

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