

Handbuch Medien: Medienforschung

Konzepte, Themen, Ergebnisse

Herausgeber:
Horst Dichanz

Bundeszentrale
für politische
Bildung 

Inhalt

Vorwort	7
1. Einführung: Medienforschung, Medienerziehung und Medienkompetenz <i>Horst Dichanz</i>	9
2. Grundlegende Beiträge	
<i>Marie-Luise Kiefer</i> Massenkommunikation 1995. Ergebnisse der siebten Welle der Langzeitstudie zur Mediennutzung und Medienbewertung	20
<i>Wolfgang Darschin, Bernward Frank</i> Tendenzen im Zuschauerverhalten	38
<i>Dieter Baacke, Günter Frank, Martin Radde</i> Medienwelten - Medienorte	50
<i>Uli Gleich</i> Politikvermittlung und politische Partizipation durch Medien	54
<i>Jo Groebel</i> Kinder und Medien in der internationalen Forschung	60
3. Medien, Lernen und Sozialisation	
<i>Ulrike Six, Gunnar Roters</i> Hingehört. Das Radio als Informationsmedium für Jugendliche, Zusammenfassung und Fazit für die Praxis in der Medienpädagogik und Jugendwellen	68
<i>Paul Klimsa</i> Kognitions- und lernpsychologische Voraussetzungen der Nutzung von Medien	73
<i>Ralf Vollbrecht</i> Der Wandel der Jugendkulturen von Subkulturen zu Lebensstilen	101
4. Medien und Jugend	
<i>Sabine Feierabend, Thomas Windgasse</i> Was Kinder sehen	108
<i>Dieter Baacke</i> Strukturelle und inhaltliche Veränderungen der Jugendphase und Folgerungen für das Gewaltphänomen	121
<i>Bettina Hurreimann</i> Leseförderung	129
<i>Sabine Feierabend, Walter Klingler</i> Jugendliche Medienwelten. Basisdaten aus der Untersuchung JIM 98 - Jugend, Information, (Multi)-Media	140
<i>Ursula Krambrock</i> Computerspiele - Spielarten eines neuen Mediums und Spielverhalten jugendlicher Computerfans	171
<i>Michael Kunczik, Astrid Zipfel</i> Wirkungen von Gewaltdarstellungen	177

Inhalt

5. Kinder und Werbung

<i>Ralf Vollbrecht</i> Wie Kinder mit Werbung umgehen	188
<i>Klaus Neumann-Braun, Jens R. Erichsen</i> Kommerzialiserte und mediatisierte Kindheit - eine aktuelle Bestandsaufnahme	196
<i>Michael Charlton, Klaus Neumann-Braun, Armin Castello, Markus Binder</i> Werbekonsum und Werbekompetenz von 4 - 14jährigen Kindern	207
<i>Stefan Aufenanger</i> „Kindersendungen“ und Unterbrecherwerbung - ein kritischer Beitrag zur Definitionsproblematik	228

6. Basisdaten zur Mediennutzung

(Statistische Daten aus aktuellen Befragungen)	239
Angemeldete Hörfunk- und Fernsehgeräte 1975 - 1997 + Kabelanschlüsse, (MP Basisdaten 1997, S. 4 + S. 5) + Unterhaltungselektronik: Geräteausstattung 1997-1997 (MP Basisdaten 1997, S. 66)	240
Satellitenempfangsanlagen, (MP Basisdaten 1997, S. 10)	242
Mediennutzung und Freizeitbeschäftigung 1997 (MP Basisdaten 1997, S. 69)	243
Zeitbudget für audiovisuelle Medien 1987-1997 (MP Basisdaten 1997, S. 68)	244
Fernsehnutzung im Überblick 1993 - 1996 (MP Basisdaten 1997, S. 71) - nur Deutschland gesamt	245
Fernsehnutzung nach Programmen (MP Basisdaten 1997, S. 73) - nur Deutschland gesamt	245
Programmleistung von ARD und ZDF 1996 (MP Basisdaten 1997, S. 16)	245
Programmstruktur von ARD, ZDF, RTL, SAT 1 und Pro Sieben 1990 -1996 (MP Basisdaten 1997, S. 25)	246
Spartenkompetenz der TV-Programme, Tab. Media Perspektiven 1997, in: Medienspiegel 21 (1997), Nr. 23, S. 3	247
Grunddaten: Bruttowerbeaufwendungen u. Werbevolumen (MP1997H. 6, S.299)	248
Bertelsmann-Konzern: Rundfunkbeteiligungen (MP Basisdaten 1996, S. 28) + Bertelsmann-Konzern: Printbeteiligungen + Multimedia-beteiligungen (MP Basisdaten 1997, S. 29 + 30)	249
Beteiligungsverhältnisse im privaten Fernsehen 1997 (MP Basisdaten 1997, S. 28)	252
Publikumszeitschriften: Titelzahl der zehn größten Titel (MP Basisdaten 1997, S. 58)	253
Monatliche Aufwendungen für Massenmedien 1991 - 1996 (MP Basisdaten 1997, S. 86)	254
Verzeichnis der Originalbeiträge	255
Verzeichnis der Autoren	257
Sachregister	259