

# INHALTSVERZEICHNIS

1.	EINLEITUNG und LESEANLEITUNG .....	01
1.1	Eine LANGZEITSTUDIE für VERTIEFTE EINBLICKE .....	03
1.2	Und PLÖTZLICH KAM CORONA .....	05
1.3	LESEEMPFEHLUNG .....	06
2.	Das FAMILIENMEDIENMONITORING:	
	Die EMPIRISCHE UNTERSUCHUNG .....	07
2.1	ERKENNTNISINTERESSE und FRAGESTELLUNG .....	07
2.2	METHODOLOGISCHE ÜBERLEGUNGEN: LANGZEITPERSPEKTIVE von MEDIENANEIGNUNG .....	09
2.3	METHODISCHES VORGEHEN .....	10
2.3.1	REKRUTIERUNG und ZUSAMMENSEZUNG des SAMPLES .....	11
2.3.2	ERHEBUNG und METHODENÜBERBLICK .....	13
2.3.3	AUSWERTUNGSSTRATEGIE .....	21
2.3.4	HERAUSFORDERUNGEN der QUALITATIVEN PANELSTUDIE .....	23
	ENTSPANNUNG und KREATIVITÄT mit MEDIEN: FAMILIE BOGNER .....	26
3.	KINDLICHE ENTWICKLUNG und DIGITALE MEDIEN .....	32
3.1	FORSCHUNGSSTAND .....	34
3.2	KOGNITIV, EMOTIONAL, MOTORISCH und SOZIAL: MEDIENBEZOGENE FÄHIGKEITEN der KINDER .....	37
3.2.1	GETEILTE AUFMERKSAMKEIT: MEDIENBEZOGENE FÄHIGKEITEN der EINJÄHRIGEN .....	39
3.2.2	SELBST-MACHEN: MEDIENBEZOGENE FÄHIGKEITEN der ZWEIJÄHRIGEN .....	43

3.2.3	KREATIV durch FEINMOTORIK: MEDIENBEZOGENE FÄHIGKEITEN der KINDERGARTENKINDER .....	47
3.2.4	Auf der SUCHE nach SACHGESCHICHTEN: MEDIENBEZOGENE FÄHIGKEITEN der (ANGEHENDEN) GRUNDSCHULKINDER .....	51
3.3	SELBSTWIRKSAMKEIT und EMOTIONALE BERÜHRUNG: KINDER mit FÖRDERBEDARF .....	56
3.4	ZWISCHENFAZIT – MEDIENBEZOGENE FÄHIGKEITEN im ENTWICKLUNGSVERLAUF .....	61
	Zwischen STROMSTRESS und DIGITALER BILDUNG: FAMILIE FLACHER .....	66
4.	ROLLE und BEDEUTUNG von MEDIEN im ALLTAG von FAMILIEN .....	74
4.1	FORSCHUNGSSTAND .....	74
4.1.1	DOING FAMILY ist ohne MEDIEN nicht DENKBAR: MEDIEN im ALLTAG von FAMILIEN .....	75
4.1.2	MOBILE MEDIEN statt STANDGERÄTE: NUTZUNGSWEISEN in FAMILIEN .....	77
4.2	ALLTAG und LEBENSWELT der FAMILIEN und MEDIEN .....	80
4.2.1	STABILE FAMILIENVERHÄLTNISSE mit VORNEHMlich „KLASSISCHEn“ STRUKTUREN .....	80
4.2.2	Zwischen VOLLZEIT und TEILZEIT: SORGEARBEIT in den FAMILIEN .....	82
4.2.3	Zu HAUSE oder FREMDBETREUT? BETREUUNGSSITUATION der KINDER .....	83
4.2.4	DRAUSSEN und mit FREUND*INNEN SEIN: FREIZEITGESTALTUNG in den FAMILIEN .....	84
4.2.5	STRUKTUREN GEBEN SICHERHEIT: TAGESABLÄUFE in den FAMILIEN .....	85

4.3 Vom FERNSEHGERÄT zur ALEXA: MEDIENAUSSTATTUNG und MEDIENNUTZUNG .....	88
4.3.1 SMART HOME oder MEDIENVERZICHT? AUSSTATTUNG der FAMILIEN und MEDIENKONTAKT der KINDER .....	88
4.3.2 Von YOUTUBE bis VIDEOTELEFONIE: MEDIENNUTZUNG in den FAMILIEN .....	93
4.4 GEMEINSAME ZEIT und SELBSTSTÄNDIGE BESCHÄFTIGUNG: NUTZUNGSWEISEN und FUNKTIONEN .....	101
4.4.1 FESTE ZEITEN und SITUATIVE ANLÄSSE: NUTZUNGSSITUATIONEN in den FAMILIEN .....	101
4.4.2 SPASS, STRUKTUR und ENTLASTUNG: FUNKTIONEN der MEDIENNUTZUNG .....	106
4.4.3 Was WAR, das BLEIBT: MEDIENRITUALE in den FAMILIEN .....	110
4.4.4 ZUSAMMENSEIN und ZEIT GENIESSEN: GEMEINSAME MEDIENNUTZUNG in der FAMILIE .....	112
4.5 Im ÜBERLEBENSMODUS: Die BEDEUTUNG von MEDIEN in der CORONA-SITUATION .....	119
4.6 ZWISCHENFAZIT – Die BEDEUTUNG von MEDIEN im FAMILIENALLTAG .....	125
 DIGITALE MEDIEN im ÜBERLEBENSMODUS: FAMILIE BRANDT .....	130
 5. Die HALTUNG der ELTERN zu DIGITALEN MEDIEN und MEDIENERZIEHUNG .....	136
5.1 FORSCHUNGSSTAND .....	136
5.2 Zwischen NOTWENDIGKEIT und NICE-TO-HAVE: HALTUNGEN zu DIGITALEN MEDIEN .....	142
5.2.1 Zwischen BILDUNGSERFOLG und KREATIVITÄT: POSITIVE HALTUNGEN .....	142
5.2.2 Zwischen GESUNDHEITSRISIKEN und KONSUM(-KRITIK): NEGATIVE HALTUNGEN .....	148

5.3	Von WERKZEUGEN, VORBILDERN und SCHUTZMASSNAHMEN: HALTUNGEN zu MEDIENERZIEHUNG .....	154
5.3.1	Zwischen WERKZEUG und KONTROLLVERLUST: GERÄTEBEZOGENE HALTUNGEN .....	154
5.3.2	Zwischen SCHUTZ und SELBSTSTÄNDIGKEIT: KINDBEZOGENE HALTUNGEN .....	156
5.3.3	VERANTWORTUNG und VORBILD: HALTUNGEN, die auf die EIGENE ERZIEHUNGSROLLE ZIELEN .....	159
5.4	WISSEN, ERFAHRUNGEN und EMOTIONEN: EINFLUSSFAKTOREN auf die HALTUNG .....	163
5.5	ZUSAMMENFASSUNG und TIPPS .....	167
	Zwischen DATENSCHUTZ und HEIMLICHER NUTZUNG: FAMILIE UNGER .....	170
6.	MEDIENERZIEHUNG .....	178
6.1	FORSCHUNGSSTAND .....	178
6.1.1	FRÜHE KINDHEIT und MOBILE MEDIEN als HERAUSFORDERUNGEN .....	180
6.1.2	Im ÜBERGANG zwischen HALTUNG und STRATEGIE: MEDIENERZIEHUNGSZIELE .....	182
6.1.3	Von KONTROLLE bis GESPRÄCHE: MEDIENERZIEHUNGSSTRATEGIEN .....	184
6.1.4	BILDUNG, FAMILIENKONSTELLATION und MEDIENUMGANG der ELTERN: EINFLUSSFAKTOREN auf die MEDIENERZIEHUNG .....	188
6.2	MEDIENERZIEHERISCHES HANDELN in den FAMILIEN .....	191
6.2.1	Zwischen DATENSCHUTZ und GESUNDHEIT MITTELMASS: MEDIENERZIEHUNGSZIELE .....	191
6.2.2	GRENZEN und REGELN im FAMILIÄREN ALLTAG: RESTRIKTIVE MEDIENERZIEHUNG .....	193
6.2.3	Zwischen MONITORING, GEMEINSAMER NUTZUNG und GEMEINSAMEM LERNEN .....	204

6.2.4	MOBILE MEDIEN als (eine) ALTERNATIVE .....	206
6.2.5	Den KINDERN ein VORBILD SEIN: eine EIGENE MEDIENERZIEHUNGSSTRATEGIE .....	208
6.2.6	GESPRÄCHE mit und zwischen ELTERN: DISKURSIVE STRATEGIEN .....	210
6.2.7	Zwischen DATENSPARSAMKEIT und NAIVITÄT: MEDIENERZIEHUNG im KONTEXT von PRIVATSPHÄRE und DATENSCHUTZ .....	215
6.2.8	FAMILIEN im ÜBERLEBENSMODUS? MEDIENERZIEHUNG im KONTEXT von CORONA .....	217
6.3	ZWISCHENFAZIT – MEDIENERZIEHUNG .....	219
	TECHNIK, die BEGEISTERT: FAMILIE HUBER .....	224
7.	TYPLOGIE .....	232
7.1	VORGEHENSWEISE .....	232
7.2	SECHS TYPEN der MEDIENERZIEHUNG .....	235
7.3	EINFLUSSFAKTOREN auf das MEDIENERZIEHERISCHE HANDELN .....	247
7.3.1	Wer GIBT den TON an? – INDIVIDUELLE MERKMALE ...	247
7.3.2	ERZIEHUNG im SOZIALEN NETZWERK: Der EINFLUSS von FAMILIENSITUATION und -KONSTELLATION .....	248
7.3.3	KOMPETENT MEDIEN NUTZEN, KOMPETENT ERZIEHEN? EINFLUSS von MEDIENAFFINITÄT und MEDIENKOMPETENZ der ELTERN .....	250

8. FAZIT: FAMILIEN GESTALTEN ihren ALLTAG	
mit DIGITALEN MEDIEN .....	252
8.1 BIOGRAFIEN, RITUALE, DATENSCHUTZPRAKTIKEN .....	253
8.2 CORONA .....	256
8.3 SCHLUSSFOLGERUNGEN .....	260
LITERATURVERZEICHNIS .....	266