

Michael Charlton / Klaus Neumann

in Zusammenarbeit mit

Barbara Braun, Waltraud Orlik und Ruthild Rapp

# Medienrezeption und Identitätsbildung

Kulturpsychologische und kultursoziologische Befunde  
zum Gebrauch von Massenmedien im Vorschulalter

Gunter Narr Verlag Tübingen

# INHALT

0	<i>Einleitung</i> .....	7
1	<i>Fragestellungen, Methoden und Grundannahmen</i>	
1A	Die Freiburger Längsschnittuntersuchung.....	11
1B	Die Textur der Subjekte.....	29
2	<i>Texte, Bilder und Rezeptionsweisen</i>	
2A	Christian und die wilden Kerle.....	44
2B	Die formalen Unterschiede zwischen Medien.....	61
3	<i>Handlungskoordination, Selbstbehauptung und emotionale Nähe</i>	
3A	Felix will beim Schachspiel Kassette hören.....	73
3B	Der soziale Kontext des Mediengebrauchs.....	83
4	<i>Wünsche, Phantasien und Medienthemen</i>	
4A	Hasenkinder sind besonders mutig.....	91
4B	Die thematische Voreingenommenheit der Rezipienten.....	103
5	<i>Hinschauen, Wegschauen und Sich-Schützen</i>	
5A	Vorsicht: Kralle.....	111
5B	Strategien der Rezeptionssteuerung.....	131
6	<i>Medienwelt, Familienwelt und Innenwelt</i>	
6A	Hansel und Gretel im Kinderzimmer.....	138
6B	Aneignung der Medjengeschichte im Spiel.....	152
7	<i>Interaktion, Rezeption und Identität</i>	
7A	Gudruns Wegbegleiter.....	167
7B	Medienkommunikation <b>und</b> Identitätsformation.....	184
	Literatur.....	199