

Vorwort	9
<i>I. Begriffserklärung</i>	II
1. Kommunikation	II
2. Masse	II
3. Massenkommunikation	12
4. Massenkommunikationsmittel	13
Aufgabe	13
Literatur	14
 <i>II. Multivalenz der Massenkommunikationsmittel</i>	 15
1. Werte und Werterleben	17
a) Vielfalt der Werte	17
b) Identifikation – Psychodrama	17
c) Multivalente Wirkmöglichkeit	18
d) Triebpädagogische (kathartische) Wirkungen	19
e) Wertchaos	20
f) Unterwertige Aussagen	20
g) Falsche Leitbilder, falsches Menschen- und Weltbild	21
2. Dialog	22
a) Förderung des Dialoges	23
b) Behinderung des Dialoges	25
3. Geborgenheit	26
a) Vermitteln von Geborgenheit	26
b) Ersatz für Geborgenheit	27
c) Verlust an Geborgenheit	27
4. Weite	28
a) Öffnung	28
b) Grenzen	29
c) Überangebot – Pseudo-Weite	30
5. Aggression	33
6. Liebe, Eros, Sexualität	34
a) Hilfe zur Entfaltung	34
b) Sex als Konsum	34
7. Erzieherische Aufgaben	35
a) Voraussetzungen beim Erzieher	35
b) Die eigentlichen Aufgaben der Erziehung im Prägungsfeld der Massenkommunikationsmittel	37
c) Vermeiden von Fehlhaltungen	38
Aufgaben	40
Literatur	42

<i>III. Buch und Presse</i>	45
1. Zeitung, Illustrierte, Zeitschrift, Buch	45
a) Zeitung	45
b) Illustrierte	45
c) Zeitschrift	47
d) Buch	48
2. Unterwertiges Schrifttum	48
a) Merkmale	48
b) Schund, Schmutz, Kitsch	48
c) Comics	49
d) Boulevardpresse	50
e) Staatliche Maßnahmen gegen unterwertige Druckerzeugnisse	51
3. Jugend und Presse	52
a) Umfang der Lektüre	52
b) Wirkungen der Lektüre unterwertiger Druckerzeugnisse auf die Kinder und Pubertierenden	53
4. Buch- und Presseerziehung	55
a) Erziehung mit Hilfe von Buch und Presse	55
b) Erziehung zu Buch und Presse hin	57
Aufgaben	59
Literatur	61

<i>IV. Rundfunk, Schallplatte</i>	64
1. Radio und Alltag	64
2. Das Radio und die Jugendlichen	65
3. Musik bei der Arbeit	66
a) Multivalenz	66
b) Schularbeiten bei Radiobegleitung	66
4. Schallplatte	68
5. Schlager	68
a) Begriffserklärung	68
b) Jugend und Schlager	69
6. Erziehung im Prägnungsfeld akustischer Massenkommunikationsmittel	70
a) Hörerziehung	70
b) Erziehung zum kritischen Hören von Schlagern	71
7. Schulfunk	72
Aufgaben	73
Literatur	75

V. <i>Film</i>	76
1. Der Film, ein modernes Ausdrucksmittel	76
2. Angebot und Nachfrage	77
3. Filmerleben	79
4. Kontrolle	80
5. Filmerziehung	81
a) Erziehung zum Film	82
b) Erziehung mit Hilfe des Filmes	82
c) Filmgespräch	83
Aufgaben	84
Literatur	87

VI. <i>Fernsehen</i>	90	✓
1. Empfangssituation des Fernsehers	90	✓
2. Fernsehgewohnheiten der Kinder und Jugendlichen	91	✓
a) Häufigkeit und Dauer des Fernsehens	91	✓
b) Faktoren, welche die Fernsehgewohnheiten beeinflussen	93	✓
c) Tendenz der Kinder, das Erwachsenenprogramm zu sehen	94	✓
3. Wirkungen des Fernsehens auf die Familie, auf Kinder und Jugendliche	94	
a) Wirkungen auf das Familienleben	94	
b) Einfluß auf die Schlafenszeit und Nachtruhe	95	
c) Einfluß auf die Freizeitgestaltung	95	
d) Einfluß auf die Schulleistungen	96	
4. Fernseherziehung	97	
a) Erzieherische Notwendigkeiten für die Fernsehfamilie	97	
b) Fernseherziehung in der Schule	100	
5. Schulfernsehen und Fernschule	101	
a) Schulfernsehen	102	
b) Fernschule	102	
Aufgaben	104	
Literatur	106	

VII. <i>Werbung</i>	108
1. Notwendigkeit, Ziel und Arten	108
2. Werbepsychologische Erkenntnisse	109
a) Methodische Schritte	109
b) Motivforschung	110
c) Mittel	113
d) Geplante Obsolenz – Erziehung zum Wegwerfen	114
e) Geschäft mit den Stotterern	115

3. Familie und Schule im Feld der Werbung	116
a) Die Familie	116
b) Die Schule	116
4. Werbung und Politik	117
5. Grenzen und Gefahren	118
a) Selbstgeschaffene Grenzen	118
b) Ethische Bedenken	118
c) Einordnung der Werbung	120
6. Erziehung zur Werbereife	120
Aufgaben	121
Literatur	123
<i>Zusammenfassung</i>	125
Namenregister	127
Sachregister	130