

# Inhalt

Vorwort . . . . .	9
Zur Einleitung und Zielsetzung . . . . .	10
Teil A:	
<i>Die einzelnen Forschungsbereiche und ihr Kooperationsfeld . .</i>	15
<i>I. Sozialisation – Sozialisationsforschung . . . . .</i>	15
1. Historische Aspekte . . . . .	15
2. Kontroverse Theorienansätze . . . . .	16
3. Stadien und Felder der Sozialisation . . . . .	22
4. Standort der Sozialisationsforschung . . . . .	25
<i>II. Jugendkunde . . . . .</i>	28
1. Entwicklungstendenzen und programmatische Ansätze . .	28
a) William Stern: Jugendkunde als Kulturforderung . . .	32
b) Siegfried Bernfeld: Institut für Psychologie und Soziologie der Jugend . . . . .	34
c) Aloys Fischer: Arbeitsgemeinschaft von Forschungs- instituten für Jugendkunde . . . . .	35
2. Wandlungen im Selbstverständnis der Jugendkunde . . . .	37
3. Jugendkunde als eigenständiger Wissenschaftsbereich . .	41
<i>III. Massenkommunikationsforschung . . . . .</i>	44
1. Historische Aspekte . . . . .	44
a) Die Begründung der Massenkommunikationsforschung in den USA . . . . .	45
b) Die Entwicklung in der Bundesrepublik Deutschland .	46
2. Kommunikationswissenschaft – Publizistikwissenschaft – Massenkommunikationsforschung . . . . .	48
<i>IV. Sozialisationsforschung als Kooperationsfeld von Jugend-     kunde und Massenkommunikationsforschung . . . . .</i>	52

Teil B:

<i>Massenmedien als Teil des soziokulturellen Umfelds Jugendlicher</i> . . . . .	56
<i>I. Jugend und Gesellschaft</i> . . . . .	56
<i>II. Massenmedien und Freizeit</i> . . . . .	59
<i>III. Sozialisationsinstanz: Massenmedien</i> . . . . .	61
1. Der Massenkommunikationsprozeß als Sonderfall des Sozialisationsprozesses. . . . .	62
2. Der Kommunikator als Sozialisator. . . . .	65
3. Der Rezipient als Sozialisand. . . . .	67
4. Sozialisation durch Manipulation? . . . . .	68

Teil C:

<i>Aufgaben, Forschungsgegenstände und Methoden der jugendkundlichen Massenkommunikationsforschung</i> . . . . .	70
<i>I. Forschungsgegenstände und Forschungsaufgaben</i> . . . . .	70
1. Mediale Eigenmerkmale. . . . .	72
2. Medienangebot. . . . .	74
3. Medienkonsum . . . . .	78
4. Medienwirkung . . . . .	80
<i>II. Methoden</i> . . . . .	86
1. Möglichkeiten der Systematisierung. . . . .	87
2. Operational orientierte Methodensystematik. . . . .	89
a) Aussagenanalyse . . . . .	89
b) Demoskopische Verfahren. . . . .	93
c) Beobachtung. . . . .	96
d) Experiment. . . . .	99
e) Statistische Verfahren. . . . .	103

Teil D:

<i>Ausgewählte Ergebnisse jugendkundlicher Fernsehforschung</i> . .	105
<i>I. Fernsehen im Vergleich mit anderen Medien</i> . . . . .	107

<i>II. Jugendspezifisches Fernsehkonsumverhalten?</i> . . . . .	113
<i>III. Fernsehkonsum und Konsumdeterminanten</i> . . . . .	115
<i>IV. Wirkungen des Fernsehens</i> . . . . .	125
1. Einfluß auf Kenntnisse und Meinungen . . . . .	125
2. Wirkungen von Gewaltdarstellungen . . . . .	126
<i>Anhang</i> . . . . .	135
<i>I. Tabellen</i> . . . . .	135
<i>II. Anmerkungen</i> . . . . .	142
<i>III. Literatur</i> . . . . .	157
<i>IV. Register</i> . . . . .	173