

Inhalt

Einleitung	11
<i>Medienwandel und Wandel der Familienkultur</i>	17
Medien als kulturelle Umwelten	17
Der interaktionistische Ansatz der Untersuchung – familientheoretische und medientheoretische Grundlagen	22
Untersuchungsmethoden und Zusammensetzung der Untersuchungspopulation	32
Die Medienumwelt der Familien	39
<i>Mediengebrauch im Alltagsgeschehen – die Zeitdimension</i>	45
Mehr Fernsehen, weniger Freizeitaktivitäten ohne Medien, weniger soziale Außenkontakte in den Teilnehmerfamilien	45
Familiale Bedingungen extensiven Fernsehkonsums	54
Verschärfung sozialer Unterschiede in der Alltags- gestaltung der Familien	63
<i>Mediengebrauch im sozialen Rollengefüge – die Dimension der sozialen Funktionen der Medien</i>	67
Fernsehen bekräftigt traditionelle Rollendifferenzen	67
Fernsehen ermöglicht Gemeinsamkeit	72
Verstärkung von Rollenhierarchie und Unterhal- tungsintegration in den Teilnehmerfamilien	80

<i>Mediengebrauch und Gesprächsverhalten — die Dimension der kommunikativen Ein- bindung der Medienrezeption</i>	85
Medien als Gesprächsanreger	85
Fernsehgespräche sind keine Kompensation für eine wenig entwickelte Gesprächspraxis	94
Privatisierung des Gesprächsverhaltens? — Wachsende Unterschiede in der kommunikativen Einbindung des Fernsehens	98
<i>Mediengebrauch und Erziehungsbedingungen — die Dimension der pädagogischen Kon- zepte der Eltern</i>	103
Die pädagogische Bewertung der Medien durch die Eltern	103
Medienbewertung und medienbezogenes Erziehungshandeln	112
Die Erweiterung des Fernsehangebotes wird nicht als pädagogische Aufgabe wahrgenommen	117
<i>Resümee und Ausblick: Die Wirkungen der Programmvermehrung auf die Familien</i>	121
<i>Ergebnisse der Fallstudie</i>	133
Theoretische Voraussetzungen und Methode der Fall-Interpretation	133
Problemlage „Arbeitslosigkeit des Vaters“	142
Problemlage „Allein-Erziehen“	158
Problemlage „Junge Eltern“	171
Problemlage „Volle Erwerbstätigkeit beider Eltern“	181
Literatur	191