

## INHALTSVERZEICHNIS

Tabellenverzeichnis

Abbildungsverzeichnis

1	Einleitung .....	1
1.1	Vorbemerkung .....	1
1.2	Zielsetzung .....	4
1.3	Untersuchungsplan .....	6
1.3.1	Heuristisches Bezugssystem .....	7
1.3.2	Quellen und Methoden .....	10
2	Inhaltsanalyse .....	12
2.1	Die Stichprobe der Inhaltsanalyse .....	12
2.1.1	Die Zeitschriften-Stichprobe .....	12
2.1.2	Die Stichprobe der Fernsehsendungen .....	16
2.2	Qualifizierende Beschreibung von Ver- kehrsinhalten in Massenmedien .....	21
2.2.1	Die funktionale Typisierung von Verkehrsdarstellungen .....	23
2.2.2	Typische Darstellungsmuster von Verkehrsinhalten in Zeitschriften für Kinder und Jugendliche .....	24
2.2.3	Typische Darstellungsmuster von Ver- kehrssequenzen in Fernsehsendungen, die von Kindern und Jugendlichen genutzt werden (inkl. Verkehrssspots, Inserts und Werbung) .....	57
2.3	Quantitative Analyse der Verkehrsinhalte in Massenmedien (nach didaktischen u.a. Kriterien) .....	63
2.3.1	Aufkommen, Verteilung und Struktur der Verkehrsinhalte in Zeit- schriften für Kinder und Jugend- liche .....	65
2.3.1.1	Das Aufkommen der Ver- kehrsinhalte .....	65
2.3.1.2	Verteilung der Verkehrs- halte auf die Zeit- schriften .....	70
2.3.1.3	Die Struktur der Verkehrs- halte .....	81

2.3.2	Struktur der Verkehrssequenzen in Fernsehsendungen .....	98
2.3.3	Die Struktur der Verkehrspots im Fernsehen .....	105
2.3.4	Die Struktur der Verkehrsinhalte in Werbesendungen des Fern- sehens .....	107
3	Mediennutzung durch Kinder und Jugendliche .....	109
3.1	Nutzung der Verkehrssequenzen in Fern- sehsendungen (inkl. Verkehrspots, Inserts und Werbung) .....	109
3.1.1	Nutzung von Fernsehsendungen der Untersuchungstichprobe .....	110
3.1.2	Nutzung von Fernsehsendungen mit Verkehrsinhalten .....	113
3.2	Nutzung und Präferenzen von Massen- medien .....	116
3.2.1	Die Problematik der Erhebung von Nutzungsdaten .....	116
3.2.2	Reichweiten und Nutzerschafts- struktur von Zeitschriften und Fernsehen bei Kindern und Jugendlichen .....	118
3.2.3	Kontaktqualität von Fernseh- und Zeitschrifteninhalten .....	127
3.2.4	Wahlverhalten der Kinder gegen- über Zeitschriften und Fernsehen ....	129
3.2.5	Zeitbudget für Freizeitaktivitäten und Mediennutzung .....	132
3.2.6	Akzeptanz der Massenmedien bei Kindern und Jugendlichen .....	134
X 3.2.7	Präferenzen von Fernsehinhalten bei Kindern .....	137
3.2.8	Nutzung der Fernsehwerbung durch Kinder: Zeitaufwand und Präferen- zen .....	140
3.3	Familiäre Rahmenbedingungen der Fernseh- nutzung durch Kinder und Jugendliche .....	142
4	Ausgewählte Ergebnisse der Wirkungsforschung ....	151
4.1	Entwicklungspsychologische Bedingungen der Wirkung von Fernsehwerbung auf Kinder ..	151
4.2	Neuere Untersuchungen zur Wirkung von Medien auf Kinder .....	153

5 Zusammenfassende Schlußfolgerungen .....	165
5.1 Ausgewählte Ergebnisse .....	165
5.2 Thesen und Empfehlungen .....	170
Quellen und Literaturverzeichnis .....	174
Code-Sheet Zeitschriftenauswertung/Inhalts- analyse .....	181
Code-Sheet TV-Sendungen .....	185