Klaus Neumann / Michael Charlton (Hrsg.)

Spracherwerb und Mediengebrauch

gnv Gunter Narr Verlag Tübingen

Inhaltsverzeichnis

I Zur Einleitung 7

II Theorie der Medienrezeption

Hans-Jürgen Weiß

Kommunikationswissenschaftliche Modelle der Mediennutzung und der Medienwirkungen 17

Klaus Neumann und Michael Charlton

Subjekt- und handlungstheoretische Rezeptionsmodelle 29

Ernest W. B. Hess-Lüttich

Textproduktion und Textrezeption. Ein dialoganalytisches Modell 45

III Sprachentwicklung, Medienkompetenz und Sozialisation

Heidi Keller

Sozial-emotionale Entwicklung im Kleinkindalter: Mechanismen und Prozesse 69

Hannelore Grimm

Über den Einfluß der Umweltsprache auf die kindliche Sprachentwicklung 99

Rosemarie Tracy

Zur Komplexität der Erwerbsaufgabe – eine Herausforderung aus linguistischer Perspektive 113

Bernd Weidenmann

Muß man Bilder lesen lernen? Empirische Untersuchungen zur Visual-Literacy-Kontroverse 133

Karin Böhme-Dürr

Die Rolle der Massenmedien im Spracherwerb 149

Bettina Hurrelmann

Familiale Voraussetzungen des Fernsehens und des Lesen von Kindern – eine interaktionistische Perspektive auf die Mediensozialisation 169

IV Forschungsmethoden

Stefan Aufenanger

Familiendynamische Aspekte als „sinnlogische Determinanten" kindlicher Rezeptionsweisen von Fernsehsendungen 195

Stefan Müller-Doohm

Aspekte einer kultursoziologischen Bildhermeneutik 205

Manfred Muckenhaupt

Kommunikationsgeschichte und Medienrealität. Der Umgang mit sprachlichen und bildlichen Quellen als Prüfstein für journalistische Qualität 221