Ansätze bis 1945.....	121
3.2.1.1. Zeitung im Unterricht.....	121
3.2.1.2. "Schmutz und Schund" in Literatur und Kino: Medienpädagogik als Bewahrpädagogik.....	122
3.2.1.3. Zensur und Jugendschutzgesetze als Kontrollinstrumente.....	123
3.2.1.4. Kinoreformbewegung und Schulfilmbewegung.....	124

3.2.1.5 Neues Massenmedium Rundfunk: die Entrüstung bleibt aus.....	125
3.2.1.6 Nationalsozialistische Medienpädagogik.....	127
3.2.2. Medienerziehung nach 1945: die Wiederentdeckung der Bewahrpädagogik.....	128
3.2.2.1. Neue Impulse für die Medienpädagogik: Martin Keilhacker.....	130
3.2.2.2. Zwei Säulen der Filmerziehung: Jugendfilm- veranstaltungen und Filmgespräch.....	133
3.2.2.3. Einflußreicher Arbeitskreis und medienpädagogische Praxis.....	134
3.2.2.4. Von der Filmerziehung zur Fernsehpädagogik.....	135
3.2.3. Neue Ansätze in der Medienpädagogik.....	136
3.2.3.1. Von der Bewahrpädagogik zum kritischen Rezipienten.....	136
3.2.3.2. Bildungseuphorie: Nutzung der Medien für Lehr- und Lernzwecke.....	137
3.2.3.3. Medienpädagogik als Ideologiekritik.....	138
3.2.3.4. Gesellschaftskritische Medienpädagogik: vom Konsument zum Produzent.....	140
3.2.3.5. Handlungsorientierte Medienpädagogik.....	143
3.2.3.5.1. Grundbegriffe: Kommunikation, Handeln, Wahrnehmung, Kompetenz.....	144
3.2.3.5.2. Lernzielbereiche handlungsorientierter Medienpädagogik.....	145
3.2.3.6. Medienkompetenz als Zielorientierung.....	146
3.2.3.6.1. Weitreichende Bedeutung des Ansatzes.....	149
3.2.3.6.2. Zuständigkeitsraum der Medienpädagogik.....	150
3.3. Medienpädagogik und Medienwirkung.....	150
3.3.1. Neil Postman: elektronische Medien als Bedrohung der Kindheit.....	151
3.3.2. Postmans Forderung: Kinder vor Medien bewahren.....	152
3.3.3. Einen Schritt weiter: das Ende der Erziehung.....	153
3.4. Medienpädagogik und neue Medientechnologie: Multimedia, Neue Medien und Internet.....	155
3.4.1. Definition der Schlagworte.....	155
3.4.2. Verbindung rund um die Welt: Datennetze.....	157
3.4.2.1. Der Zugang zum Netz.....	157
3.4.2.2. Die Geschichte des Internets.....	158
3.4.2.3. Nutzer des Internets.....	159
3.4.3. Virtuelle Realität: Medientechnologie in den Kinderschuhen.....	161
3.4.4. Der Medienmarkt.....	162
3.4.4.1. Konzentrationsprozesse und strategische Kooperationen.....	163

3.4.4.2. Kommerzialisierung der Medien.....	165
3.4.5. Diskussion um Multimedia.....	166
3.4.5.1. Via Datenautobahn in eine demokratischere Welt.....	166
3.4.5.2. Kommerz und tiefere Wissenskluft.....	167
3.4.6. Bildung und Lernen im Netz.....	169
3.4.6.1. Projekte multimedialen Lernens.....	169
3.4.6.2. Die Aufgaben der Medienpädagogen.....	170
3.4.6.3. Das Neue am Medium Internet.....	171
3.4.6.3.1. Sequentielle anstelle von linearen Strukturen.....	172
3.5. Zusammenfassung.....	174
<u>4. Theoretischer und praktischer Wirtschaftsjournalismus.....</u>	<u>175</u>
4.1. Einleitung.....	175
4.2. Theoretischer Wirtschaftsjournalismus.....	176
4.2.1. Publikationen zum Thema Wirtschaftsjournalismus.....	176
4.2.1.1. Ratgeber-Literatur.....	176
4.2.1.1.1. So nutzt man den Wirtschaftsteil einer Tageszeitung.....	177
4.2.1.1.2. Wirtschaftsnachrichten erklärt und entschlüsselt.....	177
4.2.1.1.3. Nachschlagewerke von Rath.....	178
4.2.1.2. Der Wirtschaftsteil der Tageszeitung.....	178
4.2.1.3. Untersuchungen über Wirtschaftssendungen im Fernsehen.....	179
4.2.1.3.1. Friedrichsen: Wirtschaft im Fernsehen.....	179
4.2.1.3.2. Hamm/Koller: Sehen und Verstehen.....	184
4.2.1.3.3. Marcic: Der Arbeitsmarkt in den Wirtschafts magazinen "Plusminus" und "WISO".....	186
4.2.1.3.4. Heinrich/Telgheder: Wirtschaftsberichterstattung im Fernsehen und Hörfunk.....	189
4.2.1.3.5. Klein/Meißner: Bedeutung, Verständlichkeit und Wirkung ökonomischer Begriffe bei jungen Erwachsenen als Fernsehzuschauer.....	192
4.2.1.4. Untersuchungen zur Wirtschaftsberichterstattung in Printmedien.....	196
4.2.1.4.1. Schröter: Qualität und Journalismus.....	196
4.2.1.4.2. Heinrich: Wirtschaftsberichterstattung in lokalen und regionalen Tageszeitungen.....	203

4.2.1.4.3. Kraft/Dreyer: Untersuchung über den Nutzen von Wirtschaftsinformationen in Tageszeitungen.....	204
4.2.2. Über die Auswahl von Nachrichten: Selektionsforschung.....	206
4.2.2.1. Gatekeeper-Forschung: Journalisten als passive Informationsmittler.....	206
4.2.2.2. "New Bias"-Forschung: Journalisten als subjektive Transformatoren.....	207
4.2.2.3. Nachrichtenwert-Theorie: Nachrichtenfaktoren bestimmen die Selektion.....	207
4.2.2.3.1. Amerikanische Forschungstradition: Sechs-Kriterien-Katalog.....	207
4.2.2.3.2. Europäische Forschungstradition: Østgaards Entwurf.....	208
4.2.2.3.3. Weiterentwicklung von Galtung und Ruge.....	209
4.2.2.3.4. Methodologische Kritik Rosengrens.....	210
4.2.2.3.5. Ansatz von Schulz: Nachrichtenfaktoren als Hypothese über journalistische Realität.....	210
4.2.2.4. Staabs Kritik am Kausalmodell der Nachrichtenwert- Theorie.....	211
4.2.2.4.1. Finalmodell in der Nachrichtenauswahl: Instrumentelle Aktualisierung.....	212
4.2.2.4.2. Integration des Finalmodells der Nachrichten- auswahl und des Nachrichtenwertkonzeptes.....	213
4.2.2.4.3. Ergebnis Staabs empirischer Studie: apolitisches Kausalmodell ergänzen.....	214
4.2.3. Rezipientenorientierte Wirtschaftsberichterstattung.....	215
4.2.3.1. Heinrichs Entwurf einer rezipientenorientierten Wirtschaftsberichterstattung.....	215
4.2.3.1.1. Definition Wirtschaftsjournalismus.....	215
4.2.3.1.2. Funktion journalistischer Aussagenproduktionen.....	216
4.2.3.1.3. Besonderheiten des Ressorts Wirtschaft.....	216
4.2.3.1.4. Konsequenzen einer rezipientenorientierten Wirtschaftsberichterstattung.....	217
4.2.3.1.5. Konzeption der Wirtschaftsberichterstattung.....	217
4.2.3.1.6. Recherefeld der Wirtschaftsberichterstattung.....	218
4.2.3.1.7. Nachrichtenauswahl.....	218
4.2.3.1.8. Darstellungsformen: Genrewahl und Gestaltung.....	219
4.2.3.1.9. Reduktion von Komplexität.....	220
4.2.4. Leistungen und Kritik des theoretischen Wirtschaftsjournalismus.....	220

4.3. Praktischer Wirtschaftsjournalismus.....	224
4.3.1. Wirtschaft im Fernsehen.....	224
4.3.1.1. Private und öffentlich-rechtliche Sender: Programmstrukturentwicklungen im Rückblick.....	224
4.3.1.2. Nur eine Randerscheinung: Wirtschaftssendungen im TV.....	225
4.3.1.3. Immer mehr Anbieter: neue Wirtschaftskanäle.....	226
4.3.1.4. Vermittlungsprobleme des Fernsehens.....	228
4.3.2. Wirtschaft in Tageszeitungen.....	228
4.3.2.1. Die immergleiche Kritik am Wirtschaftsteil der Tageszeitungen.....	228
4.3.2.2. Vom Nutzen des Wirtschaftsteils.....	230
4.3.3. Wirtschaft in Printmagazinen.....	230
4.3.3.1. Der Boom der Wirtschaftsmagazine.....	230
4.3.3.2. Geeignete Untersuchungsobjekte.....	231
4.3.3.3. Methode und Titelauswahl.....	231
4.3.3.4. Zeitschriftenprofile ausgewählter Wirtschaftsmagazine.....	232
4.3.3.4.1. Capital.....	232
4.3.3.4.2. DM.....	234
4.3.3.4.3. Wirtschaftswoche.....	235
4.3.3.4.4. Manager Magazin.....	236
4.3.3.4.5. Börse online.....	238
4.3.3.4.6. Guter Rat!.....	240
4.3.3.4.7. Plus.....	241
4.3.3.4.8. BiZZ.....	243
4.3.3.4.9. Econy.....	245
4.3.3.5. Synopse: Trends und organisierende Prinzipien.....	247
4.3.3.6. Leistungen des praktischen Wirtschaftsjournalismus für die Wirtschaftsdidaktik.....	252
5. Exkurs: Journalismus und Ethik.....	253
5.1. Einleitung: Verrechtlichung, Individualethik und Organisationsethik des Journalismus.....	253
5.2. Verrechtlichung des Journalismus.....	255
5.2.1. Grundlage der Medienarbeit: die Rechtsquellen.....	255
5.2.2. Rechtlich festgeschrieben: die öffentliche Aufgabe der Presse.....	257

5.2.3. Schranken der Medienfreiheit.....	257
5.2.4. Die Wirkungsweise des Rechts ist umstritten.....	258
5.3. Individualethik des Journalismus.....	260
5.3.1. Boventers Entwurf.....	260
5.3.2. Zentrale Kategorien: Freiheit, Verantwortung und personale Selbstverpflichtung.....	260
5.3.3. Kluft zwischen Sollen und Sein.....	261
5.4. Selbstkontrolle der Presse.....	263
5.4.1. Berufsverbände formulieren Pressekodizes.....	263
5.4.2. Der deutsche Presserat.....	263
5.4.3. Beschwerden beim Presserat.....	264
5.4.5. Krise und Neubeginn des Deutschen Presserates.....	264
5.4.6. Umstrittene Leistungsfähigkeit des Deutschen Presserates.....	265
5.5. Organisationsethischer Ansatz.....	266
5.5.1. Saxer/ Rühls Abkehr von der Personalisierung.....	266
5.5.2. Systemtheoretische Axiome des Entwurfes.....	267
5.6. Leistungen journalistischer Ethik.....	269
<u>6. Gesamtzusammenfassung der Dissertation.....</u>	<u>270</u>
<u>7. Anhang: Tabellen.....</u>	<u>274</u>
<u>8. Literaturverzeichnis.....</u>	<u>287</u>