

Bibliografie

Objekttyp: **BookReview**

Zeitschrift: **Der Filmberater**

Band (Jahr): **28 (1968)**

Heft 3

PDF erstellt am: **08.08.2024**

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

schau seiner chronischen Arbeitsüberlastung wegen unmöglich, in dieser Angelegenheit laufend Initiativen zu ergreifen. Der Anstoss und die Kontaktaufnahme, eventuell schon mit konkreten Vorschlägen für die spätere Zusammenarbeit, sollten am besten von den interessierten Kantonen ausgehen. Der schliessliche Erfolg und die Tiefenwirkung der gewünschten Montagen für den Schulgebrauch hängt ohnehin von den filmpädagogischen Fähigkeiten des bei der Auswahl der Reportagen eingesetzten Sachberaters sowie von der späteren Auswertung der Vorführungen in der Klasse ab.

W. A.

Bibliografie

Ulrich Beer, Konsumerziehung gegen Konsumzwang, Katzmann-Verlag, Tübingen 1967, 80 Seiten, broschiert, Fr. 8.20.

Kann man den Film in der Ästhetik gesondert, «an sich» betrachten, in der Pädagogik sicherlich nicht. Hier drängt sich der Begriff des Massenmediums oder besser des Kommunikationsmittels auf. Im Anhang an Presse, Film, Radio, Fernsehen und Schallplatte hat man bisher ansatzweise auch die Werbung behandelt. Etwas umfassender betrachtet, geht es indes um den Konsum, um Zwang und Freiheit beim Konsumieren. Auch die Konsumerziehung, wie sie der Reutlinger Psychologe Ulrich Beer in seinem neuen Werk «Konsumerziehung gegen Konsumzwang» vorschlägt, kann «exemplarisch» verstanden werden. Das heisst: Wer das in dem kleinen Bändchen Beschriebene und Geforderte wirklich erkennt und zu verwirklichen sucht, der ändert nicht nur alte Konsumgewohnheiten, sondern auch sein Verhalten den anderen Kommunikationsmitteln gegenüber.

Den Stoff und in etwa auch die Form der Darstellung gibt am besten das Inhaltsverzeichnis wieder: 1. Die Gefahr des Konsumzwangs. Wirtschaftsmacht Werbung. Erziehungsmacht Werbung. 2. Die Umwertung der Werte. Totalisierung des Konsums. Sex in der Werbung. Ist alles käuflich? Idole oder Ideale? 3. Das Ideal der Bedürfnislosigkeit. Bedürfnislosigkeit und Mangelgesellschaft. Konsumorientierung. Sammelsparen oder Verbrauchersparen? Konsumexpansion fordert Konsumerziehung. 4. Die Tatsache des jugendlichen Wohlstandes. Geldquellen. Die Konsumgewohnheiten. Langlebige Verbrauchsgüter. Spargewohnheiten. 5. Konsum planen. 6. Mit Werbung leben. Kritische Rationalität – wertbewusste Aufklärung. Analyse. Vergleich. Montage. 7. Die Kenntnis des Marktes. Sammeln. Spannung Familie – Wirtschaft. Wirtschaftspädagogik und Verbraucheraufklärung. 8. Mit Geld umgehen. Wieviel Taschengeld? Prämien für Schulleistungen? Ausgabenplan. 9. Den Wohlstand meistern – das tägliche Abenteuer der Freiheit.

Die Form und die Aussagen des Bändchens wiederzugeben, führte zu weit; denn sozusagen für jede Seite müsste mindestens ein Zitat angeführt werden (auf der 4. Umschlagseite der Februar-Nummer finden sich drei). Ulrich Beer ist es mit diesem neuen Werk in der von ihm betreuten Schriftenreihe erzieherischer Arbeitsschriften «Jugend Bildung Erziehung» – vielleicht noch besser als in «Umgang mit Massenmedien» (Fb 2/65) oder «Geheime Miterzieher der Jugend» – gelungen, einen eminent komplexen Stoff gründlich zu erarbeiten, wodurch die Einseitigkeit von Vance Packards «Die geheimen Verführer» überwunden wird. Und er versteht es, klar und einfach zu formulieren, ohne zu simplifizieren oder in akademischem Wortschwall zu ersticken. Beer betrachtet mit der nötigen Nüchternheit die Erscheinungen der Konsumwelt, mit der nötigen Kritik die Ideen überholter idealistischer Erziehungslehren sowie mit grosser Ein-Sicht die allgemeinen Existenz-Nöte, aber auch Existenz-Chancen des heutigen Menschen.

Das bescheiden anmutende, mit einer wertvollen Bibliografie und anderen Hinweisen versehene Bändchen «Konsumerziehung gegen Konsumzwang» dürfte für jeden, der als Erzieher, Publizist oder ganz allgemein aufgeschlossener Mensch mit Konsum, Erziehung oder Öffentlichkeit zu tun hat, eine praktische Arbeitshilfe und wohl auch Lebenshilfe darstellen. – Ein Büchlein, das all jene kennen müssen, die daran gehen möchten und sollten, das nächste Kapitel der Kunde der Kommunikationsmittel, die Konsumerziehung, zu erarbeiten.

hst