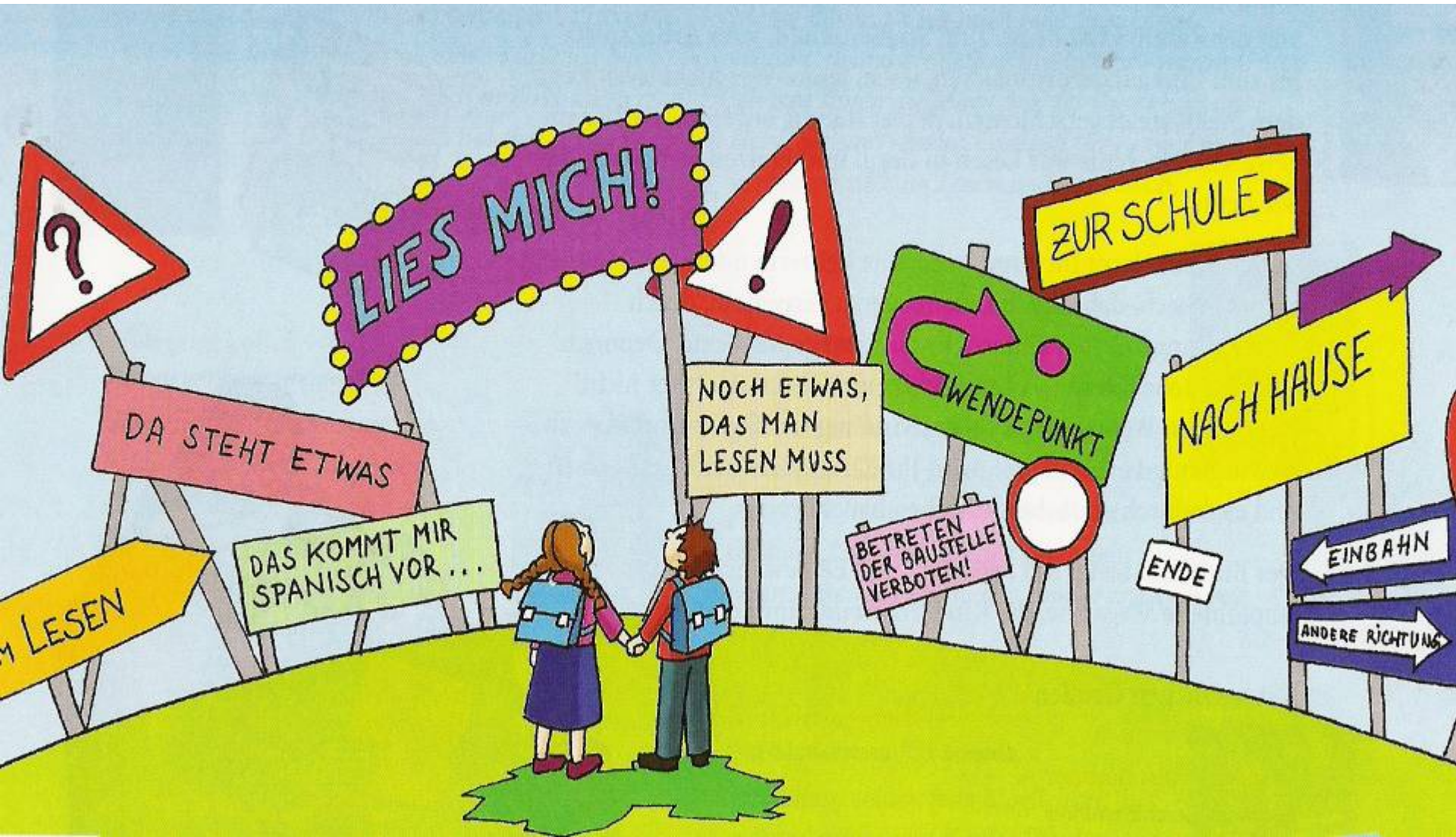




# Lesesozialisation





1.

M

**edienumwelt der Kinder**

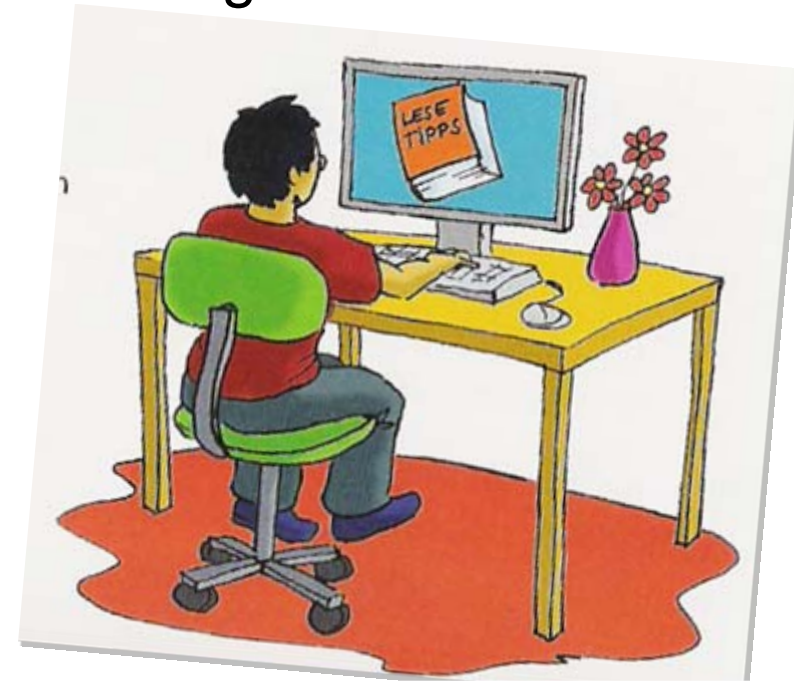
**(Media Literacy)**





## Medienuniversum

- 📖 Die Medienindustrie erzählt Märchen und Mythen.
- 📖 Die Inhalte „funktionieren“ in einem Medienverbund.
- 📖 Merchandisingwelten prägen die Lebensgewohnheiten.
- 📖 Hoher Grad an Identitätsstiftung.

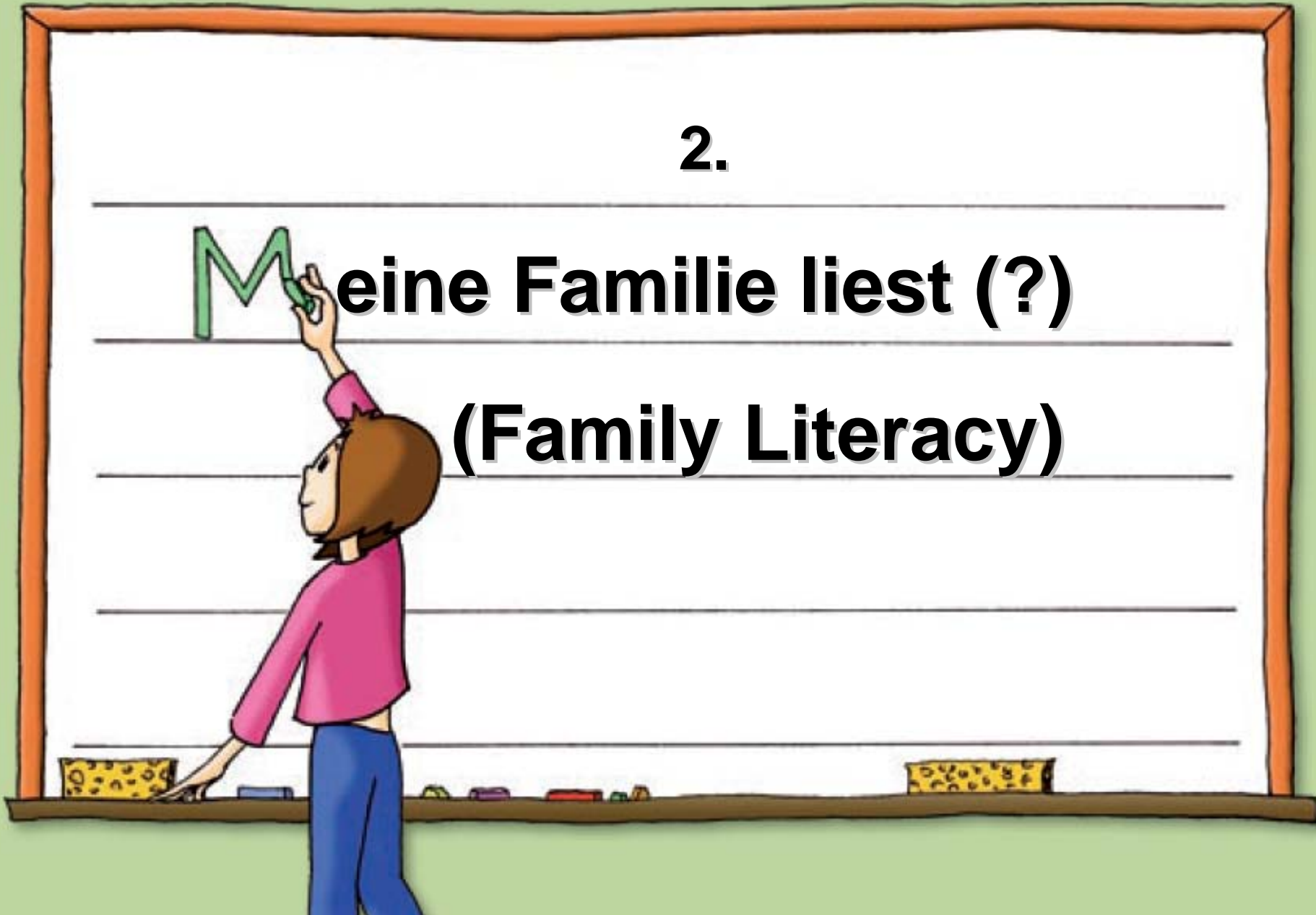




2.

**M**eine Familie liest (?)

**(Family Literacy)**

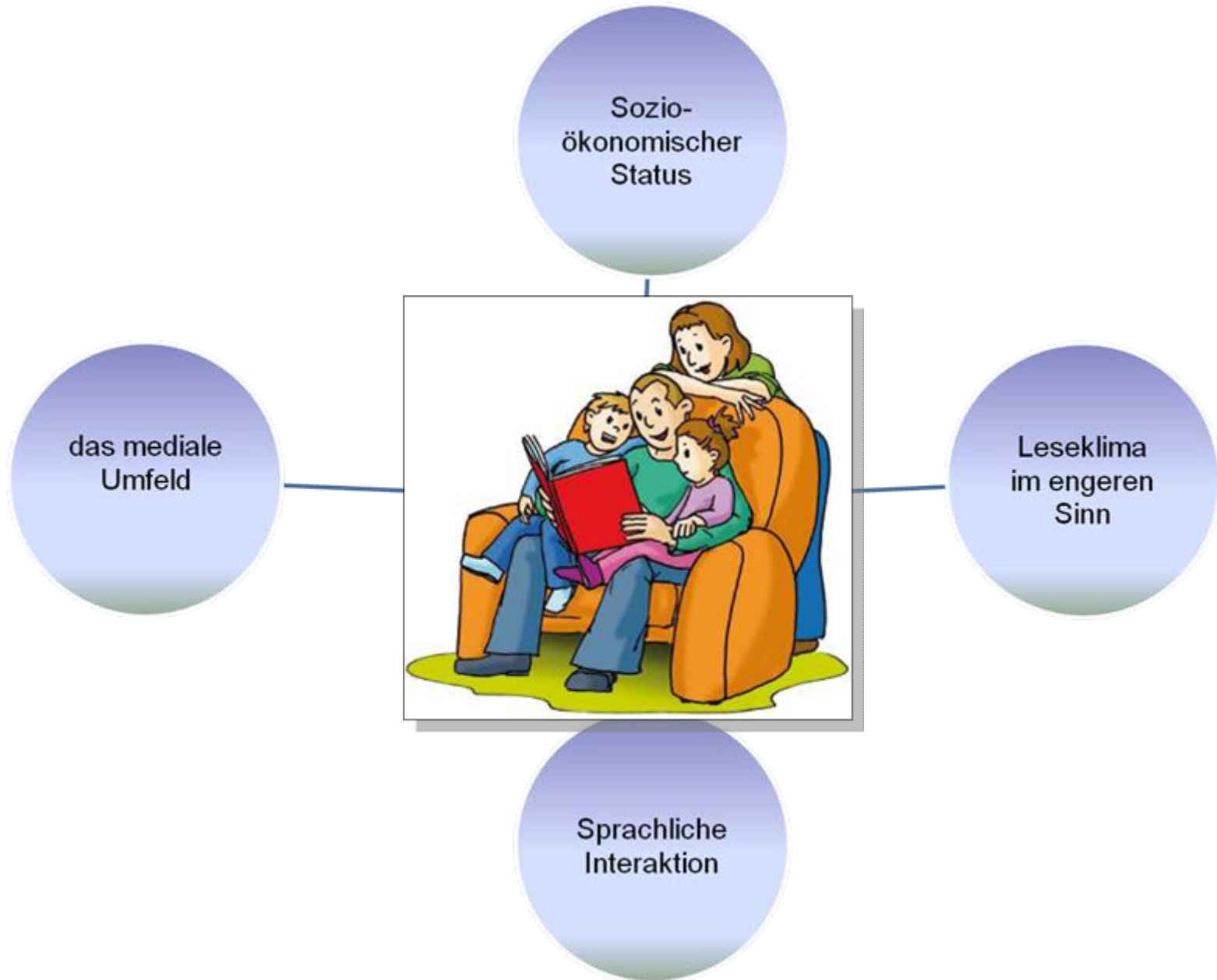




## Wie stehen Eltern zum Lesen ihrer Kinder?





- 📖 So viele Eltern wie nie zuvor sagen: Lesen ist wichtig!
- 📖 Auf das konkrete Leseverhalten der Kinder nehmen aber nur 1/3 Einfluss.
- 📖 Nur 42 Prozent der unter-30-Jährigen Eltern glauben, dass Lesefreude beeinflussbar sei.
- 📖 25% der Kinder kommen mit großen Defiziten in den „Vorläuferfertigkeiten“ in die Schule.

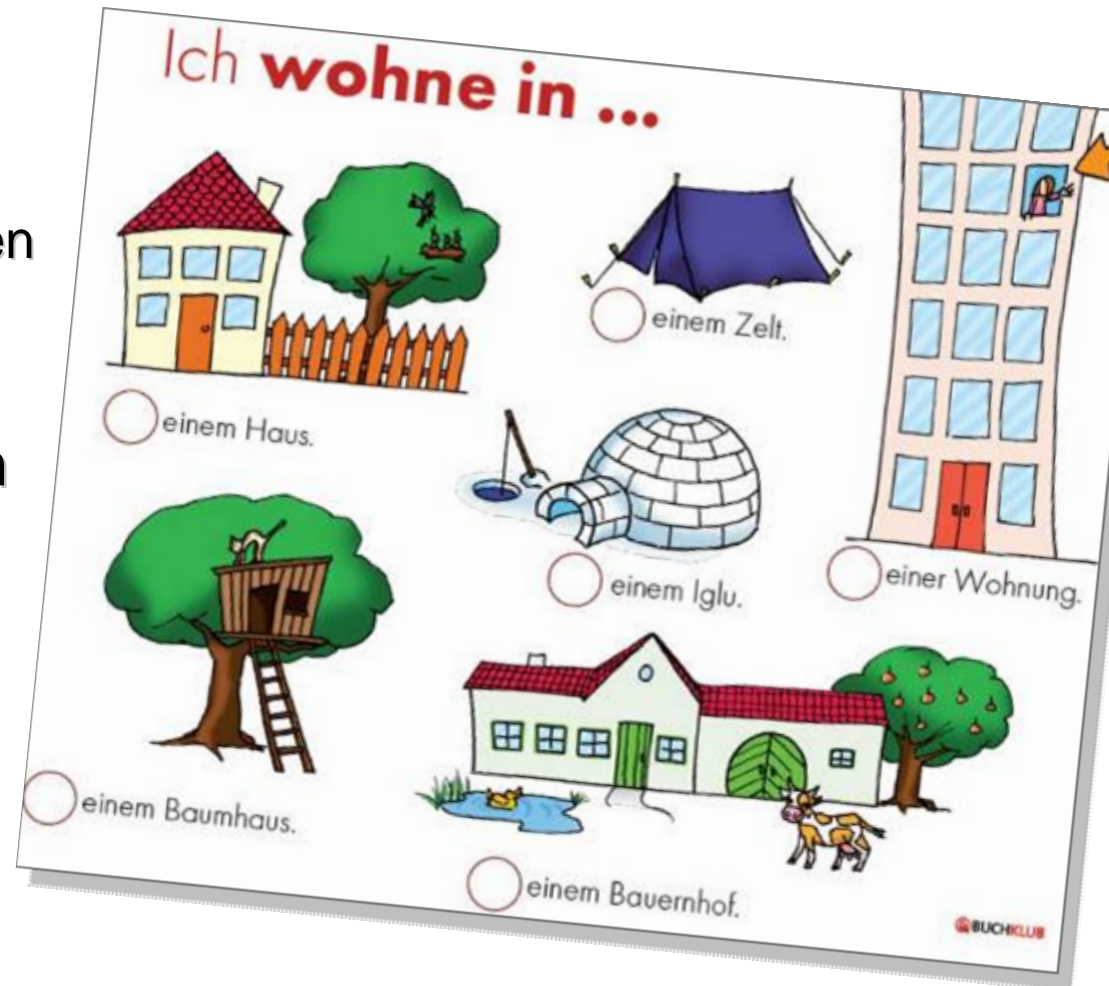




## 1. Soziökonomischer Status der Familie





**Variablen,**  
die Einfluss auf das  
Leseverhalten der Kinder haben

-  Einkommen der Eltern
-  Bildungsgrad der Eltern
-  Schichtzugehörigkeit
-  Buchbesitz



## 2. Sprachliche Interaktion




### Variablen:

-  Richtiger Gebrauch der Muttersprache
-  Wortschatz
-  Familiengespräche: narrativ und exploratorisch
-  Prä- und paraliterarische Kommunikation



## 3. Leseklima





### Variablen:

-  Elterliches Vorbild, vor allem des Vaters
-  Vorlesesituationen
-  die gemeinsam gerichtete Aufmerksamkeit



## 4. Mediales Umfeld

### Variablen:

-  Nutzungsdauer
-  Gemeinsame Nutzung
-  Kommunikation über Medienkonsum
-  Selektive, altersadäquate Nutzung





3.

**M**ir macht Lesen Freude!

(Lese-  
voraussetzungen)

