

Hans-Dieter Kübler

Medien für Kinder

Hans-Dieter Kübler

Medien für Kinder

*Von der Literatur zum
Internet-Portal.
Ein Überblick*

Westdeutscher Verlag

Die Deutsche Bibliothek – CIP-Einheitsaufnahme
Ein Titeldatensatz für diese Publikation ist bei
Der Deutschen Bibliothek erhältlich

1. Auflage August 2002

Alle Rechte vorbehalten

© Westdeutscher Verlag GmbH, Wiesbaden 2002

Der Westdeutsche Verlag ist ein Unternehmen der
Fachverlagsgruppe BertelsmannSpringer.

www.westdeutscher.vlg.de



Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlags unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Umschlaggestaltung: Horst Dieter Bürkle, Darmstadt

Satz: Martina Schraad, Wiesbaden

ISBN-13: 978-3-531-13824-4 e-ISBN-13: 978-3-322-80421-1

DOI: 10.1007/978-3-322-80421-1

Inhalt

Vorwort	7
1. Kindermedien: Definitionen und Wandlungen.....	11
1.1 Begriffliche Dimensionen.....	11
1.2 Kindheit im Wandel.....	16
1.3 Medienwandel: vom Bildungsgut zur Konsumware.....	20
2. Kinderliteratur: kulturell-ästhetisches Leitbild.....	29
3. Kindertheater: moralische Anstalt, emanzipatorisches Forum, kulinarisches Spektakel.....	44
4. Kinderpresse: ein traditionelles Medium ohne Zukunft?.....	55
5. Comics: unverwüstliche Spaßtiraden?.....	68
6. Kinderfilm: vom Märchengemälde zu ambitionierten Kinogenre.....	82
7. Kinderfunk: vom Erzählkasten zum „endlosen“ Musikteppich.....	93
8. Tonträger: serielle Szenarien und triviale Geräuschkulissen.....	99
9. Kinderfernsehen: von der pädagogischen Nische zum effizienten Werbeträger.....	108
10. Videos, DVDs und CD-ROMs: Bildschirmgeschichten auf Abruf.....	128
11. Video- und Computerspiele: vom elektronischen Ping- pong zur phantastischen Cyberworld.....	137

12. Internet und Multimedia für Kinder: virtuelle Welten online.....	147
13. Forschung: zwischen pädagogischer Fürsorge und kommerziellem Marketing.....	156
13.1 Forschungsprämissen im Wandel.....	156
13.2 Medienverbreitung und -nutzung.....	163
13.3 Potenzielle Wirkungsdimensionen; Funktionen und Bedeutungen von Medien für Kinder.....	173
13.4 Medien in der kindlichen Entwicklung.....	181
13.5 Medien und Lesen.....	185
13.6 Medien und Gewalt.....	187
13.7 Medien und Werbung.....	190
Literatur.....	193