

# Inhalt

Vorwort	I
<b>1 Einleitung</b>	<b>1</b>
Input Nummer eins	3
Kinder am Bildschirm	3
Schulkinder und Bildschirm-Medien	7
Öffentlich-rechtlich versus kommerziell	10
Zusammenfassung und Schlussfolgerungen	11
<b>2 Körperliche Gesundheit</b>	<b>13</b>
Messen im Quer- und im Längsschnitt	13
Supersize Me: Ursache und Wirkung im Experiment	16
Körpergewicht und Body Mass Index	17
Macht Fernsehen dick?	20
Risikofaktor Cholesterin	27
Tausend Kinder als Erwachsene	29
Risikofaktor Bluthochdruck	33
Warum macht Fernsehen dick? Die Wirkungsmechanismen	34
TV-Teufelskreis: bewegen – zunehmend ungern	39
Alters-Diabetes – bei Kindern	40
Rechnen mit dem Risiko	42
Rauch, Licht und Schatten	46
Zusammenfassung und Schlussfolgerungen	48
<b>3 Erfahrung und Aufmerksamkeit</b>	<b>51</b>
Mit zwei Jahren zwei Stunden vor dem Bildschirm	51
Neuronen im Gehirn	53
Synapsenstärken ändern sich durch Erfahrung	54

Gedächtnisspuren durch Gebrauch	58
Babys als Regelgeneratoren	60
Regeln in der Welt	63
Aufmerksamkeit: Vigilanz, Scheinwerfer und Konzentration	66
Selektive Aufmerksamkeit im Experiment	68
Aufmerksamkeit entwickelt sich	70
Lippen hören und Stimmen sehen	73
Gemeinschaft der Sinne: die bewegte klappernde Rassel	74
Die Welt erleben – aber nicht am Bildschirm!	79
Wovon Konzentration abhängt	81
Aufmerksamkeitsstörungen:	
jenseits von Dogmen und Meinungen	83
Wechselwirkungen in der Steinzeit und heute	85
Zappelphilipp und Fernsehen	88
Zusammenfassung und Schlussfolgerungen	89
<b>4 Gehirnentwicklung und Werbung</b>	<b>93</b>
Kinder als Kunden	94
Kinder und Werbung	96
Kinder versus Erwachsene	98
Vom Reflex zur Informationsverarbeitung	99
Verbindungen zwischen Bereichen der Gehirnrinde	102
Karten der Erfahrung	106
Hochstufige komplexe Repräsentationen	108
Verbindungen in Entwicklung	111
Zwanzigtausend Werbespots im Jahr	116
Von der Schleichwerbung zum Product Placement	118
Zusammenfassung und Schlussfolgerungen	119
<b>5 Leistungen in der Schule</b>	<b>121</b>
Fernsehalltag bei Kindern	122
Schulnoten und der Bildschirm als Erzieher	123
EKG in der Schule	125
Lesen lernen	133
Internet für die Mädchen	140
Lernen am Computer? – Macht Punkt mit PowerPoint!	143
Zusammenfassung und Schlussfolgerungen	153
<b>6 Gewalt im Fernsehen</b>	<b>155</b>
TV-Selbstmord und reale Tote	157
TV-Gewalt weltweit	159



Gewalt im deutschen Fernsehen	162
Empirische Untersuchungen	166
Feldexperimente	168
Feldstudien	173
Metaanalysen	175
Effekte: groß und klein versus wichtig und unwichtig	181
Gewalt im Labor: von der Psychologie zur Neurobiologie	183
Medienwirkungsforschung praktisch angewendet	187
Was Bilder im Gehirn bewirken	188
Kinder und Kinderprogramm	191
Gewaltdarstellungen schaden Jungen und Mädchen	195
Medienkommissionen und Schönrednerei	198
Gesetze gegen Gewalt	200
Medizin gegen Gewalt	203
Zusammenfassung und Schlussfolgerungen	205
<b>7 Computer- und Videospiele</b>	<b>207</b>
Zunehmend real, gewaltbeladen und geschmacklos	207
Virtuell spielen, real morden	211
Gewalt wird aktiv trainiert	213
Gewalt wird belohnt	215
Studien zu Gewalt in Computer- und Videospielen	218
Metaanalysen zu Gewalt in Computer- und Videospielen	223
Andere Folgen von Computer- und Videospielen	225
Soziale Folgen des Internet-Gebrauchs	227
Im Internet spielen	229
Wirkungsmechanismen	231
Besser durch Computerspiele?	239
Zusammenfassung und Schlussfolgerungen	240
<b>8 Was tun?</b>	<b>245</b>
Bildschirm-Medien sind wie Umweltverschmutzung	246
Der Markt allein versagt	248
Jeder kann etwas tun!	249
Das Richtige zeigen	250
Dosis: Weniger ist mehr	252
Intervention im Kindergarten versus	
Einstiegsdroge <i>Teletubbies</i>	253
Außenseiter ohne Fernsehen?	255
Versager ohne Computer?	257
Alle müssen etwas tun	261

Einschaltquoten und Zielgruppenkontaktchancen	262
Gebühren	264
Warum wir zuschauen	267
Medienerziehung, Medienkompetenz,	
Medienforschung und Medienpädagogik	269
Katharsis – Theorie mit Schönheitsfehler	273
Gewalt nicht verharmlosen!	274
Gewalt durch die Medien – in den Medien	277
Zum Schluss: Wir dürfen nicht zuschauen	281
Literatur	285
Register	299