

GERHARD SCHWEPPENHÄUSER

Bibliothek  
für Designer

**MEDIEN:  
THEORIE UND  
GESCHICHTE  
FÜR DESIGNER**

avedition

11	<b>Zum Buch</b>
	—
13	<b>Was leisten Medien?</b>
14	<b>x Grundlegendes</b>
16	<b>x Archäologie, Funktion und Zeichenstatus der Schrift</b>
16	Frühe Schriftsysteme
19	Buchungstafeln und Eigenzeichen
23	<b>x Die »Gutenberg- oder Feng-Tao-Galaxis«</b>
23	Wissen festhalten und sammeln
25	Papier und Buchdruck
27	Entfaltung der Lesekultur
29	Industrialisierung und Volksbildung
32	Lesen im 21. Jahrhundert
34	<b>x Fotografie</b>
34	Ein Medium ohne Filter?
35	Distanzierung von Objekt und Zentralperspektive
37	Bild, Raum und Wahrnehmung
38	Massenmedium Fotografie
39	Philosophie der Fotografie

43	<b>x Film</b>
44	Bildtypen in Bewegung
47	»Filmischer« und »kinematografischer« Code
50	»Realistischer« und »phantastischer« Film
52	Ästhetik des Realismus
53	Das Unheimliche – gemischte Gefühle
54	Zurück in die Zukunft
56	<b>x Fernsehen</b>
56	Fernsehen im Alltag
59	Zur Kritik des Fernsehens
61	Exkurs: Medienwirkungsforschung zur Gewalt in den Bildmedien
65	Medien-, Kultur- und Gesellschaftskritik des Fernsehens
69	<b>x »Hypertext« und »Interconnected Networks«</b>
69	Computer und Internet als »Metamedien«
71	Vom Hypertext zum Ethernet
75	Revolution Internet
79	Techniken der Orientierung
82	Chancen und Gefahren

---

85	<b>Was leisten Medientheorien?</b>
86	<b>x Der Standpunkt der Medientheorie</b>
86	Das Schaufenster als Gleichnis
87	Wahrnehmbarmachung und Verschwinden
90	<b>x Definitionen: Was sind Medien?</b>
90	Negative Beschreibung
91	Klassische Definition
92	Enger und weiter Medienbegriff
95	Starker und schwacher Medienbegriff
96	Primäre, sekundäre und tertiäre Medien
96	Medienfunktionen
98	<b>x Systematische Beschreibungsweisen der Medien</b>
98	Körperextensionen
98	Kommunikation und Technik
98	Speicher- und Übertragungsmedien
99	Fixierungs-, Übermittlungs- und Verbreitungsinstrumente
99	Das Riepl'sche Gesetz
100	Interaktionskoordinatoren
100	Die Laswell-Formel

101	Mediatisierte Kommunikation
102	Reziproke, unilaterale und multilaterale Kommunikation
102	Unwahrscheinlichkeitsverstärker
103	Neutrale Instrumente vs. gestaltete Formate
104	Symbolisch generalisierte Medien
104	Medien als Kommunikationsverhinderer
106	Mediensemiotik
109	<b>x Nachrichtentechnik und Medientheorie: zwei polare Ansätze</b>
109	Nachrichtentechnik
113	Der medientheoretische Ansatz
116	<b>x Die medienanthropologische Perspektive</b>
116	Simulation und Realität
116	Sinnliche Unilateralität
118	<b>x Materialistische Medientheorie</b>
<hr/>	
121	<b>Anhang</b>
122	<b>x Eine kleine Typologie der Medientheorie</b>
124	<b>x Endnoten</b>
139	<b>x Für Ihre Notizen</b>