

[Download free pdf] Fernsehen macht dumm!: Wie sich Medienkonsum auf Sprache und schulische Leistungen auswirkt

Fernsehen macht dumm!: Wie sich Medienkonsum auf Sprache und schulische Leistungen auswirkt

Von Sebastian Leben

*Download PDF | ePub | DOC | audiobook | ebooks



Produktinformation -Verkaufsrang: #1316055 in eBooksVerffentlicht am: 2011-03-15Erscheinungsdatum: 2011-03-15File Name: B007T2L32G | File size: 77.Mb

Von Sebastian Leben : Fernsehen macht dumm!: Wie sich Medienkonsum auf Sprache und schulische Leistungen auswirkt before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised Fernsehen macht dumm!: Wie sich Medienkonsum auf Sprache und schulische Leistungen auswirkt:

KundenrezensionenHilfreichste Kundenrezensionen0 von 1 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. naja!!!!Von Seppes ist zwar schn aber warum sind diese Bcher so teuer? ich wrde die Bcher nie kaufen weil sie so

teuer sind! deswegen habe ich mir nur eine leseprobe heruntergeladen! und warum ist das buch so teuer es hat doch blo 24 seiten?????????

Kurzbeschreibung Studienarbeit aus dem Jahr 2010 im Fachbereich Deutsch - Pädagogik, Didaktik, Sprachwissenschaft, Note: 2,0, Albert-Ludwigs-Universität Freiburg, Veranstaltung: Sprache in den neuen Medien, Sprache: Deutsch, Abstract: Diese Arbeit befasst sich mit der Frage welche Auswirkung der Konsum von Medien, im Speziellen Fernsehen und Computer, auf Kinder und Jugendliche hat. berprft wird deren Sprachkompetenz. Dies wird anhand der Schulnoten in der jeweiligen Mutter- bzw. Landessprache belegt. Wie wirkt sich frhkindlicher Medienkonsum auf die weitere Entwicklung des Kindes aus? Welche Rolle spielen das gesellschaftliche Umfeld und das Bildungsniveau der Eltern? Spielt es eine Rolle, zu welchem Zweck (Unterhaltung/ Information) das Medium genutzt wird? Die Antwort auf diese Fragen finden sich in dieser Arbeit. Einfhrung: Neue Medien sind aus unserem heutigen Alltag nicht mehr wegzudenken. Bis auf wenige Ausnahmen werden Fernsehen und Internet weltweit flchendeckend genutzt. Damit ist ein schier unendlicher Zugriff auf Information fr einen gewaltigen Teil der Menschheit gewhrleistet. Doch nicht jeder nutzt dieses Angebot auf die gleiche Weise. Die heutigen Generationen von Kindern und Jugendlichen wachsen von klein auf mit Medienverstndnis und Mediennutzung auf, da ihnen dies bereits im schulischen Alltag nahe gelegt wird. Mehr noch findet dies jedoch in der privaten Nutzung whrend der Freizeit statt. Vor allem das Fernsehen erlangt eine breite Nutzung und ist dabei zum Leitmedium geworden. In nahezu allen deutschen Haushalten ist ein Fernsehgerat vorhanden und in circa 20 Prozent fand sich sogar schon im Jahr 2000 eines im Kinderzimmer. Die Inhalte, die im Fernsehen und den Medien vermittelt werden, lassen sich grob in zwei Kategorien einteilen: Unterhaltung und Information. Diese werden von unterschiedlichen Menschen unterschiedlich genutzt und diese Nutzung kann verschiedene Grnde, aber auch verschiedene Auswirkungen haben. (...) Fernsehen ist bei den meisten Kindern und Erwachsenen die hufigste Freizeitbeschftigung. Seit einigen Jahren findet die Kinder- und Jugendmedienforschung einen starken Zuwachs an Interesse, nachdem sie lange Zeit nahezu unbeachtet blieb. Inhalte hierbei sind vor allem die Bedeutung der Medien auf die Freizeitgestaltung, die Inhalte und die Dauer des Konsums, die Identittsbildung und vor allem die schulischen Leistungen. Untersucht werden hierbei jedoch nicht nur das Fernsehverhalten, sondern auch die jugendlichen Konsumenten selbst und deren Umfeld. Es sind bedeutende Zusammenhnge der verschiedenen Indikatoren und der Mediennutzung entdeckt worden. (...) Kurzbeschreibung Studienarbeit aus dem Jahr 2010 im Fachbereich Deutsch - Pädagogik, Didaktik, Sprachwissenschaft, Note: 2,0, Albert-Ludwigs-Universität Freiburg, Veranstaltung: Sprache in den neuen Medien, Sprache: Deutsch, Abstract: Diese Arbeit befasst sich mit der Frage welche Auswirkung der Konsum von Medien, im Speziellen Fernsehen und Computer, auf Kinder und Jugendliche hat. berprft wird deren Sprachkompetenz. Dies wird anhand der Schulnoten in der jeweiligen Mutter- bzw. Landessprache belegt. Wie wirkt sich frhkindlicher Medienkonsum auf die weitere Entwicklung des Kindes aus? Welche Rolle spielen das gesellschaftliche Umfeld und das Bildungsniveau der Eltern? Spielt es eine Rolle, zu welchem Zweck (Unterhaltung/ Information) das Medium genutzt wird? Die Antwort auf diese Fragen finden sich in dieser Arbeit. Einfhrung: Neue Medien sind aus unserem heutigen Alltag nicht mehr wegzudenken. Bis auf wenige Ausnahmen werden Fernsehen und Internet weltweit flchendeckend genutzt. Damit ist ein schier unendlicher Zugriff auf Information fr einen gewaltigen Teil der Menschheit gewhrleistet. Doch nicht jeder nutzt dieses Angebot auf die gleiche Weise. Die heutigen Generationen von Kindern und Jugendlichen wachsen von klein auf mit Medienverstndnis und Mediennutzung auf, da ihnen dies bereits im schulischen Alltag nahe gelegt wird. Mehr noch findet dies jedoch in der privaten Nutzung whrend der Freizeit statt. Vor allem das Fernsehen erlangt eine breite Nutzung und ist dabei zum Leitmedium geworden. In nahezu allen deutschen Haushalten ist ein Fernsehgerat vorhanden und in circa 20 Prozent fand sich sogar schon im Jahr 2000 eines im Kinderzimmer. Die Inhalte, die im Fernsehen und den Medien vermittelt werden, lassen sich grob in zwei Kategorien einteilen: Unterhaltung und Information. Diese werden von unterschiedlichen Menschen unterschiedlich genutzt und diese Nutzung kann verschiedene Grnde, aber auch verschiedene Auswirkungen haben. (...) Fernsehen ist bei den meisten Kindern und Erwachsenen die hufigste Freizeitbeschftigung. Seit einigen Jahren findet die Kinder- und Jugendmedienforschung einen starken Zuwachs an Interesse, nachdem sie lange Zeit nahezu unbeachtet blieb. Inhalte hierbei sind vor allem die Bedeutung der Medien auf die Freizeitgestaltung, die Inhalte und die Dauer des Konsums, die Identittsbildung und vor allem die schulischen Leistungen. Untersucht werden hierbei jedoch nicht nur das Fernsehverhalten, sondern auch die jugendlichen Konsumenten selbst und deren Umfeld. Es sind bedeutende Zusammenhnge der verschiedenen Indikatoren und der Mediennutzung entdeckt worden. (...)