

AUSSERSCHULISCHE MEDIEN - FEINDE, KONKURRENTEN ODER HELFER BEI DER SCHULISCHEN BILDUNGSARBEIT

I. VORBEMERKUNG

Unter Massenkommunikation wird nach Maletzke (MALETZKE 1972, 1514) jene Form der Kommunikation verstanden, "bei der Aussagen öffentlich (also ohne begrenzte und personell definierte Empfängerschaft), durch technische Verbreitungsmittel (Medien), indirekt (also bei räumlicher oder zeitlicher oder raumzeitlicher Distanz zwischen den Kommunikationspartnern) und einseitig (also ohne Rollenwechsel zwischen Aussagenden und Aufnehmenden), an ein disperses Publikum vermittelt werden".

Der mit dieser klassischen Definition implizierte anonyme und nicht-personale Aspekt einer solchen Kommunikationsform dürfte es denn auch sein, daß Massenmedien - zurecht oder zu Unrecht - mit großer Skepsis beobachtet werden. Im Konfliktfall ist weder ihr Urheber zu identifizieren und schon gar nicht haftbar zu machen für Wirkungen, die durch sein Werk in einer nicht vorhersehbaren Empfängerschaft hervorgerufen werden können. Daß diese Art der Kommunikation (wie selbstverständlich auch die personale) überhaupt Wirkungen entfalten kann, ist keineswegs eine Vermutung, die durch das Aufkommen der sogenannten "Neuen Medien" bedingt ist. Dieser tiefverwurzelten Überzeugung gibt bereits Dante Alighieri (1265 - 1321) in seiner Divina Commedia Ausdruck, wenn er dort (INFERNO V, 73 - 142) die Geschichte des Liebespaares Paolo da Rimini und Francesca da Polenta beschreibt, das durch die Lektüre der Lancelotsage zum Ehebruch verleitet wurde. Es braucht auch nur knapp 30 Jahre bis nach der Erfindung der "beweglichen Lettern" das Recht und die Pflicht zur Ausübung der kirchlichen Zensur 1479 an die Kölner Universität verliehen wird im Kampf gegen Drucker, Käufer und Leser ketzerischer Bücher (HANE BUTT-BENZ, 1985, 57), eine Praxis, die in Deutschland bis 1806 auch im weltlichen Bereich beibehalten und die als Mittel zur Gedankenunterdrückung heute noch in diktatorischen Staaten gepflegt wird.

In einer demokratischen und von der Selbstbestimmungsfähigkeit des Menschen überzeugten Gesellschaft erscheint die freie Verfügung über Medien, in denen ein Gutteil unserer Kultur gespeichert ist, als hoher Wert. Die durch die Schule gepflegten Kulturtechniken erschließen die revolutionäre Möglichkeit des nicht durch Dritte vermittelten, sondern des selbstgewählten Zuganges zu allem, was vom Menschegeist jemals gedacht und erdacht wurde. Diese Selbstverfügung über die Kultur wurde - in historischer Sicht sicherlich erst nach vielen Kämpfen - im allgemeinen über die Schrift, das Lesen, eben das Buch erreicht. Und gerade in diesen Bereich greift die Entwicklung der Neuen Medien, vor allem der Bildmedien, ein.

II. VERÄNDERUNG DER MEDIENLANDSCHAFT

Folgende Entwicklungen sind in der Bundesrepublik in den vergangenen 40 Jahren zu konstatieren (LUKESCH et al. 1989 a):

(1) Im Bereich des öffentlich-rechtlichen Hörfunks hat sich das Angebot zwischen 1959 und 1987 von 111tausend auf 258tausend gesendete Stunden pro Jahr vermehrt. Durch die Einführung privater Sender hat eine bislang der Lokalzeitung vorbehalten Regionalisierung des Informationsangebotes eingesetzt, im eigenen Lebenskreis ist eine Änderung des Rezeptionskanales Auge auf das Ohr erfolgt. Geradezu explodiert ist das Angebot und der Verkauf von Tonträgern im weitesten Sinn. Musik kann in vielfältiger Weise von allen, speziell den Jugendlichen, zu Zwecken des Stimmungsmanagements eingesetzt werden. Es gibt so gut wie keines der klassischen Märchen, das nicht in mehreren Bearbeitungen auf Cassetten angeboten wird. Die geschichtenvorlesende Oma, ist sie tatsächlich überflüssig geworden?

(2) Das für die Medienlandschaft wichtigste Leitmedium ist aber das Fernsehen. Nach zaghaften Versuchen 1952 mit 3 Stunden Programmangebot durch den NWDR, verfügt die ARD seit 1959 über ein Vollprogramm, das sich von ca. 1800 Sendestunden auf 3800 Stunden 1987 vermehrt hat. Das ZDF hat sich seit seinem Start 1963 zur

größten Fernsehanstalt Mitteleuropas entwickelt mit einem etwa 4000 Stunden umfassenden Jahresprogramm. Die Angebote der 3. Programme haben sich in dieser Zeit umfangmäßig versiebenfacht, die der Regionalprogramme verfünffacht. Auf das Problem, diese nur im Rahmen der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten jährlich gesendeten 30tausend Stunden sinnvoll zu füllen, sei am Rande verwiesen; die mit der Angebotserweiterung parallelgehenden Probleme der inhaltlichen Ausfüllung sind aber immens und folgenreich. Dabei geht die Entwicklung in Richtung weiterer Amerikanisierung, das Vormittagsprogramm gehört bereits zum festen Bestand, das Frühstückfernsehen wird zumindest fallweise angeboten.

Der Aufbau privater Fernsehanstalten mit den für diese Finanzierungsform typischen Problemen ist nur mehr für den eingeweihten Börsenmakler überblickbar. Diese Angebote kommen über das Kabel, terrestrisch und über Satelliten in die Haushalte. Die Parabolantenne europäisiert zudem den Zugang zu den Programmen und erweitert die Diskussion um den Aspekt der kulturellen Vielfalt versus der kulturellen Anpassung, der kulturellen Eigenständigkeit versus der kulturimperialistischen Tendenzen.

(3) Die Flüchtigkeit des Informations- und Unterhaltungsangebots durch das Fernsehen kann heute durch Videorecorder und demnächst durch Bildplattengeräte verändert werden. Diese neuen Speicher- und Distributionsmedien erlauben nicht nur den selektiveren Zugriff auf die Fernsehangebote, sondern auch auf ca. 8500 ausleihbare oder käufliche Video-Filme (DEUTSCHES VIDEO INSTITUT 1988); außerdem auf etwa weitere 1800 Unterhaltungsfilme, die aufgrund ihrer gegen den Jugendschutz verstößenden Inhalte indiziert bzw. in einigen Fällen von den Gerichten auch eingezogen wurden (BPS-REPORT 1989).

(4) Das Kino ist als Verbreitungsmedium für den Spielfilm arg in Bedrängnis gekommen. Der Kinobesuch hat sich auf ein Zehntel dessen reduziert, was in den 50er Jahren üblich war. Allerdings ist das Kino weiterhin für bestimmte Bevölkerungssegmente, hier besonders wieder die jungen Leute bis 30, attraktiv.

(5) Der Printmedienbereich hat sich ebenfalls deutlich umstrukturiert. Das Buch bleibt zwar weiterhin beliebt, die Anzahl der verlegten Titel ist bei ca. 60tausend pro Jahr stabil, die Prinzipien der Buchproduktion haben sich aber im Sinne einer penibleren Marktorientierung verändert. Bekannt ist auch das Stichwort des Zeitungsterbens, d.h. die vielen regionalen und lokalen Zeitungen sind von den großen Zeitungshäusern vereinnahmt worden und existieren allenfalls in Form eines Lokalteils weiter. Der Zeitschriftenmarkt hat sich hingegen immens vergrößert (Verdoppelung der Titel allein von 1975 auf 1986), die Verlagerung vom Wort auf das Bild als Informationsträger hat also auch im Printbereich stattgefunden.

(6) Neuartig und über den Umweg des Video- und Computerspiels haben Heimcomputer in die Familien Einzug gefunden. Was 1958 durch den Elektronikfachmann Higinbothom als Visualisierung sich bewegender Objekte mittels eines Oszillographen begonnen hat, ist heute ein umsatzträchtiger Industriezweig geworden.

Obwohl bereits in einigen Bereichen als wichtig für die Entwicklung von Jugendlichen erkannt, soll auf weitere neue Medienangebote wie Videotext, Bildschirmtext, Datenfernübertragung, Teletex und Telefax nicht eingegangen werden. Allerdings wird im beruflichen und kommerziellen Bereich auch deren Anwendung steigen, Kompetenzen für ihre Nutzung werden nachgefragt werden, und die Schule wird sich diesem neuen Bedarf anpassen müssen.

III. MEDIENNUTZUNG DURCH JUGENDLICHE

Es liegt auf der Hand, daß der Angebotserweiterung in allen Mediensparten keine parallele Nutzungszunahme entsprechen konnte: Kein Mensch kann - selbst wenn er Tag und Nacht fernsehen oder videoschauen wollte - das Angebot bewältigen. Dennoch sind im Freizeitbereich neue Realitäten geschaffen worden, die bereits so selbstverständlich sind, daß sie gar nicht mehr auffallen. Nut-

zungs- und Wirkungsfragen sind außerdem miteinander verknüpft. Wie Williams (1986) gezeigt hat, sind dabei zwei Fragen zu stellen:

(1) Welche Medien werden in welcher Weise genutzt und welche anderen Freizeittätigkeiten werden durch Medientätigkeiten substituiert oder verdrängt?

(2) Werden Einstellungen, Persönlichkeitseigenschaften und Verhaltensweisen von Menschen durch die Beschäftigung mit bestimmten Medieninhalten beeinflusst?

Aus unseren 1985 und 1988 an jeweils ca. 4000 Kindern und Jugendlichen durchgeführten Studien lassen sich folgende Tendenzen erkennen (LUKESCH et al. 1989 a, b; LUKESCH 1988):

- Im auditiven Bereich dominiert die selbstbestimmte Musiknutzung (Platten- und Cassettenkonsum von wöchentlich 9,07 Stunden) vor der Hörfunknutzung (6,25 Stunden), die ihrerseits wieder zum überwiegenden Teil der Musikrezeption gewidmet ist. Auch aus den Besitzdaten (Walkman, Radiorecorder, Cassettenrecorder jeweils zwischen 60 und 70 %) geht hervor, daß im auditiven Bereich nicht so sehr der Empfang als vielmehr die Wiedergabe selbstbestimmter (Musik-)Programme im Vordergrund steht. Musik ist von daher nicht zu unrecht als das Jugendmedium schlechthin bezeichnet worden (BONFADELLI et al. 1986).

- Aus dem Freizeitleben nicht mehr wegzudenken ist das Fernsehen, das pro Woche ca. 15 Stunden (und somit fast die Hälfte der frei bestimmbaren Dispositionszeit) bei 12- bis 16jährigen belegt. Für 1988 konnten wir zudem nachweisen, daß knapp jeder zweite Jugendliche ein eigenes Fernsehgerät besitzt, die Einflußmöglichkeiten der Eltern von dieser Voraussetzung her also gering zu bewerten sind.

- Video ist von allen Medien der große Gewinner. Aus unseren Daten geht hervor, daß die Haushaltsausstattung mit Videogeräten zwischen 1985 und 1988 von 23 % auf 40 % zugenommen hat, knapp 8 % der Jugendlichen besaßen 1988 bereits einen eigenen Recorder (1985: 2,1 %). Die Zugänge zu Video sind vielfältig, nur etwa 10 % der 13- bis 18jährigen verfügen über keine Gelegenheit, in ihrer Freizeit Videos anzuschauen.

Das Faszinierende an diesem Medium ist, daß es den Zuschauer frei von den Vorgaben der Programmanbieter des Fernsehens macht. Durch den Zugriff auf die kommerziell angebotenen Unterhaltungsfilme ist außerdem eine Kompensation hinsichtlich der Filmarten möglich, die im Fernsehen kaum oder gar nicht angeboten werden und zu denen auch über das Kino nur ein beschränkter Zugang möglich ist.

Video wird sowohl zum Konsum leichter Unterhaltung wie auch von Mediengewalt genutzt, letztere Sparte ist mit der Videozeit stärker korreliert als erstere, ein Hinweis auf eine kompensatorische Nutzung im Vergleich zum Fernsehen.

Die intensivsten Videoseher sind übrigens männlich, kommen aus Haupt- oder Berufsschulen und entstammen tendenziell eher der unteren Sozialschicht. Die gegenwärtige Bezugsgruppe (d.h. die Schulartzugehörigkeit) ist dabei wichtiger als die soziale Positionierung der Herkunftsfamilie. Der Konsum von Videofilmen, die für die Entwicklung von Jugendlichen für schädlich gehalten wird, steigt parallel zur Inkompetenz der Eltern, in diesem Bereich verbindliche Maßstäbe zu setzen.

Im Bereich des Videokonsums ist es bisher nicht gelungen, durch gesetzliche Maßnahmen einen verlässlichen Jugendschutz zu gewährleisten: Rund ein Drittel aller von uns befragten Jugendlichen erwähnen unter ihren Lieblingsvideos indizierte Filme, 10 % sogar beschlagnahmte und eingezogene Filme. Als Konsequenz bieten sich als Interventionsfelder die Schule und die Familie sowie die außerschulische Jugendarbeit an.

- Deutlich zugenommen hat in den letzten Jahren die Ausstattung mit Heimcomputern, 23,5 % der Jugendlichen verfügten 1988 über ein solches Gerät (1985: 7,1 %). In diesem Bereich sei nur darauf verwiesen, daß die Nutzungshäufigkeit von Videospiele, die auf Grund ihrer Inhalte indiziert wurden, sehr stark angestiegen ist: Jeder fünfte Befragte nennt spontan ein indiziertes Spiel unter seinen Lieblingsspielen.

Einleitend wurde von dem Begriff Medienlandschaft gesprochen. Damit sollte veranschaulicht werden, daß die einzelnen massenmedialen Tätigkeiten miteinander verknüpft sind; z.T. stehen sie in

einem kompensatorischen Verhältnis zueinander, z.T. schließen sich ihre Nutzungen gegenseitig aus. Die Einführung eines Mediums hat Konsequenzen für die bereits vorhandenen.

So konnten wir feststellen,

- daß die Bindung an das Buch mit deutlich geringeren Fernseh- und Videozeiten zusammengeht, daß besonders der gewaltorientierte Fernseh- und Videokonsum bei buchlesenden Befragten gering, der informationsorientierte Fernsehkonsum aber erhöht ist;

- bei den intensiven Videokonsumern ist die Qualität der Printlektüre verändert, diese Jugendlichen nutzen zumeist und verstärkt die bebilderten Printmedien (Jugendzeitschriften, Illustrierte, Comics);

- Videokonsum und Videospieldnutzung sind eng miteinander verbunden. Bei beiden Freizeitaktivitäten ist eine Affinität zu stark peer-orientierten, in Richtung Haupt- oder Berufsschulzugehörigkeit weisenden und für die soziale Unterschicht typischen Freizeitaktivitäten nachzuweisen;

- Video geht im übrigen nicht zu Lasten des Fernsehens. Es steigt bei Vorhandensein eines Recorders vielmehr die vor dem Fernseher verbrachte Zeit insgesamt an.

IV. HERAUSFORDERUNGEN AN DIE SCHULE

Wie unsere Ergebnisse nahelegen, sind Art und Ausmaß des Medienkonsums, speziell des audiovisuellen Gewaltkonsums, für die Jugendlichen nicht konsequenzenlos. Es finden sich nicht nur die angedeuteten Ersetzungsphänomene in bezug auf bestimmte andere Freizeitbetätigungen, es lassen sich auch persönlichkeitsverändernde Wirkungen nachweisen.

Speziell für den gewalthaltigen Videokonsum (aber auch für den Bereich des Kinofilms, abgeschwächt auch für das Fernsehen) konnten wir kausal zu interpretierende Effekte in bezug auf

die Genese aggressiven Verhaltens (LUKESCH 1988; LUKESCH et al. 1989 a),

die Gewöhnung (Habituation) an hohes Stimulationsniveau,

- die Entstehung von schulischen Verhaltensabweichungen bis hin zu Kleinkriminalität und

- die Behinderung der moralischen Entwicklung demonstrieren. Nicht nachweisen ließ sich hingegen eine stellvertretende aggressionskathartische Wirkung durch gewalthaltige Filme (LUKESCH/SCHAUF 1990).

- Belegbar ist wieder die Einbettung jugendgefährdenden Medienkonsums in jugendliche Subkulturen, in denen Gewalt ein konstitutives Element darstellt (LUKESCH/HABEREDER 1989; LUKESCH et al. 1989 b).

Diese Effekte sind im Rahmen der sozial-kognitiven Lerntheorie konsistent zu interpretieren, ebenso im Rahmen der kognitiven Theorie der Moralentwicklung.

Die durch die Art der Nutzung des Angebots zustande gekommenen Effekte stellen Herausforderungen an die Schule dar. Die Ziele, derentwegen Schulen eingerichtet wurden, stehen mit den Effekten, die durch die Nutzung vor allem des gewalthaltigen Medienangebotes zustande kommen, nicht im Einklang. Die Wertsysteme, die beide gesellschaftlichen Teilbereiche in einem Fall bewußt anstreben und im anderen billigend hinnehmen, sind einander diametral entgegengesetzt. Davon betroffen ist auch der Bereich der sogenannten Sekundärtugenden. Besonders die Bildmedien wollen primär unterhalten, sie wollen es dem Rezipienten leicht machen und keine Anforderungen an ihn stellen, die über ein Funktionieren der Sinnesorgane hinausgehen. Schule macht es den Schülern schwer, es wird Anstrengung erwartet, nur durch Eigentätigkeit (Strukturieren, Beispiele finden, repetierendes Wiederholen) lassen sich Lerneffekte erzielen. Die Kunst des guten Regisseurs besteht hingegen darin, auch ohne Anstrengung durch den Rezipienten Eindrücke zu erzielen.

Der Medienkonsum ist aber auch noch in einem anderen Sinn für die Schule bedeutsam. Intensiver Medienkonsum steht mit sozialer Anerkennung unter den Schülern in Zusammenhang, besonders die mit den Peers mögliche Mediennutzung (Computerspiele, Video, Kino, Musik etc.) und weniger der sich im familiären Rahmen vollziehende Konsum des Fernsehens erhöht die soziale Beliebtheit. Dies gilt in

besonderem Maß für Haupt- und Realschüler, weniger für Gymnasialisten.

Außerdem - so lassen sich die Korrelationen zwischen Leistungsindikatoren und der Mediennutzungsintensität interpretieren - sind Medien (hier wieder die auditiven und die audiovisuellen) ideal prädestiniert für das Phänomen der Lernflucht. Eskapistische Tendenzen sind am deutlichsten in der Schulart, die die höchsten Leistungsanforderungen stellt, d.h. in dem Gymnasium. Dabei bilden die leicht verfügbaren und kognitiv wenig anspruchsvollen auditiven und audiovisuellen Medien leistungsschwächeren Jugendlichen ein Refugium vor den Anforderungen der Schule. Sie sind ein Lebensbereich, in dem ohne Aufwand individuelle Zufriedenheitserlebnisse durch das Eintauchen in eine Scheinwelt ermöglicht werden. Bei diesen Schülern ist vermehrter Medienkonsum als ein Problembewältigungsversuch zu sehen, als eine Coping-Variante, die die Probleme allerdings nur kurzfristig vergessen bzw. sie durch den eventuell fortgesetzten eskapistischen Mediengebrauch erst entstehen läßt.

Zurück zur einleitenden Frage: Sind die außerschulischen Medien Feinde, Konkurrenten oder Helfer bei der schulischen Bildungsarbeit? Alle drei Facetten treffen in gewisser Weise zu:

(1) Sie sind insofern Feinde, als mit ihnen Gegensätzliches intendiert oder aber bewirkt wird. Dies betrifft vor allem das Verhältnis von Gewaltkonsum mit allen seinen Spielarten auf der einen Seite und den Bereich des sozialen Verhaltens, des moralischen Urteilens und den Aufbau einer an den grundlegenden Menschenrechten orientierten Wertordnung auf der anderen Seite. Medienwirkungen in andere, z.B. prosoziale Richtung sind bei Realisierung und Rezeption anderer Sujets nicht ausgeschlossen, die differenzierteren und zugleich stilleren Seiten von Prosozialität eignen sich aber nicht so einfach für eine filmische Umsetzung; und auch Drehbuchautoren und Regisseure gehen den Weg des leichteren Widerstandes.

(2) Schule und Medien sind Konkurrenten, da sie mit unterschiedlichen Intentionen die Lebenszeit der Jugendlichen in Beschlag nehmen wollen: Der Verlockung der Medien wird - wie gezeigt - besonders von den Lernschwächeren nachgegeben. Denkt man die Grundüber-

legungen des sog. Nutzenansatzes weiter, so kommen durch die selektive Medienzuzuwendung Polarisierungseffekte zustande: Unterschiede in bezug auf Persönlichkeitsdispositionen und fachliche Kompetenzen werden durch die unterschiedliche Nutzung vergrößert. Dies kann soweit gehen, daß selbst Schüler in derselben Klasse sich über ein bestimmtes Phänomen nicht mehr austauschen können. Auch die Kabelprogramme bewirken trotz des erhöhten Angebots eine einseitigere Nutzung in Richtung Maximierung leicht verdaulicher und anregender Unterhaltung. Der Informations- und Bildungsauftrag des Fernsehens wird durch die gegenseitige Konkurrenzierung der Programme mit Unterhaltungsangeboten ad absurdum geführt.

(3) Können außerschulische Medien und die Schule einander helfen? Die befürwortende Stellungnahme zu dieser Frage muß mit vielen Einschränkungen versehen werden. Schule muß sich - sofern der Anspruch des "non scholae, sed vitae discimus" ernstgenommen werden soll - auf die Veränderungen in der Medienlandschaft einlassen. Dies könnte bedeuten: Die Sprache der Bild- und auditiven Medien ist in gleicher Weise zu lehren wie die der Schriftmedien. Die Kompetenz zur auditiven und audiovisuellen Kommunikation ist ebenso anzustreben wie die zur schriftsprachlichen Produktion. Die durch unterschiedliche mediale Umsetzung erreichbaren Erlebnisse sind dem Schüler erfahrbar zu machen (z.B. Buchrezeption versus Cassettenproduktion, Film versus Buch oder Theateraufführung). Medienwelten sind zwar ein Teil der Realität, sie sind aber nicht mit der Lebenswelt gleichzusetzen. Diese Unterschiede zu verdeutlichen, könnte eine Herausforderung für viele Unterrichtsfächer sein, und zwar besonders für die, welche sich einer Werterziehung verpflichtet fühlen (z.B. die Fächer Deutsch, Religion, Geschichte, Sozialkunde). Das kontrastierende Aufzeigen von Medien- und Lebenswelt könnte eine distanzierende Wirkung hinsichtlich der Medien zur Folge haben. Der Rezipient, hier der Schüler, wird befreit von den verführerischen Identifikationsangeboten der Filmwelt. Wenn in diesen Herausforderungen bereits der Keim zur Hilfe gesehen wird, so ist auch die Frage, ob außerschulische Medien und Schule einander helfen können, zu bejahen.

Literatur:

- Bonfadelli, H./Darkow, M./Eckhardt, J./Franzmann, B./Kabel, R./Meier, W./Weger, H.-D./Wiedemann, J.: Jugend und Medien. Eine Studie der ARD/ZDF-Medienkommission und der Bertelsmann Stiftung. Frankfurt/Main 1986.
- deutsches Video Institut: Video-Programm-Verzeichnis 1988. Berlin 1988.
- Hanebutt-Benz, E.-M.: Die Kunst des Lesens. Lesemöbel und Leseverhalten vom Mittelalter bis zur Gegenwart. Frankfurt a.M.: Museum für Kunsthandwerk, 1985.
- Lukesch, H.: Mass media use, deviant behavior and delinquency. Communications, 1988, 14, 53-64.
- Lukesch, H./Habereeder, S.: Die Nutzung indizierter und konfiszierter Videofilme durch Jugendliche nach Änderung der Jugendschutzbestimmungen. Psychologie in Erziehung und Unterricht, 1989a, 36, 134-139.
- Lukesch, H./Schauf, M.: Können Filme stellvertretende Aggressionskatharsis bewirken? Psychologie in Erziehung und Unterricht, 1990, 37, 38-46.
- Lukesch, H./Karger, G./Kaegi, H./Taschler-Pollacek, H.: Video im Alltag der Jugend. Regensburg 1989b.
- Lukesch, H./Kischkel, K.-H./Amann, A./Biner, S./Hirte, M./Kern, R./Moosburger, R./Müller, L./Schubert, B./Schuller, H.: Jugendmedienstudie. Verbreitung, Nutzung und ausgewählte Wirkungen von Massenmedien bei Kindern und Jugendlichen. Regensburg 1989a.
- Maletzke, G.: Massenkommunikation. In: C.F. Graumann (Hrsg.). Sozialpsychologie, 2. Halbband. Göttingen 1972, 1511-1536.
- Williams, T.M.(Ed.): The impact of television. Orlando 1986.