

Inhaltsverzeichnis

0.	Anstelle einer Problemeinführung	1
1.0.	Weiterbildungsbereich und Volkshochschule	2
2.0.	Öffentlichkeitsarbeit (Public Relations)	10
3.0.	Öffentlichkeitsarbeit der Volkshochschulen	14
3.1.	Die örtliche Ebene	19
3.1.1.	Die Volkshochschule Goesfeld	21
3.1.1.1.	Vorinformation	21
3.1.1.2.	Public Relations-Maßnahmen	24
3.1.2.	Die Volkshochschule Bochum	42
3.1.2.1.	Vorinformation	42
3.1.2.2.	Public Relations-Maßnahmen	46
3.2.	Die Verbandsebene	65
3.2.1.	Der Landesverband der Volkshochschulen von Nordrhein-Westfalen	67
3.2.1.1.	Vorinformation	67
3.2.1.2.	Public Relations-Maßnahmen	69
3.2.2.	Der Deutsche Volkshochschul-Verband	84
3.2.2.1.	Vorinformation	84
3.2.2.2.	Public Relations-Maßnahmen	86
4.0.	Zusammenfassung der Ergebnisse	103
5.0.	Massenkommunikation als Gegenstand von Weiter- bildungsveranstaltungen nordrhein-westfäli- scher Volkshochschulen	109
5.1.	Zielsetzung und Inhalt der Untersuchung	109
5.2.	Bemerkungen zur Literaturlage	113
5.3.	Begriffsklärung und Aufgabe von Medienkunde, Medienpädagogik und Medienerziehung	116
5.4.	Zusammenfassende Begründung für die Notwendig- keit einer Medienerziehung in der Weiterbildung	121

6.0.	Medien als Unterrichtsgegenstand an nordrhein-westfälischen Volkshochschulen	123
6.1.	Vorbemerkungen zur Methode und zu den Auswahlkriterien	123
6.2.	Untersuchungszeitraum, Stichprobenumfang und Zusammensetzung der Stichprobe	126
6.3.	Strukturierung der Stichprobe nach Ortsgrößen	130
6.4.	Voruntersuchung und Arbeitshypothesen	131
7.0.	Ergebnisse der Analyse von Arbeitsplänen	134
7.1.	Quantitativer Überblick über die Gesamtheit der Veranstaltungen	134
7.1.1.	Verteilung des Veranstaltungsangebotes nach Ortsgrößen	136
7.1.2.	Die hauptberuflichen Tätigkeiten der Dozenten	141
7.2.	Die Veranstaltungsformen	145
7.3.	Zur inhaltlichen Differenzierung der Veranstaltungen	148
7.4.	Kategorisierung der Veranstaltungen nach inhaltlichen Gesichtspunkten	152
7.4.1.	Produktionsbezogene Veranstaltungen	155
7.4.2.	Funktionsbezogene Veranstaltungen	159
7.4.3.	Rezipientenbezogene Veranstaltungen	164
7.4.4.	Aussagenbezogene Veranstaltungen	169
7.4.5.	Quantitative Verteilung der Veranstaltungen nach inhaltlichen Kriterien	173
7.5.	Inhaltliche Kategorien nach den Vorschlägen des Deutschen Volkshochschulverbandes	175
7.6.	Lernziele von Veranstaltungen zur Massenkommunikation	180
7.7.	Exkurs: Stereotypisierungen zur Massenkommunikation in den Arbeitsplänen von Volkshochschulen	189
7.8.	Zusammenfassung der Ergebnisse	196

8.0.	Folgerungen und Empfehlungen für die zukünftige Behandlung von Massenkommunikation als Unterrichtsgegenstand in Veranstaltungen der Weiterbildung	199
8.1.	Massenkommunikation als Sonderfall kommunikativer Prozesse	201
8.2.	Von der Medienerziehung zur Kommunikationslehre	202
8.3.	Vorschläge zum Unterrichtsfeld Kommunikationslehre im Rahmen der Weiterbildung	204

A N H A N G

A.	Statistiken:	
	Überblick über die VHS-Aktivitäten 1974	214
	Medienveranstaltungen im VHS-Bereich 1965-1974	227
	Publizistische Veranstaltungen der VHSn im Jahre 1967	228
B.	Texte:	
	Zu wenig Öffentlichkeitsarbeit für die VHSn	229
	VHS-Werbung noch weithin unsystematisch	230
	VHS verkauft sich schlecht	231
	Keine Angst vor Kritik	231
	Psychologische Fragestellungen im VHS-Angebot 1973	232
	Fernsehwirkung und Erwachsenenbildung	236
	Arbeitsplan der Volkshochschule	238
	Von der Programmschrift zur Orientierungshilfe	239
	Der Arbeitsplan - ein Werbemittel	240
	Einheitliche Arbeitspläne für alle VHSn?	243
	Der nächste Arbeitsplan kommt bestimmt	244
	Wen erreicht man mit Gesamtverzeichnissen?	245
	Verantwortlich für die Öffentlichkeitsarbeit	246
	Mehr Autonomie in der Öffentlichkeitsarbeit	248
	Wünsche der Presse an die VHS	249
	Öffentlichkeitsarbeit der Landesverbände	251
	Untersuchung zur Medienpädagogik der VHSn	253
	Stellung und Aufgabe der VHS - 1966 und 1976	255
	Veränderungen im Angebot der VHSn	257
	Quantitatives Wachstum wichtiger als Ausgewogenheit des Programms	259
	Neue Schichten ansprechen heißt: neue Programme entwickeln	260
	Die Angebotsstruktur pluraler Weiterbildung	261
	Regionale Unterschiede im VHS-Angebot	262
C.	Verzeichnis der in der Analyse berücksichtigten VHSn	264
D.	Literaturverzeichnis	266