

**Manfred Winter: Kind, Familie, Fernsehwerbung.- Wien: Signum 1983, 141 S., öS 160.--**

Winter befaßt sich in seiner Arbeit mit der Position des Kindes bei familiären Kaufentscheidungen und untersucht dabei speziell die Rolle der Fernsehwerbung. Seine Darstellung ist in einen theoretischen und einen empirischen Teil gegliedert, wobei der zweite sich auf eine Untersuchung in Österreich bezieht. Im theoretischen Teil betrachtet er zunächst das Kind als Konsumenten, indem er statistische Angaben anführt und seine Überlegungen theoretisch einerseits auf Baduras Lerntheorie stützt, soweit es die Konsumentensozialisation betrifft, andererseits auf Piagets Entwicklungspsychologie. Dabei fällt seine dynamische Betrachtung der Entwicklung des kindlichen Konsumenten ebenso angenehm auf, wie die Betonung der Rolle der Familie in diesem Prozeß. Im folgenden wird die Beziehung Kind und Medien diskutiert, wobei zunächst auf die Funktionen, die die unterschiedlichen Medien für das Kind haben, angesprochen sind. Daran schließt sich eine Darstellung kindlichen Filmerlebens an, die sich allerdings lediglich auf sehr frühe Studien von Keilhacker bezieht. Das Fernsehverhalten der Kinder wird in einer Gegenüberstellung USA - Österreich diskutiert. Leider geht Vf. nicht speziell auf die Bedeutung des Familiensystems ein; zu sehr wird auf die Beziehung Mutter - Kind abgehoben, die Rolle des Vaters und der Geschwister im systematischen Verständnis nicht erläutert. Es folgt eine kurze Erläuterung legislativer Maßnahmen bezüglich Kind und Werbung.

Im zweiten Teil der Arbeit folgt die Darstellung der empirischen Studie. Dabei konzentriert sich Winter auf fünf Produktgruppen: Spiele und Spielzeug, Süßigkeiten und Eis, Getränke, Lebensmittel und Früh-

