

INHALT

Vorwort 9

I. Begriffserklärung 13

1. Kommunikation 13

2. Masse 13

3. Massenkommunikation 14

4. Massenkommunikationsmittel ~~16~~

Aufgaben 17

Literatur 18

Bibliographie 18

Zeitschriften 19

II. Multivalenz der Massenkommunikationsmittel 20

1. Werte und Werterleben 22

 a) Vielfalt der Werte 22

 b) Identifikation durch Projektion und Introjektion 23

 c) Multivalente ~~Wirkmöglichkeit~~ ~~24~~

 d) Das Medium ist die Botschaft – das Medium ist Massage 29

 e) Wertchaos 31

 f) Unterwertige Aussagen 32

 g) Unterwertige Leitbilder, falsches Menschen- und Weltbild 35

2. Dialog 38

 a) Förderung des Dialogs 39

 b) Behinderung des Dialogs 40

3. Geborgenheit 42

 a) Vermitteln von Geborgenheit 42

 b) Ersatz für Geborgenheit 42

 c) Verlust an Geborgenheit 43

4. Weite 44

 a) Öffnung 44

 b) Grenzen 45

 c) Überangebot – Pseudo-Weite 50

5. Sex and Crime 54

 a) Liebe, Eros, Sexualität 54

 b) Aggression ~~55~~

 c) Kontrolle und Jugendschutz 57

6. Erzieherische Aufgaben	60
a) Voraussetzungen beim Erzieher	61
b) Die eigentlichen Aufgaben der Erziehung im Prägungsfeld der Massenkommunikationsmittel	62
c) Vermeiden von Fehlhaltungen	64
Aufgaben	66
Literatur	69
<i>III. Buch und Presse</i>	74
1. Zeitung, Zeitschrift, Buch	74
a) Zeitung	74
b) Zeitschrift	75
c) Buch	79
2. Unterwertige Literatur	80
a) Comics	81
b) Boulevardpresse	82
3. Jugend und Presse	83
a) Nachfrage und Angebot	83
b) Wirkungen der Lektüre unterwertiger Druckerzeugnisse auf die Kinder und Pubertierenden	87
4. Buch- und Presseerziehung	89
a) Erziehung mit Hilfe von Buch und Presse	89
b) Erziehung zu Buch und Presse hin	91
Aufgaben	94
Literatur	96
<i>IV. Hörfunk, Schallplatte</i>	100
1. Radio und Alltag	100
2. Das Radio und die Jugendlichen	101
3. Musik bei der Arbeit	102
a) Multivalenz	102
b) Schularbeiten bei Radiobegleitung	103
4. Schallplatte	104
5. Schlager und Pop-Musik	105
a) Begriffserklärung	105
b) Jugend und Schlager	107
6. Erziehung im Prägungsfeld akustischer Massenkommunikationsmittel	108
a) Hörerziehung	108
b) Erziehung zum kritischen Hören von Schlagern	109
c) Eigenes Musizieren und aktive Hörspielkunde	110

7. Schulfunk	110
Aufgaben	112
Literatur	114

V. Film 116

1. Der Film, ein modernes Ausdrucksmittel	116
2. Angebot und Nachfrage	117
3. Filmerleben	120
4. Filmerziehung	121
a) Erziehung zum Film	121
b) Erziehung mit Hilfe des Films	122
c) Filmgespräch	123
Aufgaben	124
Literatur	127

VI. Fernsehen 130

1. Das Fernsehen, ein eigenständiges Massenkommunikations- mittel	130
a) Wohnstuben-Effekt	131
b) Pluralismus der Blickrichtungen	131
c) Relative Augen- und Ohrenzeugschaft	131
2. Fernsehgewohnheiten der Kinder und Jugendlichen	133
a) Häufigkeit und Interessen	133
b) Faktoren, welche die Fernsehgewohnheiten beeinflussen	135
c) Tendenz der Kinder, das Erwachsenenprogramm zu sehen	136
3. <u>Multivalente Wirkungen auf Kinder und Jugendliche und auf das Familienleben</u>	136
a) Mögliche Auswirkungen im psycho-physischen Bereich	136
b) Wirkungen auf das Familienleben	137
c) Einfluß auf die Freizeitgestaltung	138
d) Einfluß auf die Schulleistungen	139
4. Fernserziehung	139
a) Erzieherische Notwendigkeiten für die Fernsehfamilie	140
b) Fernserziehung in der Schule	144
5. Schulfernsehen und Fernschule	145
a) Schulfernsehen	146
b) Fernschule	147
Aufgaben	148
Literatur	150

<i>VII. Werbung</i>	153
1. Notwendigkeit, Ziel und Arten	154
2. Werbepsychologische Erkenntnisse	155
a) Methodische Schritte	155
b) Motivforschung	155
c) Mittel	159
d) Geplante Obsoleszenz – Erziehung zum Wegwerfen	160
e) Geschäft mit den Stotterern	161
3. Familie und Schule im Feld der Werbung	161
4. Werbung und Politik	162
5. Grenzen und Gefahren	164
a) Selbstgeschaffene Grenzen	164
b) Ethische Bedenken	164
c) Einordnung der Werbung	166
6. Erziehung zur Werbereife	166
Aufgaben	168
Literatur	170
<i>Zusammenfassung</i>	172
Namenregister	174
Sachregister	179