

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	7
1. Einleitung: Die aktuelle Dynamik der Medienentwicklung	9
2. Was bekommen Kinder im Fernsehen angeboten und was nutzen sie?	15
3. Das Fernsehen und seine Anforderungen	19
3.1. Inhaltliche Merkmale des Angebots für Kinder im Leitmedium Fernsehen	19
3.2. Cartoons als „Begleiter“ von Kindern	20
3.3. „Reality TV“ und kindliche Weltbilder	25
3.4. Was Kinder den Nachrichten entnehmen - Ein Stufenmodell	29
4. Kontexte der Rezeption: Die ungebrochene Bedeutung der Familie	33
4.1. Der Familienhaushalt als primärer Ort der Mediennutzung	33
4.2. Fernsehen in unterschiedlichen Familienformen	38
4.3. Gemeinsame Fernsehrezeption in der Familie und die Konstruktion der Männerrolle: Ein Forschungsbeispiel	44
5. Multimedia und PC: Neue ökologische Zonen als Herausforderungen an Kinder und Medienforschung	51
6. Werbung und Konsum in den kindlichen Lebenswelten	63
7. Konzeptueller Ausblick und Schlußfolgerungen	75
7.1. Stand der Forschung	75
7.2. Sozialökologie als Interpretationsrahmen	78
7.3. Zeitdiagnostische Überlegungen	82
7.4. Medien und Identitätsentwicklung in einer als „postmodern“ interpretierten Gesellschaft	87
7.5. Medienökologie und Medienpädagogik	89
7.6. Medienökologie und Kinderpolitik	91
8. Literatur	93
9. Erweiterte Bibliographie Medien	107
9.1. Aspekte der Medienentwicklung und theoretische Ansätze der Medienforschung	107
9.2. Medien und Kinder	117