

# Inhalt

<b>Vorwort</b> .....	<b>11</b>
<b>1 Einleitung und Problemstellung</b> .....	<b>13</b>
1.1 Die öffentliche Debatte zur Medienkindheit .....	13
1.2 Die normativen Positionen .....	15
1.3 Die empirischen Evidenzen.....	20
1.4 Ziele der Arbeit .....	21
1.5 Aufbau der Arbeit.....	22
<b>2 Theoretische Grundlagen der Mediensozialisationsforschung</b> .....	<b>25</b>
2.1 Basistheorien der Sozialisationsforschung .....	25
2.1.1 Grundbegriffe und Definitionen .....	25
2.1.2 Sozialisation als Anpassung: Die funktionalistische Perspektive .....	29
2.1.3 Sozialisation als soziale Vernetzung: Die sozialökologische Perspektive .....	30
2.1.4 Sozialisation als reflektiertes, symbolisches Handeln: Die kultursoziologische Perspektive .....	32
2.2 Sozialisation und Veränderungen im Lebenslauf.....	33
2.2.1 Entwicklungsaufgaben.....	33
2.2.2 Lebensstile in sozialen Milieus.....	36
2.2.3 Soziale Identität als Zugehörigkeit zu Gruppenkulturen.....	39
2.2.4 Geschichte der Kindheit und Jugend: Generationsgestalten .....	41
2.3 Sozialisation und gesellschaftliche Veränderungen .....	49
2.3.1 Individualisierung und Multioptionsgesellschaft.....	49
2.3.2 Globalisierung und Risikogesellschaft .....	50
2.3.3 Verlängerte Jugend und Wissensgesellschaft .....	52
2.3.4 Beschleunigung und Informationsgesellschaft .....	53
2.4 Mediensozialisation und Entwicklungen des Medienumfeldes.....	56
2.4.1 Neue Medien und Interaktivität .....	56
2.4.2 Konvergenz und Multimediaverbund .....	58
2.4.3 Kommerzialisierung und Deregulierung.....	60
2.4.4 Vervielfachung der Angebote .....	61
2.4.5 Medienangebote für Heranwachsende .....	62
2.5 Mediensozialisation und Mediennutzung.....	65
2.5.1 Zwei Grundfragen der Mediensozialisationsforschung .....	65
2.5.2 Mediennutzung zwischen Selbst- und Fremdsozialisation .....	67
2.5.3 Mediennutzung als Umgang mit dem Warenmarkt .....	71
2.5.4 Mediennutzung als politische Partizipation .....	72
2.5.5 Mediennutzung als Suche nach Gratifikationen .....	73
2.5.6 Mediennutzung im Kontext von Mediengenerationen.....	75

2.6 Zusammenfassende Betrachtung der zentralen Dimensionen .....	79
2.6.1 Zentrale Dimensionen der Mediensozialisation .....	79
2.6.2 Abgeleitete Forschungsfragen und Hypothesen.....	84
<b>3 Empirische Befunde .....</b>	<b>87</b>
3.1 Datenbasis und Forschungsmethoden .....	87
3.1.1 Hauptstudie .....	87
3.1.2 Referenzstudien .....	97
3.1.2.1 Internationale Vergleiche an der Jahrtausendwende .....	97
3.1.2.2 Vergleiche zur Entwicklung von 1971 bis 2002 in der Schweiz .....	98
3.2 Medienökologie: Die verfügbaren Medien im Alltag der Heranwachsenden .....	99
3.2.1 Das ökologische Zentrum: Die Medien in den Familien .....	99
3.2.1.1 Die Medien im Haushalt: Der Kampf um die Fernbedienung .....	99
3.2.1.2 Medienausstattung im Kinderzimmer: Kein Zutritt für Eltern! .....	105
3.2.1.3 Medienreiche versus medienarme Haushalte: Zwei Klassen? .....	110
3.2.2 Der ökologische Nahraum: Medienzugang außer Hause .....	113
3.2.2.1 Medienzugang bei Freunden: Wer hat, dem wird gegeben.....	113
3.2.2.2 Vielfältige Bezugsquellen für Medien: Medien-Patchwork.....	114
3.2.3 Die ökologischen Ausschnitte: Medienzugang in der Schule.....	116
3.2.3.1 Computer- und Internetzugang: Schulen ans Netz! .....	116
3.2.3.2 Zugang zu spezifischen Computeranwendungen .....	117
3.2.3.3 Internetnutzung und Englischkenntnisse .....	119
3.2.4 Medienzugänge im internationalen Vergleich .....	124
3.2.5 Zusammenfassung zu Fragestellungen und Hypothesen .....	128
3.3 Medienzeiten: Die Zuwendungsintensitäten bei verschiedenen Medien .....	131
3.3.1 Das Medienzeitbudget: Die Verteilung der Aufmerksamkeit.....	131
3.3.1.1 Durchschnittliche Nutzungszeiten .....	131
3.3.1.2 Stark und schwach genutzte Medien.....	136
3.3.2 Einflussfaktoren auf das Medienzeitbudget .....	138
3.3.2.1 Der Einfluss des Medienbesitzes .....	138
3.3.2.2 Medienzeiten als Konkurrenz zu anderen Aktivitäten .....	140
3.3.2.3 Gegenseitige Konkurrenz zwischen den Medien? .....	142
3.3.2.4 Bevorzugte Freizeitpartner und Medienzeit .....	144
3.3.2.5 Vorbildeffekte der Eltern und „Family Viewing“.....	145
3.3.2.6 Selbstwahrnehmung, Selbstwert, soziale Kompetenzen .....	147
3.3.2.7 Schulleistungen und Medienzeiten .....	148
3.3.3 Medienzeiten im internationalen Vergleich.....	149
3.3.4 Zusammenfassung zu Fragestellungen und Hypothesen .....	151
3.4 Medienaneignung: Medienfavoriten und Nutzungsformen .....	154
3.4.1 Die allgemeinen Interessen von Mädchen und Knaben .....	154
3.4.2 Die Medieninteressen der Kinder und Jugendlichen .....	157
3.4.2.1 Interessen in den Printmedien .....	157
3.4.2.2 Interessen im Fernsehen.....	162
3.4.2.3 Interessen beim Computer .....	165

3.4.2.4	Interessen bei Audio-Medien: Musikstile .....	168
3.4.3	Themen- und Medieninteressen im internationalen Vergleich .....	171
3.4.4	Wozu sind die Medien zu gebrauchen? Funktionszuschreibungen.....	175
3.4.5	Aufbau von Werthaltungen im Warenmarkt: Kommerzialisierung der Kindheit? .....	179
3.4.5.1	Die Medienwünsche der Kinder .....	179
3.4.5.2	Der Umgang der Kinder mit Geld.....	183
3.4.5.3	Die Werthaltungen der Kinder.....	186
3.4.6	Nutzungsgewohnheiten der Kinder und Jugendlichen.....	189
3.4.6.1	Fernsehen im Kinderzimmer.....	189
3.4.6.2	Personen, mit denen ferngesehen wird .....	190
3.4.6.3	Ein- und Ausschalten des Fernsehers.....	191
3.4.6.4	Medienzugang und Bettgehzeiten.....	193
3.4.6.5	Zapping beim Fernsehen.....	193
3.4.6.6	Musikhören .....	194
3.4.6.7	Motive zur Nutzung von Computerspielen.....	196
3.4.6.8	Soziale Settings beim Computerspielen.....	197
3.4.7	Medien und Peergroups im internationalen Vergleich.....	198
3.4.8	Zusammenfassung zu Fragestellungen und Hypothesen .....	200
3.5	Sozialisationsformen: Zwischen Selbststeuerung und Fremdkontrolle.....	203
3.5.1	Sozialisationsbedingungen in den Familien.....	203
3.5.1.1	Erziehungsstile der Eltern.....	203
3.5.1.2	Sorgen und Anliegen der Eltern.....	207
3.5.1.3	Gemeinsame Aktivitäten innerhalb der Familien .....	210
3.5.2	Formen der Mediensozialisation.....	214
3.5.2.1	Einfluss des Erziehungsstiles auf den Medienumgang .....	214
3.5.2.2	Meinungsverschiedenheiten und Konfliktfelder .....	216
3.5.2.3	Kontrolle und Regulierung durch die Eltern.....	220
3.5.2.4	Einstellungen der Eltern zu den Medien .....	224
3.5.2.5	Kompetenzzuschreibungen von Eltern und Kindern .....	232
3.5.3	Familiäre Medienerziehung im internationalen Vergleich.....	233
3.5.4	Zusammenfassung zu Fragestellungen und Hypothesen .....	235
3.6	Generationsgestalten: Wandel und Konstanz im Medienalltag.....	237
3.6.1	Die Medienwelten von drei Generationen zwischen 1971 und 2002.....	237
3.6.1.1	Die verfügbaren Medien: Ausgleich oder neue Klüfte?.....	237
3.6.1.2	Die Medienzeiten: Kumulation oder Displacement? .....	241
3.6.1.3	Die Medienfreiheiten: Liberalisierung oder neue Restriktionen? .....	248
3.6.1.4	Die Leitmedien: Verliert das Fernsehen seinen Spitzenplatz? .....	252
3.6.2	Mobilkommunikation als „neue junge Medienwelt“? .....	256
3.6.2.1	Der jugendliche Zugang zum Mobiltelefon.....	257
3.6.2.2	Gratifikationen des Handys.....	258
3.6.2.3	Konflikte im Zusammenhang mit dem Handy.....	261
3.6.2.4	Konsumsozialisation: Kosten im Griff und Markenbindung .....	263
3.6.2.5	Eine Fülle von Regeln.....	265
3.6.3	Zusammenfassung zu Fragestellungen und Hypothesen .....	267

<b>4 Ansätze zu einer Theorie der Mediensozialisation.....</b>	<b>274</b>
4.1 Dimensionen der Mediensozialisation .....	274
4.1.1 Präkommunikative Variablen: Medienzugang und Medienangebote .....	274
4.1.2 Kommunikative Variablen: Mediennutzung und –aneignung .....	275
4.1.3 Postkommunikative Variablen: Medienkompetenz und –effekte .....	277
4.2 Medien als Risiken für das sich entwickelnde Individuum .....	279
4.2.1 Konsum- und Konformitätsdruck .....	280
4.2.2 Fremdbestimmte Zeit .....	280
4.2.3 Verzerrungen im Selbst- und Weltbild .....	280
4.2.4 Auflösung der Identitäts-Grenzen .....	281
4.3 Medien als Ressourcen der Heranwachsenden.....	281
4.3.1 Medien als Bausteine einer anregenden sozialen Umwelt .....	282
4.3.2 Mediennutzung als bewusstes persönliches Zeitmanagement .....	282
4.3.3 Medienaneignung als sozial verortete Selbstgestaltung.....	283
4.3.4 Medienkompetenz als gesellschaftliche Handlungsfähigkeit .....	283
4.4 Gelingende Mediensozialisation in der Informationsgesellschaft .....	284
4.4.1 Verfügen und verfügbar sein .....	284
4.4.2 Mobil und vernetzt sein .....	285
4.4.3 Anteil nehmen und Impulse geben .....	285
4.5 Wandel der Mediensozialisation .....	286
4.5.1 Der Wandel im Laufe von Kindheit und Jugendalter .....	286
4.5.2 Der Wandel im Laufe der historischen Phasen .....	288
<b>5 Offene Fragen und Forschungsperspektiven für die Zukunft.....</b>	<b>290</b>
5.1 Zum empirischen Ansatz.....	290
5.2 Schwerpunkte bei den erfassten Variablen.....	290
5.3 Mediensozialisation in anderen Altersphasen .....	292
5.4 Reziproke Mediensozialisation .....	292
5.5 Mediensozialisation in kollektivistischen Gesellschaften .....	293
5.6 Gründe und Effekte des Medienverzichts .....	293
5.7 Kontexte des Erwerbs von Medienkompetenzen .....	294
<b>6 Literatur.....</b>	<b>295</b>
<b>7 Anhang .....</b>	<b>315</b>
7.1 Tabellenverzeichnis.....	315
7.2 Abbildungsverzeichnis .....	319
7.3 Fragebogen und Interviewleitfaden 1997 - 2002.....	320