

Michael C. Hermann: Telekratie und Medienpädagogik

Beitrag aus Heft »2009/05: Medienpädagogik international«

Telekratie bezeichnet in der Politik- und Medienwissenschaft die Tendenz, dass politische Diskussionen, Kommunikationen und Entscheidungen in modernen Demokratien zunehmend von den Massenmedien geprägt sind. Dies ist etwa in der Wahlkampfzeit zu beobachten, da sich der Wahlkampf mehr und mehr zu einem medialen Ereignis entwickelt. Ob und wie die aktuelle Form des Wahlkampfes auf Heranwachsende wirkt und die Konsequenzen, die daraus gegebenenfalls für die Medienpädagogik gezogen werden müssen, werden hier dargestellt.

Literatur: Beck, Ulrich (1997). Kinder der Freiheit. Wider das Lamento über den Werteverfall. In: Beck, Ulrich (Hrsg.): Kinder der Freiheit. Frankfurt/Main: Suhrkamp. Brettschneider, Frank (2002). Kanzlerkandidaten im Fernsehen. Häufigkeit, Tendenz, Schwerpunkte. In: Media Perspektiven, Jg. 2002, H. 6, S. 263-276. Emmerich, Andreas (1984). Nachrichtenfaktoren: Die Bausteine der Sensationen. Eine empirische Studie zur Theorie der Nachrichtenauswahl in den Rundfunk- und Zeitungsredaktionen. Saarbrücken: Verlag der Reihe. Feist, Ursula/Hoffmann, Hans-Jürgen (1999). Die Bundestagswahl 1998. Wahl des Wechsels. In: Zeitschrift für Parlamentsfragen, Jg. 1999, H. 2, S. 215-251. Festinger, Leon (1962). A Theory of Cognitive Dissonance. Stanford, CA: Stanford University Press. Früh, Werner (Hrsg.) (1991). Medienwirkungen. Das dynamisch-transaktionale Modell. Opladen: Westdeutscher Verlag. Galtung, Johan/Ruge, Mari Holmboe (1965): The Structure of Foreign News. The Presentation of the Congo, Cuba, Cyprus Crisis in Four Norwegian Newspapers. In: Journal of Peace Research, 2. Jg. (1965), S. 65-91. Glotz, Peter (1996). Politisches Wrestling – Eine Schlachtbeschreibung. In: Bertelsmann-Stiftung (Hrsg.), Politik überzeugend vermitteln. Wahlkampfstrategien in Deutschland und den USA. Analysen und Bewertungen von Politikern, Journalisten und Experten. Gütersloh: Bertelsmann-Stiftung, S. 25-32. Hermann, Michael C. (1996). Jugendgemeinderäte in Baden-Württemberg. Eine interdisziplinäre Evaluation. Pfaffenweiler: Centaurus-Verlag. Hermann, Michael C. (2009a). Politische Weltbilder Jugendlicher in der Mediendemokratie. Eine interdisziplinäre Modellbildung am Beispiel von Wahlkampfkommunikation. Bad Heilbrunn. Hermann, Michael (2009b). Wie werden politische Weltbilder Jugendlicher konstruiert? Zur Weiterentwicklung einer Theorie politischer Sozialisation. In: Deutsche Jugend 57. Jg. (2009) Heft 2, S. 61-66. Oerter, Rolf (1997). Psychologische Aspekte: Können Jugendliche politisch mitbestimmen? In: Palentien, Christian/Hurrelmann, Klaus (Hrsg.), Jugend und Politik. Ein Handbuch für Forschung, Lehre und Praxis. Neuwied: Luchterhand, S. 32-46. Radunski, Peter (1996). Politisches Kommunikationsmanagement. Die Amerikanisierung der Wahlkämpfe. In: Bertelsmann-Stiftung (Hrsg.), Politik überzeugend vermitteln. Wahlkampfstrategien in Deutschland und den USA. Analysen und Bewertungen von Politikern, Journalisten und Experten. Gütersloh: Bertelsmann-Stiftung, S. 33-52. Schulz, Winfried (1998). Wahlkampf unter Vielkanalbedingungen. Kampagnenmanagement, Informationsnutzung und Wählerverhalten. In: Media Perspektiven, Jg. 1998, H. 8, S. 378-391.