

Wie Kleinkinder fernsehen.

Ergebnisse einer qualitativen Langzeitstudie

Anja Klimsa
Paul Klimsa

Nr. 31

Juli 2007

Herausgeber: Der Rektor der Technischen Universität Ilmenau
Redaktion: Institut für Medien- und Kommunikationswissenschaft,
Prof. Dr. Paul Klimsa
ISSN 1617-9048
Kontakt: Paul Klimsa, Tel.: +49 3677 69 47 31
E-Mail: paul.klimsa@tu-ilmenau.de

Inhaltsverzeichnis

Abstract.....	1
Einführung, Methode der Untersuchung.....	4
Kleinkinder.....	5
Untersuchungsergebnisse in Thesen.....	5
Kleinkinder sehen fern.....	5
Kleinkinder brauchen beim Fernsehen Begleitung von Erwachsenen.....	6
Fernsehen kann eine gute Eltern-Kind-Beziehung fördern.....	7
Kleinkinder entdecken im Fernsehen gern das Bekannte.....	7
Altersabhängig erkennen Kleinkinder filmische Handlung.....	8
Fernsehen kann die Entwicklung des Kleinkindes fördern.....	9
Es gibt Programmangebote, die für Kleinkinder geeignet sind.....	11
Fernsehen taugt bei Kleinkindern nur bedingt als Erziehungs- mittel.....	12
Kinder bemühen sich, die Bedingungen der Fernsehrezeption zu gestalten.....	13
Der Fernsehkonsum von Kleinkindern steigt mit der Beanspruchung der Eltern	13
Kinder brauchen Bewegung um Spannungen abzubauen, daher ist es verständlich, dass sie die Sendungen teilweise stehend, gehend oder hopsend betrachten.....	14
Fazit.....	15
Literatur.....	15

Abstract

Wie die Ergebnisse einer qualitativen Studie zeigen, sehen Kleinkinder, d. h. Kinder im Alter zwischen 12 und 47 Monaten, regelmäßig fern. Die Forschung in diesem thematischen Bereich ist methodisch insofern nicht einfach, weil die Befragung durch soziale Erwünschtheit und negatives Bild des Fernsehkonsums erschwert ist, und die Beobachtung von Familien durch Fremde die Normalität des Familienalltags verändert. Dank der innerhalb von drei Jahren durchgeführten Studie wurde jedoch möglich, zahlreiche Zusammenhänge der Fernsehaneignung von Kleinkindern zu ergründen. Einige Ergebnisse stützen bereits vorhandene Erkenntnisse, einige Ergebnisse sind neu. In dem Beitrag werden in Form von Thesen die Untersuchungsergebnisse erstmalig zusammenfassend vorgestellt.

Einführung, Methode der Untersuchung

Der Forschungsfokus auf Kinder und Fernsehen ist nichts Neues. Die Relevanz der Thematik war schon in den 50er Jahren deutlich. Im Vorwort zu einer BBC-Studie hieß es: *„Some maintained that television was on balance bad, that young children were intent on the screen when they should be out of play, that older children spent on it time that should have gone to their homework, and that adolescents were diverted from their youth clubs and their games. Some stressed the dangers arising from the passive character of television viewing, fearing that it would make young people mentally lazy. Some on the other hand, thought that viewing could help young children, make their homes more attractive, expand their horizons, stimulate new interests, and provide a new basis of contact between generations.”* (Himmelweit/Openheim/Vince, 1958, S. 5)

Obwohl die BBC-Studie ein sehr differenziertes Bild des Fernsehkonsums und der sozialen Implikationen bereits am Ende der 50er Jahre gezeichnet hat und obwohl weitere fundierte Studien und wissenschaftliche Arbeiten auf diesem Gebiet publiziert worden sind (vgl. Theunert/Lenssen/Schob 1995, Kübler/Swoboda 1998, Theunert/Schorb 1996, Feierabend/Mohr 2004), hat sich das negative Bild des Fernsehens in der Öffentlichkeit festgesetzt und weicht über Jahre hinweg nicht einem wissenschaftlich fundiertem, allerdings, naturgemäß viel komplexeren Bild aus. Der Fernsehkonsum von Kindern gilt pauschal als schlecht, da es als Medium die sozialen Zusammenhänge negativ beeinflusst und Kinder im Wachstumsprozess behindert, wie oft behauptet wird (vgl. u. a. Postman 2006, Petzlaff 2000, Spitzer 2006). Dies wird zudem medienwirksam vermittelt z. B. durch die Aussage der Bundesfa-

milienministerin "Wir wissen alle, dass Fernsehen dick, dumm, traurig und gewalttätig macht." (von der Leyen in der ZDF-Sendung »BerlinMitte« vom 19. Oktober 2006). Die Brisanz des Themas verschärft sich noch, wenn es nicht mehr um Kinder im Allgemeinen, sondern um Kleinkinder geht.

Eine Ursache für das Negativimage des Fernsehkonsums von Kleinkindern ist darin zu suchen, dass immer noch zu wenig fundierte empirische Forschung im Bereich der Fernsehaneignung durch Kleinkinder realisiert werden konnte. Wenn für das Alter ab dem fünften Lebensjahr noch Studien und Forschungssynopsen vorliegen, ist die Zahl der Forschungsarbeiten über Kleinkinder (12 bis 47 Monate) sehr gering. Die Gründe hierfür liegen auf der Hand. Schon die Studien über den Fernsehkonsum von Kindergartenkindern stoßen auf Probleme, z. B. die Anmeldung an der speziellen Fernbedienung der GFK. Zahlreiche repräsentative Befragungen klammern Kinder unter 6 Jahren daher von vorne herein aus (vgl. u. a. Klingler/Groebel 1994, mpfs 2007). Die Forschung zur Fernsehaneignung von Kindern im Alter zwischen einem und drei Jahren steht vor noch größeren Barrieren. Der Aufenthalt des Forschers in einer Familie zwecks Beobachtung der Kinder und Eltern beim Fernsehen ist sehr zeitintensiv und stört den normalen Familienablauf. Nur im normalen Tagesablauf lässt sich das normale Verhalten von Kleinkindern beobachten. Ein Interview mit den Kleinkindern scheitert an der Sprachgrenze. Die Befragung der Eltern ist methodisch einfach, erlaubt leider nur bedingt sinnvolle Erkenntnisse zu gewinnen, da die Eltern den Fernsehkonsum ihrer Kinder – allein schon wegen des negativen Images in der Öffentlichkeit – nicht immer realitätsgetreu offenlegen wollen. Kleinkinder sehen jedoch fern, und zwar mehr als nur den Sandmann, d.h. mehr als viele Eltern zunächst zugeben wollen. Nach der ARD/ZDF-Studie „Kinder und Medien 2003“ (Feierabend/Mohr 2004) geben 58% der Mütter an, dass ihre zwei- bis dreijährigen Kinder jeden Tag oder fast jeden Tag fernsehen. Der Durchschnittswert der Fernsehdauer der 2- bis 3-jährigen liegt bei 77 Minuten. Hinzukommt noch die DVD-Nutzung von 6 Minuten pro Tag. Damit liegt dieser Wert deutlich über der Nutzung von Büchern (41% (fast) täglich, 13 Minuten). Spätestens seit den Teletubbies interessiert sich die medienpädagogische Forschung zunehmend für die Fernsehaneignung durch Kleinkinder. Kinder unter 4 Jahren sind sowohl aus entwicklungspsychologischer als auch aus medienpädagogischer Sicht besonders interessant, da sie sich in schnellen Schritten entwickeln, bereits die Zielgruppe von vielfältigen Fernsehangeboten sind und ihre Fernsehaneignung bisher wenig erforscht ist.

In diesem Beitrag wird der Fokus auf Fernsehverhalten von Kleinkindern im Alter zwischen 12 und 47 Monaten gelegt. Hier geht es also nicht darum, wie viele Kleinkinder fernsehen, sondern wie Kleinkinder mit dem Fernsehen umgehen. Basis

der Erkenntnisse ist die strukturierte Beobachtung und nach Möglichkeit Befragung von Kindern (5 Jungen und 4 Mädchen), sowie Befragung der Eltern (Väter und Mütter). Zu Beginn der Untersuchung waren die Jungen im Alter von 1, 6, 14, 21 und 23 Monaten, die Mädchen im Alter von 3, 19, 23 und 25 Monaten. Unsere Beobachtungen starteten bei den unter einjährigen Kindern jeweils mit Erreichen des ersten Geburtstages. Die Kinder sind zum überwiegenden Teil aus Akademikerfamilien (mindestens ein Elternteil verfügt über einen Hochschulabschluss). Lediglich zwei Kinder stammen aus Familien, deren Eltern zwar ein Abitur aber eine Berufsausbildung absolviert haben. Die Eltern der Kinder waren mit Beginn der Schwangerschaft beide berufstätig. Alle Mütter beanspruchten Elternzeit, wobei zwei Mädchen bereits mit 9 Monaten auch außerhalb der Familie betreut wurden (Tagesmütter bzw. Kindertagesstätte). Mit Erreichen des dritten Lebensjahres wurden alle beobachteten Kinder ganz oder teilweise auch außerhalb der Familie betreut. Zu den Familien, die an der Langzeitstudie teilnahmen, bestanden sehr gute Beziehungen, so dass es möglich war, an deren Alltag unauffällig teilzunehmen. Die Befragungen und Beobachtungen wurden mit Eltern und Kindern über drei Jahre hinweg als Teil normaler Interaktionen durchgeführt. In unregelmäßigen Abständen (nie länger als 3 Monate auseinander) verbrachten die Beobachter mindestens 4 Stunden mit der jeweiligen Familie, wobei die Kinder beim Fernsehen und Spielen, beobachtet wurden. Ergänzend fanden mit den Kindern strukturierte Gespräche über Fernsehsendungen statt, die sie nach Angaben der Eltern sahen bzw. von denen man annehmen konnte, dass sie gesehen wurden. Parallel wurden strukturierte Gespräche mit den Eltern über den Fernsehkonsum ihrer Kinder durchgeführt. Im Anschluss an diese Treffen wurden von den Beobachtern Notizen ausgewertet und zusätzlich gemeinsame Gedächtnisprotokolle angefertigt. Die vorliegende Untersuchung erhebt selbstverständlich keinen Anspruch auf Repräsentativität. Die kleine Fallzahl und die Auswahlkriterien der Familien machen dies unmöglich. Wenn man hier im Rahmen der Vorstellung der Erkenntnisse von Kleinkindern bzw. Eltern spricht, werden stets nur die in der Studie beobachteten Kinder und deren Eltern gemeint. Eine Verallgemeinerung ist methodisch nicht begründbar. Aber trotz und gerade wegen dieser Auswahl ermöglicht die Studie einen guten Einblick in das authentische Familienleben und erleichtert somit das Verstehen der Bedeutung und der Rolle des Fernsehens in Familien mit Kleinkindern. Unsere Untersuchung kann also als Fortführung der bisherigen Forschungsbemühungen gesehen werden (u. a. Charlton/Bachmair 1990, Charlton 1995, Götz 1999) und als eine weitere Grundlage sowohl für eine notwendige Diskussion als auch für weitere Forschung dienen. Wünschenswert wäre auch, dass die Ergebnisse einen Anstoß für Veränderungen im Fernsehprogramm für Kleinkinder geben, deren Bedürfnisse viel zu wenig bei der Programmplanungs- und -gestaltung berücksichtigt

werden. Hier versagen sowohl private als auch öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten. Die Annahme, wenn nichts angeboten wird, gibt es auch kein Konsum, ist im Licht der Erkenntnisse nicht haltbar.

Kleinkinder

Um das Beobachtete besser einordnen zu können, ist es notwendig, die Entwicklung von Kindern im Alter zwischen 12 und 47 Monaten zu kennen. Die Entwicklung der Kinder wird durch die Reifung, die Erfahrung der materiellen sowie der sozialen Umwelt bestimmt. Das Gleichgewicht zwischen diesen Faktoren ist zudem eine notwendige Voraussetzung für günstige Entwicklung (Piaget 1970). Die Medien sind ein Teil sozialer Umwelt und ein bedeutender – natürlich aber nicht der einzige – Sozialisationsfaktor. Familie oder Kindergarten sind die primären Elemente der Umwelterfahrung. „Das Fernsehen ist dabei [unter den Medien] der wichtigste Sozialisationsfaktor, dessen Einfluss in den Familien allein durch die Zeit, die damit verbracht wird, offensichtlich ist“ (Freierabend/Mohr 2004, S. 460). Die Entwicklung der Kinder vollzieht sich in Phasen, die durch Iterationen der Handlung und Wahrnehmung charakterisiert werden (vgl. Piaget 1991). Iterationen der Wahrnehmung der Fernsehinhalte gehören dazu. Die Differenzen im Entwicklungsstand der 1-Jährigen und der 3-Jährigen sind erheblich, denn jedes Kind hat sein eigenes Entwicklungstempo und große Variationen sind durchaus normal (vgl. Largo 2007 a, b). Während sich nach Piaget's Theorie der kognitiven Entwicklung (Piaget 1970, 1991) das 1,5-jährige Kind in seiner geistigen Entwicklung in der letzten Phase der sensumotorischen Periode befindet, beginnt bei dem 3-jährigen Kind die präoperationale Periode mit einem enormen Wachstum des Vorstellungsvermögens. Die Frage „warum?“, die Kinder in diesem Alter so oft stellen, versinnbildlicht den Stand der Entwicklung. Kleinkinder beginnen bereits mit Als-ob-Spielen, die sich mehr und mehr von realen Gegebenheiten lösen.

Grüniger und Lindenmann haben (2000, S. 16f) aus der Theorie von Piaget beispielsweise folgende Schlussfolgerungen bezüglich des Fernsehverhaltens der Vorschulkinder – d. h. auch älter als Kleinkinder – abgeleitet:

- Kinder im Vorschulalter sind nicht in der Lage, die Komplexität der filmischen Handlung zu erfassen.
- Eine filmische Handlung wird nicht verstanden, weil die Kinder Probleme haben, sich in die Lage des anderen zu versetzen.
- Kindern fehlt das Handwerkzeug, um im Film dargestellte Handlungen mit einer tiefer liegenden Moralordnung in Beziehung zu setzen.

- Kinder brauchen zahlreiche Wiederholungen, da durch schnelle Informationsdarbietung zahlreiche Fragen unbeantwortet bleiben.

Zu Beginn der Studie stellte sich die Frage, inwiefern diese und eine Reihe weiterer Annahmen empirisch gestützt werden können, bzw. wie weit sie sich als problematisch erweisen und revidiert werden müssen.

Untersuchungsergebnisse in Thesen

Die Ergebnisse der Langzeitstudie werden hier in Form von Thesen vorgestellt. **Es wird noch einmal nachdrücklich darauf hingewiesen, dass eine Verallgemeinerung auf alle Kinder der Altersgruppe bzw. auf alle Familien nicht möglich ist, da sich die Aussagen in diesem Beitrag nur auf die untersuchte Gruppe beziehen.** Es wird auch darauf verzichtet, alle Aussagen mit Beispielen zu belegen, was den Rahmen des Beitrags sprengen würde. Diese Darstellungsweise ermöglicht aber eine bessere Übersicht über die Ergebnisse der Studie selbst.

Kleinkinder sehen fern.

Nach aktuellen Forschungsergebnissen (Feierabend/Mohr 2004) sehen zwei- bis dreijährige durchschnittlich 77 Minuten täglich fern. Im Zuge unserer Beobachtung und Befragung konnten wir feststellen, dass alle beobachteten Kleinkinder fernsehen. Die Dauer der Nutzung von Fernseher, DVD bzw. Video pro Tag schwankte zwischen 0 und 90 Minuten (vereinzelt auch bis 240 Minuten). Tage ganz ohne Fernsehen waren selten. Alle von uns beobachteten Kleinkinder sahen im gemeinsamen Wohnzimmer fern. Den Kleinkindern steht mit dem KI.KA und Super-RTL zwischen 06.00 und 21.00 ununterbrochen ein – wenn auch für die Kleinkinder nicht immer geeignetes (auch bei KI.KA nicht) – Kinderprogramm zur Verfügung. Hinzu kommen noch das Kinderprogramm der anderen Sender (insbesondere am Samstag/Sonntag Vormittag) sowie Pay-TV Sender wie Boomerang TV oder JUNIOR. In unserer Untersuchung stellten wir fest, dass die Kleinkinder bei altersgerechtem Angebot sehr lange fern sehen (bis zu 240 Minuten) und sich bei Bedarf Spielzeuge zum Fernseher (Bausteine, Puppe etc.) holen, so dass Fernsehen auch zum Nebenmedium wurde. Kleinkinder sind in der Lage, die Aufmerksamkeit vom Fernsehen abzuwenden, wenn die Inhalte unverständlich oder uninteressant sind. Bei nichtaltersgerechten Angeboten entzogen sich die Kinder sehr schnell, indem sie das Zimmer verließen oder sich anderen Reizquellen ganz zuwandten, bzw. – je nach Alter – Unmut äußerten sowie ein angemessenes, „für Kinder gemachtes“ Programmangebot forderten. Zum Anfang suchten noch alle Eltern das Programm für Ihre Kinder aus und bedienen selbst Fernsehen/DVD-Player/Video-Player. Im Laufe des zweiten Le-

bensjahres können die Kinder aus den bekannten Inhalten schon selbst aussuchen und ihre Wünsche bezüglich des Fernsehkonsums mitteilen. Zwischen zwei und drei Jahren können sie die Geräte teilweise auch selbst bedienen. Die Begründung der Entscheidung für ein Fernsehangebot bleibt sehr oberflächlich. Kriterien für gute und schlechte Sendungen sind sehr formal (Zeichentrick, lustig, schön). Kleinkinder brauchen noch Hilfe bei der Auswahl der Programme. Hier müssen sich Eltern zum Großteil auf ihr Gespür verlassen, denn Empfehlungen für Kinder unter drei Jahren sind in der Regel nicht vorhanden. Selbst in „Flimmo“, der Programmberatungszeitschrift für Eltern, beginnt die Altersskala erst bei drei Jahren. Hier werden Biene Maja, Wicki und die starken Männer, Lauras Stern etc. empfohlen. Aber auch unter Dreijährige nehmen diese Angebote an und sehen fern, teilweise mehr als über vierjährige Kinder.

Kleinkinder brauchen beim Fernsehen Begleitung von Erwachsenen.

Wenn Fernsehen so zeitig beginnt, muss auch die Medienerziehung zeitig beginnen. Im ersten Schritt heißt dies, zu lernen, den Fernseher auch wieder abzuschalten oder auszuwählen, was man sehen möchte. Sobald Kleinkinder entdeckt haben, dass der Fernseher interessante Reize bietet, wollen sie diese Reize haben und fordern diese ein. Unsere Beobachtung wird von den Daten der ARD/ZDF-Studie „Kinder und Medien 2003“ gestützt. Hier gaben 80% der befragten Mütter an, dass Kindersendungen des KI.KA jüngere Kinder richtig fesseln. Wir beobachteten, dass Kleinkinder mehr Fernsehen fordern, als Eltern es für sinnvoll erachten. Besonders schwer fällt es, den einmal eingeschalteten Fernseher mit altersgerechtem Programm wieder abzuschalten. Die Vorschau auf das nächstfolgende Programm erschwert dies zusätzlich. Eltern müssen den Fernsehkonsum der Kleinkinder steuern. Hier helfen z. B. feste Rituale. Solche Fernsehrituale konnten wir in allen Familien beobachten, meist wird gemeinsam das Sandmännchen vor bzw. nach dem Abendbrot gesehen. Diese Rituale veränderten sich im Laufe der Zeit, sodass andere Sendungen und Sendezeiten über eine lange Zeit hinweg präferiert werden. Wir konnten beobachten, dass es den Kindern unterschiedlich schwer fällt, diese Rituale zu brechen. Wenn eine Serie zu Ende war oder ausfiel oder wegen einer unattraktiven Beschäftigung nicht gesehen werden konnte, waren sie traurig bis wütend. Wenn hingegen ein sehr attraktives Alternativangebot (Spiel) bestand, waren sie wenig emotional betroffen oder entschieden sie sich, vor die Wahl gestellt, ausnahmslos für das Alternativangebot.

Zur Medienerziehung gehört in diesem Alter aber nicht nur die kritische Begleitung der Kinder beim Fernsehen und das Begrenzen der Sehdauer, sondern auch in der Vermittlung des Bildes von Fernsehen als Mittel zur Befriedigung von Bedürfnissen. Kinder brauchen die Hilfe der Eltern (z. B. Programmauswahl, Erklärung

gen), damit sie Medienkompetenz aufbauen können. Kleinkinder, die fernsehen, üben sich sehr zeitig im Umgang mit dem Medium und lernen das Erfassen von linearen Erzählstrukturen und können zeitig ein Verständnis für die kulturelle Bedeutung des Geschichtenerzählens entwickeln. Auch das Verständnis für dramaturgische Erzählformen und den Einsatz dramaturgischer Gestaltungselemente (z. B. Musik) sowie die Entwicklung von ästhetischen Kriterien für die Beurteilung der Medienangebote kann durch Medienerziehung bereits im Kleinkindalter beginnen. In unserer Untersuchung stellten wir fest, dass die Eltern den Kindern begründeten, warum sie bestimmte Sendungen nicht für geeignet halten, warum jetzt so spannende Musik zu hören ist oder woran zu erkennen ist, dass jemand beispielsweise träumt.

Fernsehen kann eine gute Eltern-Kind-Beziehung fördern.

Fernsehen spielt in der Eltern-Kind-Beziehung eine ambivalente Rolle. Zum einen kann es die Beziehung stören, indem Eltern oder Kind zu viel Zeit jeweils allein damit verbringen oder indem die Fernsehdauer zum Streitthema wird. Andererseits kann das Fernsehen die Beziehung stärken. Wir beobachteten in den untersuchten Familien, dass die Kleinkinder und ihre Eltern oft die Fernsehzeit als Zeit für intensiven Körperkontakt nutzten. Die Kinder kuschelten sich an und wurden gestreichelt. Außerdem beschäftigten sich die Eltern, indem sie das Programm der Kinder sahen, mit deren Themen. So entstanden neue Spielideen. Einige Familien erlebten diese Fernsehzeit auch als gemeinsame Auszeit. Insbesondere nach einem anstrengenden Tag ist das gemeinsame abendliche Fernsehen ein beliebtes Ritual, welches in allen beobachteten Familien das klassische Zubettgeh-Ritual Vorlesen eines Buches nicht verdrängte. So bietet das Fernsehen auch eine Hilfe bei der Strukturierung des Tages.

Kleinkinder entdecken im Fernsehen gern das Bekannte.

Nicht das Unverständnis für die Handlung veranlasst die Kinder zur ständigen wiederholten Rezeption der Medieninhalte – dazu gehören natürlich alle Medien, wie Erzählung, Buch, Musik usw. – sondern das Wiedererkennen von vertrauten Figuren/Inhalten/Strukturen in der Darbietung. Die Bedeutung der Wiederholung ist nicht zu unterschätzen. Die Produzenten von Teletubbies nutzen beispielsweise die Wiederholung in dem jeweils eingespielten „Alltagsfilm“. Kinder im Alter zwischen ca. 18 und 24 Monaten greifen das wiederholte Medienangebot gern auf. Ältere Kinder – für die sich die Sendung Teletubbies in der Regel nicht gut eignet – können und wollen vertraute und beliebte Inhalte immer wieder rezipieren. So erklärt sich, dass sie immer wieder dieselben Inhalte auf DVD oder Video sehen wollen. Dabei ist die Unterscheidung zwischen normalem Fernsehprogramm und Programm aus einem Speichermedium noch nicht sicher. So forderten 2 Kinder, bestimmte Szenen des Fern-

sehprogramms noch einmal ansehen zu wollen. Ein 34 Monate altes Mädchen in unserer Beobachtungsgruppe hatte „Drei Haselnüsse für Aschenbrödel“ so oft gesehen, dass es den Inhalt vereinfacht, aber chronologisch nachspielte. Alle Kinder freuten sich über den immer gleichen Vorspann/ Nachspann ihrer Lieblingssendungen und sangen teilweise die Titelmelodien mit und tanzten dazu.

Altersabhängig erkennen Kleinkinder filmische Handlung.

Im Alter von 12 Monaten sind Kleinkinder noch nicht in der Lage eine filmische Handlung zu erkennen. Hier werden lediglich bunte Bilder, Musik und sehr einfache Slapstickelemente wahrgenommen. Daran haben die Einjährigen bereits Spaß. Ältere Kinder (ab ca. 24 Monaten) folgen einer altersgerechten Handlung dagegen sehr gut, zunächst einem einzigen Handlungsstrang mit einfachen, alltagsbezogenen Handlungen (z. B. Pingu) und ab dem 3. Lebensjahr zwei Handlungssträngen in einem altersgerechten Film (z. B. Nils Holgerson). Es hängt von der Art der filmischen Handlung ab, ob Kinder in der Lage sind, die Inhalte zu erkennen. Langsame Handlungen und leicht zu verfolgende kurze Geschichten können in ihren Grundzügen bereits von Kleinkindern verstanden werden. So erklärt ein 2,5-jähriger Junge, dass der kleine Maulwurf einen Brunnen für die Tiere ausgräbt und ein 2-jähriges Mädchen, dass Laura zur Oma fährt und ihren Bruder nicht mitnehmen will. Komplexere und längere Geschichten werden erst mit drei Jahren erkannt. Hier konnten die Kinder, wenn die Eltern die Geschichte nacherzählt haben und fragten „und was passierte dann“ die Haupthandlungen wiedergeben. Empathie-Empfinden und hohe Identifizierung mit den Protagonisten ist ca. ab dem 30. Monat eindeutig. In diesem Alter begann auch das Nachahmen der Handlung. Gut und Böse als Gegensätze werden schon mit zwei Jahren verstanden. Die zweijährigen Kinder wussten immer genau, wer der Gute und wer der Böse ist. Diese altersgerechten Moralvorstellungen (Gut/Böse) erlauben es den Kindern die Handlung zu bewerten. Die beobachteten Kleinkinder verstanden dabei in keinem Fall die Handlung so, wie wir Erwachsenen sie verstanden. So wurden nur die Hauptereignisse erinnert, die moralische Dimension, die über Gut/Böse hinaus geht, blieb selbst fast Vierjährigen verborgen, wie wir ergänzend feststellen konnten. Dennoch verstanden die Kleinkinder zumindest Teile der Handlung und filterten das für sie Interessante heraus (mal eine Verfolgungsjagd, mal das Fangen eines Tieres, mal den Vater/Kind Konflikt).

Fernsehen kann die Entwicklung des Kleinkindes fördern.

Kleinkinder haben die angeborene Bereitschaft, sich neuen, unbekanntem und unvertrauten Reizen zuzuwenden und sie durch Inspektion und Manipulation zu erkunden. Diese Bereitschaft wird als Neugier bezeichnet (vgl. Berlyne 1974) und ist für die

geistige Entwicklung zentral. Zum Neugierverhalten gehören Inspizieren, Betasten, Manipulieren und Fragenstellen. Interessante Reize regen das Neugiermotiv an und fordern Aufmerksamkeit und Zuwendung heraus. Das Fernsehen erregt durch bunte Bilder und Töne die Neugier von Kleinkindern. Dabei bietet das Fernsehen eine Anregung, die neben dem visuellen auch den akustischen Sinneskanal anspricht. Alle von uns beobachteten Kinder wandten sich dem Fernsehangebot spontan zu und waren neugierig.

Diese Neugier kann beim Fernsehen durch Inspizieren und Fragenstellen befriedigt werden. Die von uns beobachteten Kinder versuchten auch durch Betasten und Manipulation die Welt des Fernsehens zu begreifen. So findet man Geld oder kleine Spielzeuge im Videorecorder, die Fernscheibe weist dauernd kleine Fingerspuren auf und Gerätekabel werden absichtsvoll geknotet. Die dingliche Auseinandersetzung steht jedoch nicht im Zusammenhang mit den Inhalten im Fernsehen. Eltern können das hohe Motivationspotential, das Fernsehen hat, als Anreiz für vielfältige und kreative Auseinandersetzungen mit der dinglichen Welt nutzen. 2-jährige lieben es, Situationen nachzuspielen und in ihre Lieblingsfigur zu schlüpfen, Szenen zu malen oder ihre Fernsehhelden zu kneten etc. Fernsehen kann, wie andere Anregungen auch, die kognitive Entwicklung unterstützen, wenn es nicht als Hindernis oder Ersatz für vielfältige andere Anregungen dient. Fernsehen ersetzt nicht das Toben in der Natur und das Entdecken von kalt und warm etc., aber es kann neue Welten zugänglich machen.

Wir stellten fest, dass Kleinkinder ab 2 Jahren Angstlust erleben, das heißt die Erregung genießen, die Angst bei ihnen auslöst. Diese Angstlust erlebten die von uns beobachteten Kinder, wenn einem Protagonisten der gesehenen Handlung etwas für sie Verständliches und Vorhersehbares und dabei aber Gefährliches passierte (Ärger mit den Eltern zeichnet sich ab, Tier wird gefangen genommen). Wir beobachteten, dass die Kleinkinder auf diese Spannungszustände mit motorischer Aktivität oder mit der Suche nach Körperkontakt reagierten. Um es deutlich zu betonen: Angst kann nur, wenn sie im für Kinder zu bewältigenden Maß bleibt, anregend wirken und so die Informationsaufnahme und ihre tiefere Verarbeitung begünstigen (Mackowiak/Trudewind, Zugriff am 05.03.2007). Das Fernsehen bietet Kleinkindern die Möglichkeit, solche Spannungsmomente zu erleben und so neue Informationen und Erfahrungen zu sammeln. Es muss aber davor gewarnt werden, Kleinkinder mit für sie völlig ungeeignetem Fernsehangebot – Angebote für wesentlich ältere Kinder oder gar Erwachsene – zu überfordern. Daher ist es wichtig, beim Fernsehkonsum der Kleinkinder stets dabei zu sein und nicht darauf vertrauen, dass das Kinderprogramm der Fernsehanbieter den Anforderungen dieser speziellen Zielgruppe stets gerecht wird. Da sogar das Programm des öffentlich-rechtlichen KI.KA nicht gewaltfrei sein

kann, besteht die berechtigte Sorge, ob das gerade gesendete Angebot von Kleinkindern verarbeitet werden kann. Empfehlungen für Eltern – viel differenzierter als aktuell in Programmangaben – wären sehr hilfreich.

Fernsehen kann die Sprachentwicklung des Kleinkindes fördern, wenn es gemeinsam mit Erwachsenen fernsieht. So wurden nicht nur unbekannte Wörter erfragt und vom Erwachsenen erklärt, sondern Szenen nacherzählt. Fernsehen wird so zum Anlass neue Wörter und über sie neue Sinnwelten zu entdecken, miteinander über das gemeinsam Gesehene zu sprechen und Sprache auszuprobieren. Auch Gefühle und deren Wahrnehmung waren im Austausch über das Gesehene relevant. Eltern benannten Gefühle der Figuren, in der Annahme, dass Gefühle anderer von Kleinkindern nur sehr begrenzt wahrgenommen werden können. So übten Eltern mit ihren Kleinkindern, Gefühle zu benennen und an anderen zu erkennen. Dies kann als ein Baustein zur Empathieförderung betrachtet werden, der in diesem Alter als sehr sinnvoll zu bewerten ist, denn hier beginnen Kinder, Empathie zu entwickeln (vgl. Berk 2005).

Fernsehgeschichten fördern die Ausprägung von Phantasie, wenn sie ähnlich wie Bücher mit den Eltern gemeinsam genutzt und immer wieder aufgegriffen werden. Fernsehgeschichten können andere Welten eröffnen, Situationen kreieren und andere Rollen aufzeigen. Im Fernsehen finden schon Kleinkinder Anregungen für das eigene Spiel oder für die Bewältigung aktueller Probleme. So spielen Kinder Szenen nach, oder schlüpfen in die Rolle eines Protagonisten („ich bin Lars der Eisbär“). Eltern können dies aufgreifen und so z. B. beim Mittag darauf hinweisen, dass „Lars der Eisbär unheimlich gern Fisch isst“. Auch Anregungen für die Lösung von Entwicklungsaufgaben und Problemen (z. B. was sind Freunde, wie vertrage ich mich mit meinem Geschwisterkind) sind im von Kleinkindern gesehenen Programm vorhanden und werden mit Unterstützung der Eltern wahrgenommen. Für Kleinkinder geeignetes Fernsehprogramm bietet den Eltern die Möglichkeit, die Entwicklung ihrer Kleinkinder zu fördern. Diese Möglichkeit muss jedoch als solche wahrgenommen und genutzt werden. Eine Reizüberflutung kann durch das vielfältige Programmangebot leicht passieren. Auch hier müssen die Eltern steuern.

Es gibt Programmangebote, die für Kleinkinder geeignet sind.

Programmangebote sind für Kleinkindern geeignet, wenn sie mit Interesse oder Spaß wahrgenommen werden und die Inhalte aus pädagogischer Sicht als unbedenklich (minimale Förderung) oder förderlich (maximale Förderung) einzustufen sind. Aus der Art der Zuwendung/Abwendung schlossen wir darauf, welche Merkmale geeignete Programmangebote für Kleinkinder haben sollen. Sendungen für ältere Kinder und für Erwachsene sind für Kleinkinder in der Regel nicht geeignet, da sie auf

Grund Ihrer Komplexität und Themenwahl auch bei pädagogischer Unbedenklichkeit wenig Gewinn für Kleinkinder bedeuten. Kleinkinder bevorzugen Zeichentrick. Solche Angebote werden von Kleinkindern als Angebot für sie interpretiert. Das anfängliche Interesse verebbt jedoch, wenn die Inhalte von den Kleinkindern nicht verstanden werden. Sendungen ohne Dialoge, mit Geräuschen und mit Musik (z. B. Pingu und kleiner Maulwurf) wurden hingegen auch von den kleinsten Kindern (ab ca. 14/16 Monaten) mit Interesse verfolgt. Alltagssituationen der Altergenossen (z. B. bei den Teletubies-Geschichten) verstehen Kleinkinder sehr gut. Wir konnten folgende Merkmale von für Kleinkinder geeigneten Angeboten ausmachen:

- Es werden ebenfalls Kinder (vor allem als Zeichentrickfiguren) gezeigt. Kleinkinder freuen sich über Kinder, wobei diese ruhig etwas älter als sie selbst sein können.
- Einfache und von den Kindern vertraute Ankerpunkte werden geliefert: vertraute und einfache Handlungen, Gegenstände des Alltags usw.
- Inhaltliche Redundanzen können gefunden werden. Inhalte, identisch wiederholt, nehmen schon Einjährige wahr (Lala isst Pudding, Po isst Pudding etc.). Inhalte, die redundant verdeutlicht werden, werden auch besser gemerkt (Niels läuft vor Smirre [über Steine, in holen Baumstamm etc.] weg).
- Die Geschichte wird langsam und linear in einem Handlungsstrang erzählt. Erst mit ca. vier Jahren können die Kinder Rückblenden und parallele Handlungsstränge verstehen. Ferner können die beobachteten Kleinkinder nur bei langsamer Entwicklung der Handlung diese gut verstehen und behalten.
- Die Handlungen weisen Slapstickelemente auf. Da Slapstick als analoge Information wahrgenommen wird, konnten bereits Eineinhalbjährige sich an Slapstick erfreuen.
- Das Fernsehangebot wird technisch einfach realisiert. Kleinkinder können nicht so viele Reize auf einmal verarbeiten. Wir beobachteten, dass Sendungen mit wenigen Geräuschen und vor allem mit wenigen Schnitten besser verstanden werden. Es lässt sich zwar auch beobachten, dass eine schnelle Schnittfolge und viele Geräusche (z. B. Schwammkopf) Kleinkinder eine Weile zu fesseln vermögen (vor allem wegen der Slapstickelemente), doch dies hat mit dem Verständnis für die Handlung nichts zu tun. Aus der Tatsache, dass Kinder ein Angebot überhaupt verfolgen, kann man noch nicht seine Eignung für Kinder ableiten.
- Es werden wenige Figuren genutzt. Die beobachteten Kleinkinder konnten keine komplexe Handlung mit vielen Protagonisten verstehen.
- Serien mit vielen Folgen von kurzer zeitlicher Dauer scheinen für Kleinkinder geeigneter zu sein, als längere Angebote. Die beobachteten Kleinkinder

konnten sich noch nicht lange konzentrieren, freuen sich aber stets, bekannte Zusammenhänge und Figuren wieder zu sehen.

- Einige der beobachteten Kleinkinder wollten im 3. Lebensjahr wissen, wie die Geschichte heißt und bevorzugten es, wenn die Titel laut vorgelesen wurden.

Fernsehen taugt bei Kleinkindern nur bedingt als Erziehungsmittel.

Fernsehzug als Strafe oder Fernsehkonsum als Belohnung werden auch in unserer Beobachtung als Erziehungsmittel genutzt. Durch Fernsehverbote bzw. Fernsehbelohnungen wird der Stellenwert des Fernsehens von Kindern falsch eingeschätzt. Fernsehen erlangt auf diese Weise mehr Bedeutung. Wir beobachteten, dass Fernsehverbot sowohl ohne Zusammenhang mit der verursachenden Handlung als auch im Zusammenhang mit der verursachenden Handlung angewendet wird. In beiden Fällen protestieren die Kleinkinder energisch. Aus pädagogischer Sicht bleiben Strafen problematisch und natürliche Konsequenzen sind als Erziehungsmittel vorzuziehen. Da Fernsehverbot in keinem natürlichen Zusammenhang mit beispielsweise schlechtem Essverhalten steht, kann dieses nur als willkürliche Bestrafung verstanden werden. Hier wird nicht das Essen, sondern das Verhindern einer Strafe gelernt. Eine natürliche Konsequenz wäre hier: „wenn du nicht isst, dann musst du, auch wenn du Hunger bekommst, bis zur nächsten Mahlzeit warten“. Fernsehverbot eignet sich nur dann als Erziehungsmittel, wenn die Handlung in direktem Zusammenhang mit dem Fernsehkonsum steht z. B. wenn das Kleinkind nach dem Fernsehen weiter fernsehen will und nicht mit zum Essen kommen will („Wenn du nicht aufhören kannst mit Fernsehen, dann können wir den Fernseher beim nächsten mal nicht wieder einschalten.“) oder wenn das Kind wiederholt auf nichts anderes als Fernsehen Lust hat („Wenn du keine anderen Spielideen hast, brauchst du Zeit, dir neue auszu-denken. Deshalb bleibt der Fernseher aus.“).

Fernsehkonsum der Kinder hat mit dem Fernsehkonsum der Eltern wenig gemeinsam.

Kleinkinder sehen nicht das Programm der Eltern. Hier wenden sie sich vom Fernsehen nach einer Weile ab. Auch Sendungen wie „Mein Baby“ wurden von Kleinkindern nicht mit verfolgt. Im Bezug auf die Dauer des Fernsehkonsums beobachteten wir sowohl Familien, in denen die Eltern selbst wenig fernsehen, mit ihren Kindern aber relativ viel fernsehen, als auch Eltern, die selbst viel fernsehen, mit ihren Kindern aber wenig fernsehen. In Familien, in denen die Eltern eindeutig der Meinung waren, dass Fernsehen ihrem Kleinkind nicht schadet, sahen die Kleinkinder mehr fern als in Familien, in denen Eltern das Fernsehen für Entwicklung ihrer Kleinkin-

der als hinderlich oder gar schädlich einschätzten. Es ist daher davon auszugehen, dass der Fernsehkonsum der Kleinkinder in direktem Zusammenhang mit den subjektiven Medientheorien der Eltern steht. Alle von uns beobachteten Familien schalteten gezielt den Fernseher für ihr Kind ein. Dieses Verhalten stand in keinem Zusammenhang mit dem eigenen Wunsch, fern zu sehen.

Kinder bemühen sich, die Bedingungen der Fernsehrezeption zu gestalten.

Wir konnten beobachten, dass Kleinkinder bereits aktiv eine für sie angenehme Fernsehsituation schaffen wollen. So wollen sie in der Regel in der Nähe ihrer Bezugspersonen bleiben. Sie holen bzw. rufen ihre Bezugsperson zum Fernseher und waren mit der Situation, allein oder nur mit Geschwistern fernzusehen, unzufrieden. Wenn Kleinkinder am Beispiel ihrer Eltern oder Geschwister erfahren, wie die Fernsehsituation besonders angenehm zu gestalten ist, gehen sie dem Bedürfnis nach, ihre Fernsehsituationen ähnlich zu gestalten. So wollen sie bspw. essen oder trinken. Wobei nur in einem der von uns beobachteten Fälle eine Hauptmalzeit vor dem Fernseher eingenommen wurde und diese Situation als Ausnahme deutlich gemacht wurde.

Der Fernsehkonsum von Kleinkindern steigt mit der Beanspruchung der Eltern.

Da Kleinkinder zwischen einem und drei Jahren noch nicht über eine längere Zeit allein spielen können, ist es sehr anspruchsvoll, den Tag ganz allein mit ihnen zu verbringen. Wenn Eltern, in unseren Familien waren es ausnahmslos die Mütter, ihre Kinder den ganzen Tag allein betreuen müssen, kostet sie das Kraft. Das Fernsehen wird als Entlastung wahrgenommen und vor allem dann angeschaltet, wenn besondere Belastungen zusammentreffen. Solche Belastungen waren Tage, an denen der Partner (Vater des Kindes) besonders spät nach Hause kam, wenn die Mutter krank war oder die Aufmerksamkeit der Eltern anderweitig gebunden war (Besuch ohne Kinder, Kochen etc.). Auch leicht kranke Kinder (Schnupfen, Erkältung bzw. leichte Verletzungen usw.) sehen vermehrt fern. Wenn die Beschäftigungsmöglichkeiten stark eingeschränkt sind und langes Spielen an frischer Luft ebenso unmöglich ist, wie andere Kinder zu besuchen etc., liegt der Wunsch nach Fernsehen als Alternative auf der Hand. Kranke Kinder wollen und brauchen besonders viel Zeit mit ihren Eltern. Da die Palette der möglichen und ruhigen Interaktionen jedoch schnell ausgeschöpft ist (Kinderbuch, bauen, malen, kneten), bieten Eltern ihren Kleinkindern Fernsehen an, da sie hier dem Kind Nähe geben können, ohne selbst stark beansprucht zu sein oder auch mal etwas anderes machen können. Wir konnten beobachten, dass der Fernsehkonsum mit Beginn der Mitbetreuung durch Externe (KITA oder Tagesmutter) wieder sinkt, da nun weniger gemeinsame Zeit zur Verfügung

steht und die Eltern diese Zeit intensiv nutzen wollen. Der Fernsehkonsum steigt mit einem Mangel an anderen Beschäftigungsalternativen. So konnten wir auch feststellen, dass im Winter wesentlich mehr ferngesehen wird als im Sommer.

Kinder brauchen Bewegung um Spannungen abzubauen, daher ist es verständlich, dass sie die Sendungen teilweise stehend, gehend oder hopsend betrachten.

Alle Kinder der Untersuchung bewegten sich beim Fernsehen rege. Teilweise verlassen sie sogar das Zimmer, wenn die Spannung zu groß wird. Die Distanz schafft Erleichterung und sie kehrten nach kurzer Zeit neugierig wieder zurück. Die Kinder haben trotz der körperlichen Aktivität das Geschehen im Fernsehen verfolgt. Die Bewegung der Kinder gibt den Eltern wertvolle Hinweise, wie ihre Kinder das Fernsehangebot wahrnehmen und wo sie Unterstützung brauchen. Wenn die Kinder Spannung nicht aushalten können, verlassen sie das Zimmer oder suchen die körperliche Nähe zu einem Elternteil oder einem Gegenstand (Kissen, Kuscheltier). Wenn sie sich freuen, springen sie auf dem Sofa. Wir konnten beobachten, dass ein Elternpaar ihr Kind immer wieder aufforderte, ruhig vor dem Fernseher zu sitzen, sonst würden sie abschalten. Dem Kind fiel es sehr schwer, dieser Aufforderung nachzukommen. Kinder, deren Eltern sie zur Bewegung animierten (z. B. gemeinsam zur Titel- und Abspannmusik tanzen), reagieren ausgeprägt mit Motorik auf Fernsehhalte.

Fazit

Da entgegen der Empfehlungen der meisten Medienpädagogen, Kleinkinder fernsehen, sollten auch für diese Altersgruppe qualitativ hochwertige Sendungen angeboten werden. Die Bezeichnung „qualitativ hochwertig“ bezieht sich dabei sowohl auf die Form als auch auf den Inhalt. Merkmale für geeignete Angebote haben wir bereits aufgeführt. Zu diesen formalen Merkmalen sollten jedoch auch inhaltliche Merkmale kommen. Da das Fernsehen eine bedeutende Sozialisationsinstanz ist, kann und sollte man die Chance nutzen, auch den kleinsten Fernsehzuschauern bereits Anregungen zu geben. Wünschenswert sind mehr Angebote, welche bereits zielgruppenspezifische Anregungen und Informationen bereitstellen. Hierzu zählt die Wahl von für Kleinkinder bedeutsamen Themen wie reale Konflikte oder Alltagssituationen mit kreativen Lösungsvorschlägen. Ebenso ist die Darstellung der ganzen Breite der Geschlechterrollen (mutige Mädchen, Papas in Elternzeit etc.) und verschiedener Handlungsmöglichkeiten wünschenswert. Kleinkinder können komplexere Charaktere (Wiki, Nils Holgerson) in ihrer ganzen Tiefe zwar noch nicht erkennen, sollten aber

trotzdem ein breites Bild geboten bekommen, bei dessen Interpretation die Eltern helfen können.

Wir konnten feststellen, dass Fernsehkonsum für Kleinkinder nicht schlecht ist, wenn er von den Eltern bewusst gesteuert und begleitet wird. Es gibt keinen Grund zur Annahme, dass Eltern ihren Pflichten nicht nachkommen, wenn ihre Kinder fernsehen. Es wäre sinnvoll, anstelle einer pauschalen Verteufelung des Fernsehens, den Eltern zu vermitteln, welches Potential Fernsehen für Kleinkinder hat und unter welchen Bedingungen sich dieses Potential entfalten kann. Büchern wird für die Entwicklung von Kleinkindern eine förderliche Wirkung nachgesagt (vgl. Einsiedler, Zugriff 05.03.2007, Textor, Zugriff 05.03.2007). Fernsehen kann unserer Meinung nach auch diese Wirkung haben, wenn es bewusst und im geeigneten Maß eingesetzt wird.

Literatur

- Berk, Laura E.: *Entwicklungspsychologie*. 3., aktualisierte Auflage. München et al.: PS psychologie, 2005.
- Berlyne, D. E.: *Konflikt, Erregung, Neugier. Zur Psychologie der kognitiven Motivation*. Stuttgart: Klett-Verlag, 1974.
- Charlton, Michael/Bachmair, Ben (eds.) (1990), *Media communication in everyday life*. New York: Saur. (English). Auch auf deutsch: M. Charlton & B. Bachmair (Hrsg.) (1990). *Medienkommunikation im Alltag. Interpretative Studien zum Mediengebrauch von Kindern und Jugendlichen*. München: Saur (Schriftenreihe des IZI, Bd. 24).
- Charlton, Michael. (1995). *Zum Umgang kleiner Kinder mit Medien*. In: C. Rosebrock (Hrsg.), *Lesen im Medienzeitalter* (S. 65-80). Weinheim: Juventa.
- Einsiedler, Wolfgang: *Kleinkindforschung und Kleinkindbetreuung*. Das Online-Familienhandbuch.
<http://www.familienhandbuch.de/cmain/f_Fachbeitrag/a_Kindheitsforschung/s_1815.html> (05.03.07).
- Feierabend, Sabine/Mohr, Inge: *Ergebnisse der ARD/ZDF-Studie „Kinder und Medien 2003. Mediennutzung von Klein- und Vorschulkindern*. Media Perspektiven 9(2004): <http://ard-werbung.de/showfile.phtml/feierabend_mohr_9-2004.pdf?foid=12234> (09.03.2007).
- Götz, Maya: *Begeisterung bei den Kindern, Besorgnis bei den Eltern*. In: *TelevIZION*, 13/1999/2, Seite 54-64. Nachdruck: Jugendhilfe Report, 1/2000, S.9-14, Internationales Zentralinstitut für das Jugend- und Bildungsfernsehen, IZI.

- Grüniger, Christian/Lindemann, Frank: *Vorschulkinder und Medien. Eine Untersuchung zum Medienkonsum von drei- bis sechsjährigen Kindern unter besonderer Berücksichtigung des Fernsehens*. Opladen: Leske + Budrich, 2000.
- Himmelweit, Hilde Therese /Openheim, Abraham Naftali /Vince, Pamela: *Television an the child. An empirical study of the effects of television on the young*. London: Oxford University Press 1958.
- Klingler, Walter/Groebel, Franz-Josef: *Kinder und Medien 1990*. Eine Studie der ARD/ZDF-Medienkommission. Baden-Baden: Nomos 1994.
- Kübler, Hans-Dieter/Swoboda, Wolfgang H.: *Wenn die Kleinen fernsehen. Die Bedeutung des Fernsehens in der Lebenswelt von Vorschulkindern*. Berlin: Vistas 1998.
- Largo, Remo H.: *Babyjahre. Die frühkindliche Entwicklung aus biologischer Sicht*. München: Piper, 2007(a).
- Largo, Remo H.: *Kinderjahre. Die Individualität des Kindes als erzieherische Herausforderung*. München: Piper, 2007(b).
- Mackowiak, Katja/Trudewind, Clemens: *Die Bedeutung von Neugier und Angst für die kognitive Entwicklung. Das Online Familienhandbuch*. Ruhr-Universität Bochum <http://www.familienhandbuch.de/cms/Kindliche_Entwicklung-Neugier_und_Angst.pdf> (07.03.2007).
- mpfs (Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest): *KIM-Studie 2006. Kinder + Medien, Computer + Internet*. Basisuntersuchung zum Medienumgang 6- bis 13-Jähriger. Stuttgart, 2007.
- Petzlaff, Rainer: *Der gefrorene Blick*. Stuttgart: Verlag Freies Geistesleben 2000.
- Piaget, Jean: *Psychologie der Intelligenz*. Zürich, Stuttgart: Rascher Verlag, 1970.
- Piaget, Jean: *Meine Theorie der geistigen Entwicklung*. Frankfurt/M: Fischer Verlag, 1991.
- Postman, Nil: *Wir amüsieren uns zu Tode. Urteilsbildung im Zeitalter der Unterhaltungsindustrie*. Frankfurt/M, Fischer 2006.
- Spitzer, Manfred: *Vorsicht Bildschirm*. München: DTV 2006.
- Textor, Martin R.: *Gehirnentwicklung bei Babys und Kleinkindern – Konsequenzen für die Familienerziehung. Das Online Familienhandbuch*. <http://www.Famileinhandbuch.de/cmain/f_Fachbeitrag/a_Kindheitsforschung/s_2338.html> (05.03.2007).
- Theunert, Helga/Lenssen, Margit/Schorb, Bernd: *Wir gucken besser fern als ihr. Fernsehen für Kinder*. München: KoPäd, 1995.
- Theunert, Helga/Schorb, Bernd: *Begleiter der Kindheit. Zeichentrick und die Rezeption durch Kinder*. München: R. Fischer Verlag, 1996.
- ZDF Sendung „Berlin Mitte“ vom 19.Oktober 2006.

- 01 Rüdiger Grimm, „Vertrauen im Internet – Wie sicher soll E-Commerce sein?“, April 2001, 22 S.
TU Ilmenau, Institut für Medien- und Kommunikationswissenschaft, ruediger.grimm@tu-ilmenau.de
- 02 Martin Löffelholz, „Von Weber zum Web – Journalismusforschung im 21. Jahrhundert: theoretische Konzepte und empirische Befunde im systematischen Überblick“, Juli 2001, 25 S.
TU Ilmenau, Institut für Medien- und Kommunikationswissenschaft, martin.loeffelholz@tu-ilmenau.de
- 03 Alfred Kirpal, „Beiträge zur Mediengeschichte – Basteln, Konstruieren und Erfinden in der Radioentwicklung“, Oktober 2001, 28 S.
TU Ilmenau, Institut für Medien- und Kommunikationswissenschaft, alfred.kirpal@tu-ilmenau.de
- 04 Gerhard Vowe, „Medienpolitik: Regulierung der medialen öffentlichen Kommunikation“, November 2001, 68 S.
TU Ilmenau, Institut für Medien- und Kommunikationswissenschaft, gerhard.vowe@tu-ilmenau.de
- 05 Christiane Hänseroth, Angelika Zobel, Rüdiger Grimm, „Sicheres Homebanking in Deutschland – Ein Vergleich mit 1998 aus organisatorisch-technischer Sicht“, November 2001, 54 S.
TU Ilmenau, Institut für Medien- und Kommunikationswissenschaft, ruediger.grimm@tu-ilmenau.de
- 06 Paul Klimsa, Anja Richter, „Psychologische und didaktische Grundlagen des Einsatzes von Bildungsmedien“, Dezember 2001, 53 S.
TU Ilmenau, Institut für Medien- und Kommunikationswissenschaft, paul.klimsa@tu-ilmenau.de
- 07 Martin Löffelholz, „Von ‚neuen Medien‘ zu ‚dynamischen Systemen‘, Eine Bestandsaufnahme zentraler Metaphern zur Beschreibung der Emergenz öffentlicher Kommunikation“, Juli 2002, 29 S.
TU Ilmenau, Institut für Medien- und Kommunikationswissenschaft, martin.loeffelholz@tu-ilmenau.de
- 08 Gerhard Vowe, „Politische Kommunikation. Ein historischer und systematischer Überblick der Forschung“, September 2002, 43 S.
TU Ilmenau, Institut für Medien- und Kommunikationswissenschaft, gerhard.vowe@tu-ilmenau.de
- 09 Rüdiger Grimm (Ed.), „E-Learning: Beherrschbarkeit und Sicherheit“, November 2003, 90 S.
TU Ilmenau, Institut für Medien- und Kommunikationswissenschaft, ruediger.grimm@tu-ilmenau.de
- 10 Gerhard Vowe, „Der Informationsbegriff in der Politikwissenschaft“, Januar 2004, 25 S.
TU Ilmenau, Institut für Medien- und Kommunikationswissenschaft, gerhard.vowe@tu-ilmenau.de
- 11 Martin Löffelholz, David H. Weaver, Thorsten Quandt, Thomas Hanitzsch, Klaus-Dieter Altmepfen, „American and German online journalists at the beginning of the 21st century: A bi-national survey“, Januar 2004, 15 S.
TU Ilmenau, Institut für Medien- und Kommunikationswissenschaft, martin.loeffelholz@tu-ilmenau.de
- 12 Rüdiger Grimm, Barbara Schulz-Brünken, Konrad Herrmann, „Integration elektronischer Zahlung und Zugangskontrolle in ein elektronisches Lernsystem“, Mai 2004, 23 S.
TU Ilmenau, Institut für Medien- und Kommunikationswissenschaft, ruediger.grimm@tu-ilmenau.de
- 13 Alfred Kirpal, Andreas Illmann, „Die DDR als Wissenschaftsland? Themen und Inhalte von Wissenschaftsmagazinen im DDR-Fernsehen“, August 2004, 21 S.
TU Ilmenau, Institut für Medien- und Kommunikationswissenschaft, alfred.kirpal@tu-ilmenau.de
- 14 Paul Klimsa, Torsten Konnopasch, „Der Einfluss von XML auf die Redaktionsarbeit von Tageszeitungen“, September 2004, 30 S.
TU Ilmenau, Institut für Medien- und Kommunikationswissenschaft, paul.klimsa@tu-ilmenau.de
- 15 Rüdiger Grimm, „Shannon verstehen. Eine Erläuterung von C. Shannons mathematischer Theorie der Kommunikation“, Dezember 2004, 51 S.
TU Ilmenau, Institut für Medien- und Kommunikationswissenschaft, ruediger.grimm@tu-ilmenau.de

- 16 Gerhard Vowe, „Mehr als öffentlicher Druck und politischer Einfluss: Das Spannungsfeld von Verbänden und Medien“, Februar 2005, 51 S.
TU Ilmenau, Institut für Medien- und Kommunikationswissenschaft, gerhard.vowe@tu-ilmenau.de
- 17 Alfred Kirpal, Marcel Norbey, „Technikkommunikation bei Hochtechnologien: Situationsbeschreibung und inhaltsanalytische Untersuchung zu den Anfängen der Transistorelektronik unter besonderer Berücksichtigung der deutschen Fachzeitschriften“, September 2005, 121 S.
TU Ilmenau, Institut für Medien- und Kommunikationswissenschaft, alfred.kirpal@tu-ilmenau.de
- 18 Sven Jöckel, „Digitale Spiele und Event-Movie im Phänomen *Star Wars*. Deskriptive Ergebnisse zur cross-medialen Verwertung von Filmen und digitalen Spielen der *Star Wars* Reihe“, November 2005, 31 S.
TU Ilmenau, Institut für Medien- und Kommunikationswissenschaft, sven.joeckel@tu-ilmenau.de
- 19 Sven Jöckel, Andreas Will, „Die Bedeutung von Marketing und Zuschauerbewertungen für den Erfolg von Kinospielefilmen. Eine empirische Untersuchung der Auswertung erfolgreicher Kinospielefilme“, Januar 2006, 29 S.
TU Ilmenau, Institut für Medien- und Kommunikationswissenschaft, sven.joeckel@tu-ilmenau.de
- 20 Paul Klimsa, Carla Colona G., Lukas Ispandriano, Teresa Sasinska-Klas, Nicola Döring, Katharina Hellwig, „Generation „SMS“. An empirical, 4-country study carried out in Germany, Poland, Peru, and Indonesia“, Februar 2006, 21 S.
TU Ilmenau, Institut für Medien- und Kommunikationswissenschaft, paul.klimsa@tu-ilmenau.de
- 21 Klaus P. Jantke, Gunther Kreuzberger (eds.), „Knowledge Media Technologies. First International Core-to-Core Workshop“, July 2006, 204 S.
TU Ilmenau, Institut für Medien- und Kommunikationswissenschaft, klaus-peter.jantke@tu-ilmenau.de
- 22 Klaus P. Jantke, „Digital Games That Teach: A Critical Analysis“, August 2006, 30+4 S.
TU Ilmenau, Institut für Medien- und Kommunikationswissenschaft, klaus-peter.jantke@tu-ilmenau.de
- 23 Anja Klimsa, Paul Klimsa, „Standardisierung von E-Learning an der TU Ilmenau – Vorschläge zur Entwicklung und Implementierung eines E-Learning-Konzepts“, Oktober 2006, 56 S.
TU Ilmenau, Institut für Medien- und Kommunikationswissenschaft, paul.klimsa@tu-ilmenau.de
- 24 Ilka Siegmund, Markus Stegmann, „Angewandte Medienwissenschaft im Praxistest – Ergebnisse einer empirischen Untersuchung zur Beurteilung der Schlüsselqualifikationen von AMW-Absolventen“, November 2006, 40 S.
TU Ilmenau, Institut für Medien- und Kommunikationswissenschaft, ilka.siegmund@tu-ilmenau.de
- 25 Klaus P. Jantke, „Layered Languages of Ludology. The Core Approach“, November 2006, 24 S.
TU Ilmenau, Institut für Medien- und Kommunikationswissenschaft, klaus-peter.jantke@tu-ilmenau.de
- 26 Klaus P. Jantke, „Eine Taxonomie für Digitale Spiele“, Dezember 2006, 20 S.
TU Ilmenau, Institut für Medien- und Kommunikationswissenschaft, klaus-peter.jantke@tu-ilmenau.de
- 27 Paul Klimsa, Anja Schneider, „State of the Art des Interaktiven TV in Deutschland“, Dezember 2006, 23 S.
TU Ilmenau, Institut für Medien- und Kommunikationswissenschaft, paul.klimsa@tu-ilmenau.de
- 28 Alexandra Bonchor, Paul Klimsa, „Das Repertory Grid. Exploration persönlicher Konstrukte von Kindern über das ZDF-Kindermagazin PuR.“, Januar 2007, 26 S.
TU Ilmenau, Institut für Medien- und Kommunikationswissenschaft, paul.klimsa@tu-ilmenau.de
- 29 Klaus P. Jantke, „JOSTLE 2007“, Februar 2007, 13 S.
TU Ilmenau, Institut für Medien- und Kommunikationswissenschaft, klaus-peter.jantke@tu-ilmenau.de
- 30 Marcel Norbey, „Die Erwartungen älterer Menschen an Geräte der Unterhaltungselektronik – Ergebnisse einer explorativen Studie“, Juli 2007, 71 S.
TU Ilmenau, Institut für Medien- und Kommunikationswissenschaft, marcel.norbey@tu-ilmenau.de

- 31 Anja Klimsa, Paul Klimsa, „Wie Kleinkinder fernsehen. Ergebnisse einer qualitativen Langzeitstudie“, August 2007, 16 S.
TU Ilmenau, Institut für Medien- und Kommunikationswissenschaft, anja.klimsa@tu-ilmenau.de