

# Inhalt

Vorwort 7

## I. Wertung - Wert - Wertvermittlung und ihre Ebenen

*Winfried B. Lerg*

Vermittelte Wertmuster. Kommunikationswissenschaftliches Plädoyer  
zur Einstellungsforschung 9

*Peter Hartmann*

Werte in Medium und Text 24

*Ernst Oldemeyer*

Wertvermittlung durch ästhetische Heraushebung. Anthropologische  
Gedankenreihe über ihre Grundlagen, Arten und Folgen 51

*Diskussionsauszüge*

1. Wertebenen — Wertgenese 72

2. Wertvermittlung 81

## II. Werte in alltagsästhetischen Prozessen

*Götz Großklaus*

Konnotativer Vorgang und Wert-Verständigung 88

*Wolfgang Fritz Haug*

Ideologische Werte und Warenästhetik am Beispiel der Jeanskultur 126

*Abraham A. Moles*

Kunstfuturologie. Zur Rolle des Kitsches und der Kopie in der  
sozialästhetischen Entwicklung 143

*Diskussionsauszüge*

1. Zur Warenästhetik 166

2. Zur Semiotik der Wertvermittlung durch Werbung 170

3. Zum Problem der „Verkitschung“ 175

### III. Werte in Texten

*Peter Wesollek*

Goethe als politischer Agitator. Wertung und Wertvermittlung  
in Goethes Revolutionsdramen „Der Bürgergeneral“ und  
„Die Aufgeregten“ 178

*Rüdiger Krohn*

Literatur von gestern. Die Vermittlung von Werten im Rückgriff  
auf Geschichte 199

*Hajo Kurzenberger*

August Strindbergs „Traumspiel“. Ein Regiekonzept als Dokument  
der Umwertung eines klassischen Bühnentextes 225

*Erich Straßner*

Wertvorstellungen und Bewertungsprinzipien im Bereich  
der aktuellen Information 233

*Diskussionsauszüge*

1. Zur Wertvermittlung durch Literatur 243
2. Zur Wertvermittlung im Journalismus 251

### IV. Wert des Mediums - Wert der Botschaft

*Wolfgang Kemp*

Das Medium als Wert — das Beispiel Fotografie 261

*Otto Kolleritsch*

Wertungsforschung und Rezeptionsgeschichte.  
Ein Beitrag zur musikalischen Rezeptionsästhetik 266

*Diskussionsauszüge*

1. Zum Wert des Mediums 275
2. Zum Wert der Botschaft 280

Autoren und Diskussionsteilnehmer 285

Personenregister 289