

Maya Götz

Fernsehen von -0,5 bis 5

Eine Zusammenfassung des Forschungsstands

Der Forschungsstand zum Thema Fernsehen und Kinder bis 5 Jahren zeigt: Selbst Babys interessieren sich schon fürs Fernsehen. Doch vieles spricht dafür, dass erst für Vorschulkinder Fernsehen überhaupt förderlich sein kann. Es kommt jedoch auf die Sendungen und vor allem die Zeitbegrenzung an.

Kinder wachsen heute in einer von Medien durchsetzten Alltagswelt auf, in der Fernsehen nach wie vor das Leitmedium ist. Doch wie und wann beginnt dieses »Hineinwachsen« in die Mediengesellschaft? Wie entwickelt sich Fernsehverstehen, und ist Fernsehen im frühen Alter schädlich oder förderlich? Konkrete Fragen, auf die die empirische Forschung eine Antwort geben sollte. Über das Fernsehen der unter 5-Jährigen ist jedoch im Vergleich zu vielen anderen Fragestellungen und Altersgruppen verhältnismäßig wenig bekannt. Die Bibliothek des IZI weist für dieses Thema etwa 300 Forschungsberichte¹ nach, die im Folgenden in einigen Highlights kurz zusammengefasst werden.

Wann fängt Fernsehen an?

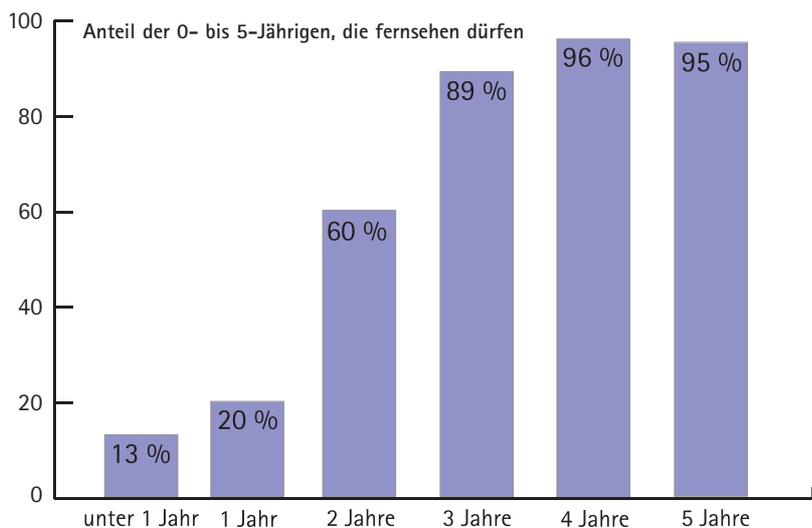
Rezeptionsstudien zum Fernsehen setzen bereits pränatal an. Spätestens ab der 9. bis 16. Schwangerschaftswoche zeigt der Fötus erste Reaktionen auf die Gefühle der Mutter zu bestimmter Musik oder zu bestimm-

ten Bildern (nicht aber auf die Musik selbst). In der 17. bis 23. Woche (5. bis 6. Monat) reagiert der Embryo z. T. energisch auf die Musik, sofern sie der Mutter gefällt. Entsprechend reagiert der Embryo auch auf das Fernsehen der Mutter, verstanden als die Spiegelung von Emotionen der Mutter. Ab der 32. bis 35. Woche (8. bis 9. Monat) variieren diese Reaktionen immer mehr, und der Embryo entwickelt zunehmend von der Mutter unabhängige Reaktionen (Natsuyama 1991, S. 79; Kobayashi 1998). Die Kombination aus »Musik hören« und »Emotionen der Mutter wahrnehmen« deuten auf ein Lernen des Embryos vom Fernsehen hin. Untersuchungen an der Universität von Belfast testeten z. B. Säuglinge von Müttern, die während der Schwangerschaft regelmäßig die Daily Soap *Neighbours* gesehen hatten. Die Babys zeigten sowohl im Mutterleib als auch nach ihrer Geburt signifikante Veränderung in ihren Bewegungsmustern, sobald die Titelmusik erklang: Im Mutterleib wurden sie lebhafter, nach der Geburt wurden sie ruhiger, sobald sie die Musik hörten. Nach mehreren Tests wurde deutlich: Die Kinder erinnern sich speziell an diese Melodie (Hepper 1991, 1996). Insofern lässt sich bereits von einer pränatalen Bedeutung des Fernsehens sprechen. Bewusstes Fernsehen im Sinne der Rezeption des audiovisuellen Mediums stellt das selbstverständlich noch nicht dar.

Wann Kinder mit dem Fernsehen in

ihrem Alltag anfangen, dazu liegen international leider nur wenige Daten vor. In den USA erhebt u. a. die Kaiser Family Foundation regelmäßig, wie viel Zeit Klein- und Vorschulkinder mit Medien verbringen. Nach der Studie aus dem Jahr 2006 haben 79 % der Kinder in den Vereinigten Staaten bereits vor ihrem 2. Geburtstag ferngesehen, 43 % dieser Kinder sehen täglich fern. Besonders hoch ist der Fernsehkonsum in Familien mit niedrigerem Einkommen, geringerer formaler Bildung bzw. afroamerikanischer Abstammung (vgl. Rideout et al. 2006).

Nach einer weiteren US-amerikanischen Studie sehen 2- bis 3-Jährige täglich 2 ½ Stunden fern und 82 Minuten Video. Die gesamte Mediennutzungszeit beläuft sich entsprechend auf 322 Minuten täglich (Jordan/Woodard 2001). Europäische Vergleichsdaten liegen (zumindest englischsprachig) leider nur sehr bedingt vor. In der Türkei beginnen Kinder durchschnittlich mit 2,1 Jahren fernzusehen. Je mehr Geschwister, desto länger und häufiger sehen die Kinder fern (Yalcin et al. 2002). Für die Bundesrepublik wurden in der ARD/ZDF-Studie »Kinder und Medien« Eltern von 2- bis 5-Jährigen befragt (vgl. Feierabend/Mohr 2004): 76 % der 2- bis 3-Jährigen sehen zumindest selten fern, 29 % jeden Tag. Bei den 4- bis 5-Jährigen steigt der Anteil der ZuseherInnen auf 87 %. Gemeinsam mit der Nutzung von Büchern, Kassettenrekordern, Radio etc. verbringen deutsche 2- bis 5-Jäh-



Quelle: IZI-Mütterbefragung 2006/iconkids Mütterbus, befragt wurden 729 Mütter von 0- bis 5-Jährigen

Abb. 1: Dürfen 0- bis 5-Jährige in Deutschland fernsehen?

rige täglich insgesamt 162 Minuten mit Medien. Zum Vergleich: Spielen, Basteln und Malen kommen zusammen auf 229 Minuten.

In einer Erhebung des Internationalen Zentralinstituts für das Jugend- und Bildungsfernsehen² wurden im Jahr 2006 729 Mütter von 0- bis 5-Jährigen befragt, ob sie ihr Kind fernsehen lassen (siehe Abb. 1). Das Ergebnis: Bis zum 2. Geburtstag liegt der Anteil der fernsehenden Kinder in Deutschland unter 20 %. Im 3. Lebensjahr steigt diese Zahl auf 60 % an. In der Altersgruppe der 3-Jährigen dürfen bereits 89 % fernsehen und mit 4 bzw. 5 Jahren liegt dieser Anteil bei über 95 % (zu den Gründen, warum Eltern ihre Kinder fernsehen lassen, vgl. Götz/Bachmann/Hofmann in diesem Heft). Im Vergleich zu den USA fangen Kinder in Deutschland deutlich später mit dem Fernsehen an und nutzen es nur halb so lang. Im Kindergartenalter sieht in Deutschland jedoch nur noch eine kleine Minderheit kein Fernsehen.

Wenn Babys und Klein(st)kinder fernsehen

Das Interesse von Babys am Fernseher beginnt unter natürlichen Bedin-

gungen etwa im 4. oder 5. Monat nach der Geburt (siehe Abb. 2). Unter Laborbedingungen konnte Interesse bereits im 3. Lebensmonat beobachtet werden. Babys reagieren auf Bewegungen und Farben im Bild und auf bestimmte Geräusche. Können sie krabbeln, versuchen sie, sich zum Fernsehgerät hinzubewegen – ähnlich wie zu einem Spielzeug (Matsui 1991, S. 102). Bereits Babys entwickeln dabei ein Programminteresse, und innerhalb kurzer Zeit beachten sie nur noch die Sendungen, die sie mögen. Schon bald erkennen sie die Anfangsmusik ihrer Lieblingssendung, brechen ihr Spiel ab und bewegen sich in Richtung Fernseher (Lemish 1987; Kobayashi 1991, S. 71).

Zwischen 6 und 10 Monaten wird ihr Interesse zunehmend zielgerichteter für Bilder und Geräusche, die für sie Bedeutung haben, z. B. die Stimme von Sesamstraßenfiguren, Trommeln, Lachen etc. (vgl. Lemish 1987). Mit 10 bis 11 Monaten fangen sie

an, mit den Figuren zu sprechen. Wenig später beginnen sie, sich bei rhythmischer Musik und Liedern gezielt zu bewegen (vgl. Matsui 1991; Lemish 1987). In bestimmten Grenzen zeigen sich dabei auch inhaltliche Präferenzen: So schauen 11 bis 29 Wochen alte Babys ein Fernsehbild, das ihre Mutter zeigt, besonders gerne und lange an (Kobayashi 1998, S. 7).

Im 2. Lebensjahr (frühestens ab 18 Monaten, spätestens mit 2,5 Jahren) verändert sich, soweit dies die Forschung nachweisen kann, das Verständnis vom Fernsehen. Kinder lernen, die Fernsehfiguren auseinanderzuhalten und kommunizieren mit ihren Müttern über die Charaktere, Gegenstände und Geschichten. Sie imitieren die gesehene Handlungen, z. T. noch am nächsten Tag (vgl. Meltzoff 1988, McCall et al. 1977). Auch ihre Aufmerksamkeitsspanne wird deutlich länger. Eine real vorgemachte Aktion erhält aber nach wie vor längere Aufmerksamkeit als die Fernsehabbildung davon. Erst mit 3

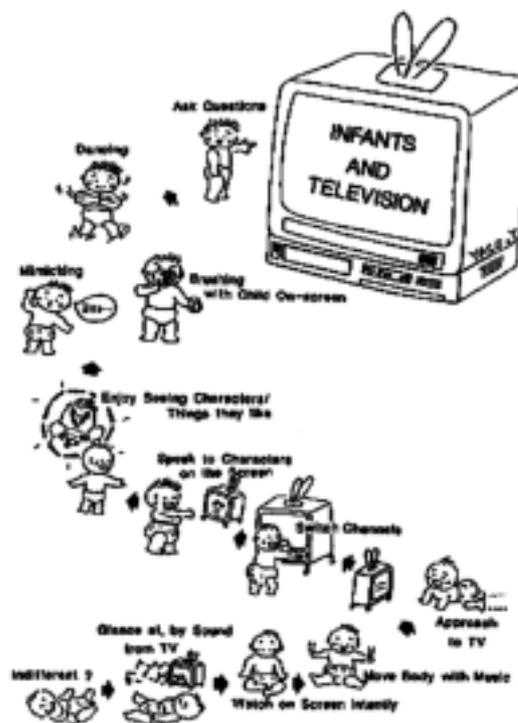


Abb. 2: Babys und Fernsehen – wie sich eine Beziehung entwickelt (aus: Kobayashi 1998)

Jahren gleicht sich die Attraktivität an (McCall et al. 1977).

Was die Aufmerksamkeit von Vorschulkindern erregt, wurde in diversen Studien u. a. im Umfeld des Sesame Workshop erforscht. Kurz zusammengefasst: Aufmerksamkeitsgewinnende Momente im Ton sind z. B. lebhaftes Musik, Toneffekte, Frauenstimmen, Applaus, Baby-Geräusche, Kinderstimmen, Lachen, eigenartige Stimmen. Aufmerksamkeitsgewinnende Momente im Bild sind u. a. Kinder, Tiere, Babys, Essen/Süßigkeiten, Buchstaben/Zahlen, Spielsachen, die Darstellung von Zuneigung und Liebkosung, physischer Aktivität, Slapstick-Humor, aber auch ästhetische Aspekte wie kräftige Farben, besondere Kameraeinstellungen und Bildeffekte oder der Wechsel von Szenen, Figuren und Themen. Aufmerksamkeitsverlierende Momente sind hingegen u. a. Männerstimmen, längere Ansprachen von Erwachsenen und viel Text aus dem »Off« (vgl. die Zusammenfassung in Rice et al. 1984 sowie Valkenburg 2004). Wurde in den 70er- und 80er-Jahren vor allem visuelle Aufmerksamkeit gezielt angesprochen und untersucht, versuchen neuere Sendungen für Vorschulkinder, die Kinder vor dem Fernseher gezielt zu aktivieren, u. a. sprachlich (z. B. *Dora*), körperlich (z. B. *Barney und seine Freunde*, *Little Einsteins*, *Teletubbies*) und geistig (z. B. *Blau und schlau/Blue's Clues*). Diese Mitmach-Angebote werden gerade von der jungen Zielgruppe begeistert aufgenommen (Howard 1999, Götz 1999, Crawley et al. 2002, Anderson et al. 2000, Kirch/Speck-Hamdan in diesem Heft).

Fernsehen verstehen

Kinder können heute schon sehr früh die Geräte rund um das Fernsehen bedienen (Rideout et al. 2006). Ein rudimentäres Verständnis von dem Ge-

genstand Fernseher entwickeln sie jedoch erst mit ca. 3 Jahren (Flavell et al. 1990). In Experimenten wurde z. B. untersucht, wie Kinder in diesem Alter einen Gegenstand wieder auffinden und ein Objekt platzieren, dessen Ort sie im Fernseher gesehen haben. Diese und andere Studien deuten an, dass Kleinkinder erhebliche Schwierigkeiten haben, von einem Videobild auf die reale Umgebung zu schließen (Schmitt et al. 2002). Inhaltlich bleibt Fernsehen für die unter 2-Jährigen vermutlich vor allem

Einige Grundregeln für das Produzieren von Vorschulsendungen:

- Zeit zum Eindringen und Verstehen lassen
- Handelnde Figuren in den Mittelpunkt stellen
- Situationen und Inhalte suchen, die Vorschulkinder aus ihrem Alltag bereits kennen
- Chronologisch erzählen (z. B. ohne Rückblenden) und stets das Wichtigste im Bild zeigen
- Formale Gestaltungsmittel wenn, dann nur kontextualisiert einsetzen
- Emotionen erklären und nicht implizit auf ihnen aufbauen

ein Spektakulum der Bilder und Töne. Vermutlich können Kinder bis zu ca. 1 ½ Jahren ausschließlich Einzelbilder und kurze Handlungssequenzen einordnen, wenn das Gezeigte an ihre reale Erfahrung anknüpft. Mit zunehmendem Alter und zunehmender Fernseherfahrung entwickelt sich jedoch ein Verständnis für die Zusammenhänge des Gezeigten (im Anschluss u. a. an Huston et al. 2006, Fisch 2004, Rice et al. 1984). Das Bild steht für Kinder dabei eindeutig im Vordergrund der Sinnermittlung. Entsprechend können sie zum Teil Sendungen auch ohne sinnvollen Dialog gut verstehen (Fisch et al. 2001). Der Ton wird vermutlich eher zur Orientierung ge-

nutzt. Schon Säuglinge besitzen dabei die Fähigkeit, Programmmerkmale dazu zu benutzen, um ihre Aufmerksamkeit auf bestimmte inhaltliche Merkmale zu lenken, die für sie potenziell interessant sind, und solche zu vermeiden, die eher zu komplex, zu erwachsenenorientiert oder überfordernd für sie sind (Valkenburg et al. 2004).

Ab dem 5. Lebensjahr beginnen Kinder, die verschiedenen Perspektiven der Figuren nachzuvollziehen und den Realitätsgehalt von Sendungen zu beurteilen. Dabei erarbeiten sich Kinder Sender- und Formatwissen vor allem anhand formaler Gestaltungsmittel (vgl. u. a. Lemish 2003, Kübler/Swoboda 1998). Entsprechend nimmt z. B. mit dem Alter auch der Anteil der Kinder zu, die Werbung von Programm unterscheiden können. Bereits 4-Jährige erkennen Werbung als ein vom Rest des Programms unterschiedliches Format (Nieding et al. 2006). Dass ihnen hier eine Ware zum Kauf angepriesen wird, verstehen von den 4-Jährigen knapp die Hälfte, von den 5-Jährigen 60 %, und bei den 6-Jährigen liegt der Anteil bereits bei knapp 70 % (Charlton 1995, S. 56).

Fernsehen – auch von sehr jungen Kindern – ist dabei ein aktiver interpretativer Vorgang der Bedeutungskonstruktion (in Anlehnung an Bordwell 1989). Ihre mediale Zeichenkompetenz entwickelt sich jedoch erst schrittweise (Nieding/Ohler 2006). Vorschulkinder verstehen nicht nur langsamer als Erwachsene, sie können auch bestimmte Details nicht entschlüsseln. So verstehen 3- bis 4-Jährige ausschließlich chronologische Abläufe (Brown 1976, Gelman et al. 1980). Bei 4-Jährigen können beispielsweise nur 4 % der Kinder eine Geschichte mit Rückblenden nachvollziehen. Bei den 8-Jährigen sind es schon 88 %. Die Fähigkeit, Zeitsprünge zu verstehen, hängt dabei von der kognitiven Entwicklung

und den Fernseherfahrungen der Kinder ab. VielseherInnen schneiden hier oftmals besser ab als Wenigsehende (Abelman 1990). Auch formale Gestaltungsmittel des Programms können Vorschulkinder nicht selbstverständlich entschlüsseln. Der Split-screen als Repräsentation der Parallelität zweier Ereignisse ist dabei z. B. noch eher verständlich als der Einsatz der subjektiven Kamera. Eine Unschärfeblende als Zeichen, dass es sich im Folgenden nun um einen Traum handelt, verstehen Kinder kaum. Effekte (sogar sehr einfache) können das Verständnis einer Sendung für Vorschulkinder erschweren (Beentjes et al. 2001). Dies gilt auch für die Handlung, die eben anhand der Bilder entschlüsselt wird. Wird von wichtigen Teilen »nur« berichtet, ist dies für Vorschulkinder schwer nachzuvollziehen. Auch komplexe oder indirekte, emotional bedingte Reaktionen können Vorschulkinder oftmals nicht verstehen (Hayes/Casey 1992). Insgesamt lernen Vorschulkinder mit zunehmender Fernseherfahrung Verstehenspraktiken zu entwickeln und das Gesehene in Beziehung zu ihren eigenen Erfahrungen zu setzen (Baacke 1999, S. 355). Die Fernsehrezeption ist dabei nicht mit Reiz-Reaktions-Modellen angemessen zu beschreiben, sondern als Prozess der aktiven Aneignung (vgl. u. a. Charlton/Neumann 1986). Auch Klein- und Vorschulkinder sind aktive Rezipienten, die sich das symbolische Material der Medien subjektiv sinnhaft aneignen (Bachmair 2001). Dabei gehen sie thematisch voreingenommen an das Medium heran und steuern ihre Aufmerksamkeit aktiv (Charlton/Neumann 1986). Sie suchen nach Konstanten (Götz 2006), und sehen im Unbekannten zunächst das Bekannte. Das heißt, sie gleichen das Gesehene eher an ihr Weltbild an, als dass sie dieses dem Medium anpassen (Kübler/Swoboda 1998, S. 289). Das in dieser Weise individuell interpretierte Material wird zum Ausdruck der eigenen Anliegen ge-

nutzt (Neuß 1999, 2001) und zur Positionierung innerhalb der Peergroup und gegenüber Erwachsenen (Paus-Haase 1998) verwendet.

Lernen Klein(st)kinder vom Fernsehen?

Bereits der Embryo lernt anscheinend vom Fernsehen: die Anfangsmelodie der Daily Soap. Entsprechend lernen auch Klein(st)kinder ständig – und sei es auch nur die Situation als solche, das Sitzen vor einem Apparat mit flimmernden Bildern. Nachweislich stellen die Kinder ihr Rezeptionsverhalten auf bestimmte Formate ein. Sie kennen die Abläufe der Sendung und übernehmen z. B. Handlungsstrategien aus der Sendung (Crawley et al. 2002, Anderson et al. 2000).

Hinweise, dass auch schon Babys vom Fernsehen Inhaltliches mitnehmen, zeigt z. B. die Studie von Mummel/Fernald (2003). Sie untersucht an 10 bzw. 12 Monate alten Babys, inwieweit diese Emotionalisierungen aus Gegenständen im Fernsehen übernehmen. In Sendungen reagieren Erwachsene dabei emotional positiv oder negativ z. B. auf eine weiße Tube. Bei den 12 Monate alten Babys führt dies – anders als bei den 10 Monate alten – zu einer Veränderung ihres Verhaltens gegenüber dem Gegenstand. Nachweise dafür, dass Kleinstkinder durch Fernsehprogramme darüber hinaus geistig gefördert würden – im Sinne des Werbeslogans »For the genius in your child« – finden sich jedoch nicht (Weber/Singer 2004).

Vorschulkinder lernen jedoch eindeutig auch intendierte Inhalte. Die Liste dessen, was Vorschulkinder nachweislich von edukativen Formaten gewinnen, ist lang (zusammenfassend Fisch 2004). Es sind nicht nur Fakten oder Zahlen und Buchstaben, die Kinder aus dem Programm mitnehmen. Mit entsprechenden Sendungen kann die Lesebereitschaft verbessert werden (z. B. Linebarger

et al. 2004, Uchikoshi 2006, Register 2004), die Sprachentwicklung gefördert (z. B. Close 2004), Verständnis für andere Kulturen geweckt (z. B. Cole et al. 2003) und prosoziale Verhaltensweisen befördert werden (zusammenfassend Mares/Woodard 2007). Mit einem entsprechend gestalteten Programm und mit Unterstützung der Eltern kann Fernsehen also durchaus förderlich sein. In Langzeitstudien wurde nachgewiesen, dass Kinder, die im Alter von 2 bis 3 Jahren bildungsorientierte Sendungen wie die *Sesamstraße* gesehen hatten, im Alter von 5 Jahren besser bei bestimmten Tests abschnitten als jene, die nur Unterhaltungsprogramme gesehen hatten. Sie zeigten ein höheres Interesse am Lernen und positive Erwartungen an die Schule (Bickham et al. 2001, Anderson et al. 1996). 4-Jährige, die regelmäßig *Sesamstraße* sehen, können besser Farben identifizieren, bis 20 zählen, Buchstaben erkennen und zusammenhängende Geschichten erzählen (Zill 2001).

Verschiedene Studien deuten darauf hin, dass gerade Klein(st)kinder zwischen 18 und 22 Monaten vom Fernsehen bei Weitem nicht so effektiv lernen wie von direkten Interaktionen (u. a. Barr/Hayne 1999, Kremer et al. 2004). Die reale Interaktion ist als Lernumgebung deutlich effektiver! Und nicht zuletzt die Forschung zur *Sesamstraße* zeigte, dass ein Lernerfolg vor allem von der Unterstützung der Eltern abhängt. Denn waren die Adressaten des Vorschulförderprogramms *Sesamstraße* zwar die Kinder aus den Ghettos, so profitierten doch hauptsächlich die Kinder der Mittelschicht von dem Programm – denn ihre Eltern sprachen mit ihnen über das Gesehene (u. a. Wright et al. 1990).

Wo frühes Fernsehen schadet

Bei aller Euphorie über die Möglichkeiten, mit dem Fernsehen kleine

Kinder zu fördern, darf die entscheidende Komponente nicht vergessen werden: Zu viel Fernsehen schadet. Argumente gegen frühes Fernsehen kommen von verschiedenen Seiten. Spitzer (2005) z. B. argumentiert aus dem Kontext der Gehirnforschung. Eines seiner zentralen Argumente: Fernsehen als nur audiovisuelles Medium verhindert die nötige Verknüpfungen im Gehirn, die später für komplexe Denkszusammenhänge benötigt werden. Die Neurobiologin Fabienne Becker-Stoll betont vor allem die Gefahr der Reizstärke des Mediums (Becker-Stoll 2006). Zwar wurden entsprechende Studien zu Vorgängen im Gehirn während der Fernsehrezeption erst mit älteren Kindern durchgeführt (Murray 2006), doch lässt sich aus verschiedenen Langzeit- und Korrelationsstudien eine entsprechende Einschätzung bestätigen. In der Langzeitstudie von Zimmerman/Christakis (2005) mit jeweils über 10.000 TeilnehmerInnen aus den USA, die alle 2 Jahre befragt werden, zeigte sich ein signifikant schlechteres Abschneiden bei Tests zur Lesefähigkeit, zum Leseverständnis und zur Leistung des Kurzzeitgedächtnisses bei den Kindern, die vor ihrem 3. Geburtstag mehr als 3 Stunden täglich ferngesehen haben. Vielsehen im Alter von 3 bis 5 Jahren geht zudem einher mit einer Verschlechterung der Leistungen in Mathematik. Allerdings zeigte die Studie auch, dass eine Steigerung beim Leseverständnis möglich ist, wenn im Alter von 6 Jahren weniger als 3 Stunden täglich ferngesehen wird.

Die grundsätzliche Tendenz aus den Forschungsergebnissen ist jedoch eindeutig: Bei Vielsehern zeigen sich Defizite. Vielseher haben einen vergleichsweise geringen Wortschatz und weniger Sprachkenntnisse allgemein. Insbesondere Vielsehen von Erwachsenenprogramm geht mit geringeren Fähigkeiten einher (Close 2004, Selnow/Bettinghaus 1982). Fernsehen im Klein(st)kindalter, Vielsehen und Fernsehen vor dem Zubett-

gehen gehen mit verschiedenen Formen von Schlafstörungen einher (Thompson/Christakis 2005, Owens et al. 1999). Einige Studien kommen zu dem Schluss, dass vielsehende Vorschulkinder, die täglich mehr als 1 Stunde fernsehen, häufiger überge-wichtig sind (Lumeng et al. 2006). Ein möglicher Grund: Essen Vorschulkinder während des Fernsehens, so nehmen sie mehr und eher kalorienreichere Kost zu sich (Francis/Leann 2006). Hinzu kommt die Gewaltproblematik, die aufzuarbeiten den Rahmen dieses Literaturberichts sprengen würde (vgl. hierzu u. a. Caviola 2000, zusammenfassend auch Peters/Blumberg 2002). Denn ebenso wie Kinder vom Fernsehen prosoziale Verhaltensweisen lernen können, ist auch das Gegenteil durchaus der Fall. Insofern kann Fernsehen schaden, wenn zu viele und nicht qualitätsvolle, altersangemessene Programme gesehen werden.

Allerdings: Die Aussage, dass zu viel Fernsehen die Augen verdirbt, ließ sich für Kleinstkinder nicht bestätigen. Bei der Untersuchung von 2-Jährigen, die mehr bzw. weniger als 1 Stunde täglich sehen, zeigt sich kein signifikanter Unterschied in der Sehleistung. Vielmehr erwies sich die Sehentwicklung der unter 2-jährigen Mehrseher als weiter fortgeschritten als bei denjenigen, die den Apparat seltener nutzen. Fernsehen hatte hier vor allem eines trainiert: fern-sehen (Kobayashi 1998). ■

ANMERKUNGEN

Dieser Artikel basiert auf Recherchen u. a. von Christine Bulla, Andrea Holler, Sabrina Bachmann, Monika Gröller und Astrid Riedel.

1 In diesem Zusammenhang ist es schwierig, eine konkrete Zahl zu nennen, da eine Reihe von Untersuchungen, z. B. die Arbeiten im Sesame Workshop, eher zusammenfassend veröffentlicht werden.

2 Durchgeführt von *iconkids & youth*, München.

LITERATUR

Abelman, Robert: *You can't get there from here: Children's understanding of time-leaps on television*. In: *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 34/1990/4, S. 469-476.

Anderson, Daniel R. et al.: *Effects of early childhood media use on adolescent achievement*. Amherst: University of Massachusetts u. a. o. J. (ca. 1996).

Anderson, Daniel R. et al.: *Researching Blue's Clues. Viewing behaviour and impact*. In: *Media Psychology*, 2/2000/2, S. 179-194.

Baacke, Dieter: *Die 0- bis 5jährigen. Einführung in die Probleme der frühen Kindheit*. Weinheim: Beltz 1999.

Bachmair, Ben: *Abenteuer Fernsehen. Ein Begleitbuch für Eltern*. München: dtv 2001.

Barr, Rachel; Hayne, Harlene: *Developmental changes in imitation from television during infancy*. In: *Child Development*, 70/1999/5, S. 1067-1081.

Becker-Stoll, Fabienne: *Fernsehen für die Kleinsten? Eine Einschätzung aus neurobiologischer Perspektive*. In: *merz*, 51/2007/1, S. 18-22.

Beentjes, Johannes W. et al.: *Children's comprehension of visual formal features in television programs*. In: *Journal of Applied Developmental Psychology*, 22/2001/-, S. 623-638.

Bickham, David S.; Wright, John C.; Huston, Aletha C.: *Attention, comprehension, and the educational influences of television*. In: Singer, Dorothy G.; Singer, Jerome L. (Hrsg.): *Handbook of children and the media*. Thousand Oaks, CA: Sage 2001, S. 101-119.

Bordwell, David: *Making meaning. Inference and rhetoric in the interpretation of cinema*. Cambridge, Mass.: Harvard University Press 1989.

Brown, John R. (Hrsg.): *Children and television*. London: Collier Macmillan 1976.

Caviola, Sandra: *Vorschulkinder und Gewalt im Kinderprogramm. Eine qualitative Untersuchung zur Rezeption gewalthaltiger Fernsehinhalt durch Vorschulkinder*. Münster: LIT 2001.

Charlton, Michael: *Werbekonsum und Werbekompetenz von 4- bis 14jährigen Kindern*. In: Charlton, Michael et al. (Hrsg.): *Fernsehwerbung und Kinder. Das Werbeangebot in der Bundesrepublik Deutschland und seine Verarbeitung durch Kinder*. Bd. 1. Opladen: Leske u. Budrich 1995, S. 31-74.

Charlton, Michael; Neumann, Klaus: *Medienkonsum und Lebensbewältigung in der Familie. Methode und Ergebnisse der strukturanalytischen Rezeptionsforschung. Mit fünf Falldarstellungen*. München: Psychologie Verl. Union 1986.

Close, Robin: *Television and language development in the early years. A review of the literature*. London: National Literacy Trust 2004.

Cole, Charlotte F. et al.: *The educational impact of Rechov Sunsum/Shara'a Sinsim: A Sesame Street television series to promote respect and understanding among children living in Israel, the West Bank and Gaza*. In: *International Journal of Behavioral Development*, 27/2003/5, S. 409-422.

Crawley, Alisha M. et al.: *Do children learn how to watch television? The impact of extensive experience with Blue's Clues on preschool children's television viewing behavior*. In: *Journal of Communication*, 52/2002/2, S. 264-280.

Feierabend, Sabine; Mohr, Inge: *Mediennutzung von Klein- und Vorschulkindern. Ergebnisse der*

- ARD/ZDF-Studie »Kinder und Medien 2003«. In: *Media Perspektiven*, -/2004/9, S. 453-462.
- Fisch Shalom M.: *Children's learning from educational television. Sesame Street and beyond*. Mahwah, NJ: Erlbaum 2004.
- Fisch, Shalom M. et al.: *Young children's comprehension of educational television: The role of visual information and intonation*. In: *Media Psychology*, 3/2001/-, S. 365-378.
- Flavell, John H. et al.: *Do young children think of television images as pictures or real objects?* In: *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 34/1990/4, S. 399-419.
- Francis, Lori A.; Birch, Leann L.: *Does eating during television viewing affect preschool children's intake?* In: *Journal of the American Dietetic Association*, 106/2006/4, S. 598-600.
- Gelman, Rochel; Bullock, Merry; Meck, Elizabeth: *Preschoolers' understanding of simple object transformations*. In: *Child Development*, 51/1980/3, S. 691-699.
- Götz, Maya: *Begeisterung bei den Kindern, Besorgnis bei den Eltern*. In: *TelevIZion*, 12/1999/2, S. 54-63.
- Götz, Maya (Hrsg.): *Mit Pokémon in Harry Potters Welt*. München: kopaed 2006.
- Hayes, Donald S.; Casey, Dina M.: *Young children and television. The retention of emotional reactions*. In: *Child Development*, 63/1992/6, S. 1423-1436.
- Hepper, Peter G.: *Fetal memory: Does it exist? What does it do?* In: *Acta Paed. Suppl.* -/1996/416, S. 16-20.
- Hepper, Peter G.: *An examination of fetal learning before and after birth*. In: *The Irish Journal of Psychology*, 12/1991/2, S. 95-107.
- Huston, Aletha C. et al.: *From attention to comprehension. How children watch and learn from television*. In: Pecora, Norma (Hrsg.): *Children and television*. Mahwah, NJ: Erlbaum 2006, S. 41-63.
- Jodan, Amy B.; Woodard, Emory H.: *Electronic childhood. The availability and use of household media by 2- to 3-year-olds*. In: *Zero to three*, 22/2001/2, S. 4-9.
- Kobayashi, Noboru: *The baby, an information seeker. Infant development and television*. In: Nippon Hoso Kyokai et al. (Hrsg.): *Infants in the age of television*. Tokio: o. Verl. 1991, S. 65-73.
- Kobayashi, Noboru: *Infants in the age of television. Studies in Japan. Child research net 1998* (<http://www.childresearch.net>).
- Kromar, Marina; Grela, Bernard G.; Lin, Kirsten: *Can toddlers learn vocabulary from television? An experimental approach*. *Erscheint voraussichtlich in: Media Psychology*, 10/2008/1.
- Kübler, Hans-Dieter; Swoboda, Wolfgang H.: *Niedersächsische Landesmedienanstalt für Privaten Rundfunk (Hrsg.): Wenn die Kleinen fernsehen. Forschungsprojekt über die Bedeutung des Fernsehens in der Lebenswelt von Vorschulkindern*. Berlin: Vistas 1998.
- Lemish, Dafna: *Viewers in diapers. The early development of television viewing*. In: Lindlof, Thomas R. (Hrsg.): *Natural audiences*. Norwood, NJ: Ablex 1987, S. 33-57.
- Lemish, Dafna: *The understanding of television by kindergarteners. The early development of television literacy*. In: Lavender, Tony (Hrsg.): *Global trends in media education*. Cresskill, NJ: Hampton Press 2003, S. 67-90.
- Linebarger, Deborah L. et al.: *Effects of viewing the television program Between the Lions on the emergent literacy skills of young children*. In: *Journal of Educational Psychology*, 2/2004/96, S. 297-308.
- Lumeng, Julie C. et al.: *Television exposure and overweight risk in preschoolers*. In: *Archives of Pediatrics and Adolescent Medicine*, 160/2006/4, S. 417-422.
- Mares, Marie-Louise; Woodard, Emory H.: *Positive effects of television on children's social interaction: A meta-analysis*. In: Preiss, Raymond W. et al. (Hrsg.): *Mass media effects research*. Mahwah, NJ: Erlbaum 2007, S. 281-300.
- Matsui, I.: *Preface to a production manual of Japanese infant educational TV programs for overseas countries. Society for the development of international versions of infant education TV programs (Hrsg.)*. Tokio 1991.
- McCall, Robert B.; Parke, Ross D.; Kavanaugh, Robert D.: *Imitation of life and televised models by children one to three years of age*. In: *Monographs of the Society for Research in Child Development*, 42/1977/5, S. 1-94.
- Meltzoff, Andrew N.: *Imitation of televised models by infants*. In: *Child Development*, 59/1988/5, S. 1221-1229.
- Mumme, Donna L.; Fernald, Anne: *The infant as onlooker: Learning from emotional reactions observed in a television scenario*. In: *Child Development*, 74/2003/1, S. 221-237.
- Murray, John P. et al.: *Children's brain activations while viewing televised violence revealed by fMRI*. In: *Media Psychology*, 8/2006/1, S. 25-37.
- Natsuyama, Eiichi: *Effects of images and sounds on behavioural state of fetuses*. In: Nippon Hoso Kyokai et al. (Hrsg.): *Infants in the age of television*. Tokyo: o. Verl. 1991, S. 75-89.
- Neuß, Norbert (Hrsg.): *Ästhetik der Kinder. Interdisziplinäre Beiträge zur ästhetischen Erfahrung von Kindern*. Frankfurt a. M.: GEP 1999.
- Neuß, Norbert (Hrsg.): *Phantasiegefährten. Warum Kinder unsichtbare Freunde erfinden*. Psychologie, Ursachen, Umgang. Weinheim: Beltz 2001.
- Nieding, Gerlinde; Ohler Peter: *Der Erwerb von Medienkompetenz zwischen 3 und 7 Jahren*. In: *tv diskurs*, 10/2006/4, S. 46-51.
- Nieding, Gerlinde et al.: *Werbung im Fernsehen. Experimentelle Methoden zur Erfassung der Verstehensleistung von Kindern*. In: *Zeitschrift für Medienpsychologie*, 18/2006/3, S. 94-105.
- Owens, Judith et al.: *Television-viewing habits and sleep disturbance in school children*. In: *Pediatrics*, 104/1999/3, S. e27.
- Paus-Haase, Ingrid: *Heldenbilder im Fernsehen. Eine Untersuchung zur Symbolik von Serienfavoriten in Kindergarten, Peer-Group und Kinderfreundschaften*. Opladen: Westdt. Verlag 1998.
- Peters, Kristen M.; Blumberg, Fran C.: *Cartoon violence. Is it as detrimental to preschoolers as we think?* In: *Early Childhood Education Journal*, 29/2002/3, S. 143-148.
- Register, Dena: *The effects of live music groups versus an educational children's television program on the emergent literacy of young children*. In: *Journal of Music Therapy*, 41/2004/1, S. 2-27.
- Rice, Mabel L. et al.: *Fernsehspezifische Formen und ihr Einfluss auf Aufmerksamkeit, Verständnis und Sozialverhalten der Kinder*. In: Meyer, Manfred (Hrsg.): *Wie verstehen Kinder Fernsehprogramme?* München: Saur 1984, S. 17-51.
- Rideout, Victoria J. et al.; Kaiser Family Foundation (Hrsg.): *Zero to six. Electronic media in the lives of infants, toddlers and preschoolers*. Menlo Park, CA: KFF 2003.
- Rideout, Victoria J. et al.; Kaiser Family Foundation (Hrsg.): *The media family. Electronic media in lives of infants, toddlers, preschoolers and their parents*. Menlo Park, CA: KFF 2006.
- Schmitt, Kelly M.; Anderson, Daniel R.: *Television and reality. Toddlers' use of visual information from video to guide behaviour*. In: *Media Psychology*, 4/2002/-, S. 51-76.
- Selnow, Gary W.; Bettinghaus, Erwin P.: *Television exposure and language development*. In: *Journal of Broadcasting*, 26/1982/1, S. 469-479.
- Spitzer, Manfred: *Vorsicht Bildschirm. Elektronische Medien, Gehirnentwicklung, Gesundheit und Gesellschaft*. Stuttgart: Klett 2005.
- Thompson, Darcy A.; Christakis, Dimitri A.: *The association between television viewing and irregular sleep schedules among children less than 3 years of age*. In: *Pediatrics*, 116/2005/4, S. 851-856.
- Uchikoshi, Yuuko: *Early reading in bilingual kindergartners: Can educational television help?* In: *Scientific Studies of Reading*, 10/2006/1, S. 89-120.
- Valkenburg, Patti M.: *Infants' and toddlers' attention to television. A home observation study. Vortrag gehalten auf der 54. Konferenz der ICA in New Orleans, LA 2004*.
- Valkenburg, Patti M.; Vroone, Marjolein: *Developmental changes in infants' and toddlers' attention to television entertainment*. In: *Communication Research*, 31/2004/3, S. 288-311.
- Weber, Deborah H.; Singer, Dorothy G.: *The media habits of infants and toddlers. Findings from a parent survey*. In: *Zero to three*, 25/2004/1, S. 30-36.
- Wright, John C.; St. Peters, Michelle; Huston, Aletha C.: *Family television use and its relation to children's cognitive skills and social behavior*. In: Jennings, Bryant et al. (Hrsg.): *Television and the American family*. Hillsdale, NJ: Erlbaum 1990, S. 227-251.
- Yalcin, Siddika, S. et al.: *Factors that affect television viewing time in preschool and primary schoolchildren*. In: *Pediatrics International*, 44/2002/6, S. 622-627.
- Zill, Nicholas: *Does Sesame Street enhance school readiness? Evidence from a national survey of children*. In: Fisch, Shalom M. (Hrsg.): *»G« is for growing*. Mahwah, NJ: Erlbaum 2001, S. 115-130.
- Zimmerman, Frederick J.; Christakis, Dimitri A.: *Children's television viewing and cognitive outcomes. A longitudinal analysis of national data*. In: *Archives of Pediatrics and Adolescent Medicine*, 159/2005/7, S. 619-625.

DIE AUTORIN

Maya Götz, Dr. phil., ist Leiterin des Internationalen Zentralinstituts für das Jugend- und Bildungsforschung (IZI) und des Prix Jeunesse International, München.

