

er für den Leser klar und verständlich die diversen Perspektiven dar, die kulturwissenschaftlich, (medien-)psychologisch und kommunikationswissenschaftlich orientierte Forscher und Forscherinnen auf diese Phänomene hatten bzw. haben. Das ist gut so, denn es verdeutlicht die Notwendigkeit, parasoziale Interaktionen und parasoziale Beziehungen theoretisch und methodisch von verwandten Konstrukten wie Identifikation oder Involvement abzugrenzen – was in der bisherigen Forschung nicht immer eindeutig passierte. Ebenso notwendig ist es, das Verhältnis von PSI und PSB zu klären und zu einer expliziten Unterscheidung zwischen beiden Konzepten zu gelangen. Beides leistet der Text in aller Klarheit und trägt damit zu einer Präzisierung des theoretischen Verständnisses von PSI und PSB bei.

Immer orientiert an den ursprünglichen Vorstellungen von Horton, Wohl und Strauss werden Gemeinsamkeiten, Abweichungen, Differenzierungen und Weiterentwicklungen der Konzepte dargestellt, erläutert und kommentiert, so dass schließlich ein umfassendes und lebendiges Bild eines Forschungsbereichs entsteht, der sich zentral mit Fragen beschäftigt wie: Was ist das Spezifische an einer medial vermittelten Interaktion im Vergleich zur realen Interaktion mit anderen? Was ist das Besondere an (sozialen) Beziehungen, die daraus entstehen? Welche Faktoren determinieren PSI bzw. PSB? Was sind die Folgen von PSI und PSB? Nach der Lektüre von Kapitel 1 und 2 sollte der Leser erkannt haben, dass diese Fragen keinesfalls trivial sind, sondern eine wissenschaftliche Herausforderung darstellen. Mit Hinweisen auf bislang ungelöste Fragen und Anregungen für weitere wissenschaftliche Untersuchungen in diesem Bereich bietet Hartmann interessante Ansatzpunkte für zukünftige theoretische Diskussion und empirische Forschung. In Kapitel 3 werden die Forschungslogik sowie die verschiedenen Methoden und Instrumente zur Messung von PSI bzw. PSB vorgestellt. Dies führt zu der Erkenntnis, dass die in der bisherigen Forschung verwendeten Messinstrumente nicht frei von Problemen der Inhaltsvalidität waren bzw. sind. Und weil Hartmann es genau nimmt und sich die Mühe gemacht hat, die verschiedenen Verfahren detailliert bis hin zur Formulierung einzelner Items zu beschreiben, kann der Leser jeweils nachvollziehen, ob und wie gut die verwendeten Instrumente mit den jeweiligen theoretischen Voraussetzungen korrespondieren. Die Vielzahl der empirischen Befunde, die in der PSI-/PSB-Forschung bislang erarbeitet wurden, ist in Kapitel 4 gut strukturiert und übersichtlich zusammengefasst.

An dieser Stelle fallen die auch sonst im Buch verwendeten Marginalien als besonders hilfreich auf, denn sie erleichtern die einfache und schnelle inhaltliche Orientierung im Text. Zur guten didaktischen Aufbereitung tragen auch die vielen informativen Kästen zu Kernsätzen, Begriffen, Fallbeispielen, Schlüsselstudien, Akteuren, Anekdoten etc. sowie eine kommentierte Auswahl von wichtigen Studien zu diesem Themenbereich bei. Besonders beeindruckt hat mich die gute Lesbarkeit des Texts mit seinen zahlreichen illustrierenden Beispielen. Gerne hätte ich auch noch meine parasoziale Interaktion mit Kermit getestet, aber dessen Bild ist wohl leider irgendwie verlorengegangen. Die Idee, Lehrbücher auf der Ebene von relevanten „Konzepten“ zu schreiben und damit die Lücke zwischen „großen Überblickswerken“ und „Einträgen in Handbüchern und Lexika“ zu füllen, gefällt mir sehr gut. Mit diesem Band zur parasozialen Interaktion und Beziehungen ist sie meines Erachtens hervorragend umgesetzt worden. Wie die Herausgeber der Reihe es sich vorstellen, ist das Buch von Tilo Hartmann für Wissenschaftler und Studierende daher eine empfehlenswerte Bereicherung.

Uli Gleich

**Matthias R. Hastall**

### **Kommunikation von Gesundheitsrisiken in den Massenmedien**

Der Einfluss von Informations- und Rezipientenmerkmalen auf die Botschaftszuwendung und -vermeidung

Baden-Baden: Nomos / Ed. Fischer, 2011. – 352 S.

ISBN 978-3-8329-6450-4

(Zugl.: Erfurt, Univ., Diss., 2010)

Die Schweinegrippe, der Dioxin-Skandal oder zuletzt die EHEC-Erkrankungen sind eindrückliche Beispiele, an denen die Relevanz der Frage nach der Kommunikation von Gesundheitsrisiken deutlich wird: Wie können Gesundheitsbotschaften vermittelt werden, um Menschen für Gesundheitsgefahren zu sensibilisieren und ihnen bei informierten Entscheidungen zu helfen, ohne dabei überhöhte Angst und übertriebene Schutzmaßnahmen auszulösen? Matthias R. Hastall widmet sich diesem Thema in der vorliegenden Monographie, die zugleich seine Dissertationsschrift ist, aus medienpsychologischer Perspektive. Ausgehend von der Beobachtung, dass bisherige Studien nur selten (positive) Wirkungen von Gesund-

heitsbotschaften auf das Wissen und die Einstellungen zu Gesundheitsthemen feststellen konnten, fokussiert Hastall in seiner Studie die vorgelagerte Frage nach der Aufmerksamkeit für Gesundheitsbotschaften. Konkret untersucht er, „welche Merkmale der potenziellen Botschaftsempfänger und der Gesundheitsbotschaften darüber entscheiden, ob diese Botschaften rezipiert oder vermieden werden“ (S. 5). Die Einnahme der Selektionsperspektive adressiert eine große Lücke in der Forschung zur Gesundheitskommunikation, die sich überwiegend mit der Wirkung von Gesundheitsbotschaften beschäftigt.

Nach einer Explikation des Gesundheitsbegriffs und der Definition des Untersuchungsgegenstandes „massenmediale Gesundheitsbotschaften“ (Kapitel 2) legt Hastall den Forschungsstand zu selektiver Botschaftszuwendung und -vermeidung (Kapitel 3), zum Einfluss von Bedrohlichkeit (Kapitel 4), Selbstwirksamkeit (Kapitel 5), zu Ansätzen, die beide Konstrukte kombiniert untersuchen (Kapitel 6) und zur Evidenzart (Kapitel 7) dar. In der zweiten Hälfte der Arbeit wird eine kulturvergleichende empirische Studie beschrieben, die den Einfluss der drei ausgewählten Botschaftsmerkmale auf tatsächliches Zuwendungsverhalten experimentell untersucht (Kapitel 8 und 9).

Hastall verwendet die Begriffe „Gesundheitsbotschaften“ im engeren Sinne für „abgeschlossene massenmediale Beiträge (...), in denen reale (versus fiktive) aktuelle oder zukünftige *Bedrohung der physischen oder psychischen Gesundheit* [Hervorh. i. Orig.] der potenziellen Botschaftsempfänger thematisiert werden“ (S. 31f.). Das Kriterium der Bedrohlichkeit wird dabei aus Kommunikatorperspektive definiert. Dies sei zweckmäßig, da Kommunikationskampagnen fast immer das Ziel verfolgen, das Bewusstsein für Risiken (aus Expertensicht) zu schaffen, die subjektiv noch nicht vorhanden sind.

Den theoretischen Kern der Arbeit stellen Theorien und Befunde aus der Selektionsforschung dar, die um Forschungsergebnisse aus der Gesundheits- und Risikokommunikation und der Gesundheits- und Persönlichkeitspsychologie erweitert werden. Hastall konzipiert Selektivität im Gegensatz zu anderen Ansätzen nicht nur als Zuwendung, sondern betont, dass Selektion auch durch Vermeidung stattfindet. Disziplinübergreifend systematisiert Hastall 33(!) theoretische Ansätze unterschiedlicher Reichweite danach, in welcher Form Bedrohlichkeit und/oder Selbstwirksamkeit in Zusammenhang mit der Zuwendung und/oder Ver-

meidung von Botschaften gebracht werden. Zu den identifizierten Modellen gehören neben Theorien des Informationsverhaltens (z. B. Information Utility Model, Theory of Motivated Information Management) insbesondere Modelle des Gesundheitsverhaltens (z. B. Health Belief Model, Health Action Process Approach), aber auch die Nachrichtenwerttheorie und die Eskapismus-These (hilfreicher tabellarischer Überblick auf S. 136).

Auf der Basis der zusammengetragenen Forschungsergebnisse formuliert Hastall Hypothesen zum Einfluss der Botschaftsmerkmale Bedrohlichkeit, Selbstwirksamkeit, Evidenzart und Persönlichkeitsmerkmalen (Dispositionelle Ängstlichkeit, Repression/Sensitization, Unsicherheitstoleranz, Gesundheitliche Kontrollüberzeugung und Informationsverarbeitungsstil) auf die Zuwendung zu bedrohlichen Gesundheitsbotschaften.

Um die kausalen Hypothesen zu prüfen, konzipiert Hastall eine webbasierte experimentelle Studie, bei der insgesamt 627 Versuchsteilnehmern aus Deutschland und den USA ein Online-Nachrichtenmagazin zu verschiedenen Gesundheitsthemen vier Minuten lang zur freien Rezeption präsentiert wurde. Vier der acht im Magazin dargebotenen Artikel waren hinsichtlich der (physischen) Bedrohlichkeit, der Selbstwirksamkeit und der Evidenzart (statistisch vs. Fallbeispiel) manipuliert.

Die Auswertung der Daten bestätigte die Hypothese zur Evidenzart: Fallbeispiele erregen eine stärkere Aufmerksamkeit als statistische Evidenz. Die aufgestellten Hypothesen zu Haupt- und Interaktionseffekten der Bedrohlichkeit und Selbstwirksamkeit der Botschaften lassen sich nicht bestätigen. Allerdings zeigt sich eine Interaktion, die „nicht nur im Widerspruch zu den Hypothesen dieser Arbeit, sondern auch zum dominanten Wirkungsparadigma für Gesundheitsbotschaften“ (S. 222) steht: Bei hoher Bedrohlichkeit präferierten Versuchspersonen Botschaften, die eine geringe Selbstwirksamkeit suggerieren, während Botschaften mit niedriger Bedrohlichkeit stärker genutzt wurden, wenn sie hohe Selbstwirksamkeit suggerierten. Ein Vergleich der Nationalitäten zeigt, dass das erste Nutzungsmuster vor allem in der deutschen Bevölkerung überwiegt und das zweite in der US-amerikanischen. Hastall interpretiert diesen Befund als maladaptive Abwehrstrategien, bei denen Rezipienten entweder Botschaften auswählen, die suggerieren, dass nur eine geringe Gefahr besteht, die gleichzeitig leicht vermeidbar ist (deutsche Probanden), oder die eine derartig große Gesundheitsgefahr darstellen, gegen die kaum etwas getan

werden kann (amerikanische Probanden). Geschlechtsspezifische Analysen zeigen, dass die untersuchten Botschaftsmerkmale das Zuwendungsverhalten von Frauen stärker als das der Männer beeinflussen. Hinsichtlich dispositioneller Persönlichkeitsunterschiede (s. o.) zeigen sich keine konsistenten Zusammenhänge mit der Botschaftszuwendung.

Nach Hastall zeigen die Ergebnisse der Studie die Grenzen klassischer Furchtappellannahmen auf, da die Botschaften, von denen man sich die stärkste Wirkung verspricht, eher vermieden werden. Wie Hastall selbst anmerkt, ist es allerdings bedauerlich, dass das Vermeidungsverhalten nicht direkt gemessen werden konnte, sondern nur aufgrund maladaptiven Zuwendungsverhaltens interpretiert werden kann. Durch die methodisch bedingten Einschränkungen der externen Validität ist der Erkenntnisgewinn des Experiments – insbesondere für die Kommunikationspraxis – begrenzt. Insbesondere der Versuch, die Limitationen der in der medienpsychologischen Wirkungsforschung verbreiteten Forced-Exposure-Bedingungen durch zusätzliche Darbietung nicht manipulierter Stimuli einzuschränken, erscheint nicht hinreichend, um die Ergebnisse auf reale Mediennutzungssituationen zu übertragen.

Insgesamt bietet dieses Buch aber einen sehr guten Forschungsüberblick zur Selektion von (bedrohlichen) Gesundheitsbotschaften, bei dem insbesondere der bislang vernachlässigte Aspekt der Vermeidung integriert wird. Aufgrund der Breite der Darstellung sind einige Ausführungen jedoch recht knapp und voraussetzungsvoll. Darüber hinaus werden die Rezeptions- und Wirkungsperspektive theoretisch und empirisch nicht klar auseinandergehalten. Dies zeigt sich besonders darin, dass die theoretisch überwiegend als Rezipientenmerkmale begründeten Konzepte der (wahrgenommenen) Bedrohlichkeit und Selbstwirksamkeit in der empirischen Untersuchung als Botschaftsmerkmale konzipiert wurden. Darin könnte ein Grund dafür liegen, dass insgesamt nur ein geringer Anteil der Varianz im Zuwendungsverhalten durch die Botschaftsmerkmale aufgeklärt werden kann (weniger als 10 %) und eine Antwort auf die Frage danach, welchen Gesundheitsbotschaften sich Menschen zuwenden, weiterhin offen bleibt.

Jenny Voth

**Claudia Lampert / Bettina Fromm / Eva Baumann**

**Gesundheitskommunikation und Medien**

Ein Lehrbuch

Stuttgart : Kohlhammer, 2011. – 188 S.

ISBN 978-3-17-020683-0

Das Forschungs- und Praxisfeld der Gesundheitskommunikation hat in den vergangenen Jahren national und international an Bedeutung gewonnen. Dieser Bedeutungszuwachs ist besonders deutlich erkennbar an den Jahrestagungen der International Communication Association (ICA), bei denen die Sektion „Health Communication“ regelmäßig eines der umfangreichsten Angebote bietet. Mit einer gewissen Verzögerung und einer geringeren Intensität ist diese Entwicklung auch im deutschsprachigen Raum zu beobachten.

Vor diesem Hintergrund ist der Zeitpunkt für die Publikation eines Lehrbuchs zur Gesundheitskommunikation sicher günstig. Das Werk schließt zudem eine wichtige inhaltliche Lücke, weil die bereits vorhandenen Lehr- und Einführungswerke in die Gesundheitskommunikation ihren Gegenstand oft umfassend breit und multidisziplinär definieren. Exemplarisch soll an dieser Stelle der Sammelband von Hurlmann und Leppin (2001) genannt werden, der trotz der vielen qualitativ überzeugenden Einzelbeiträge als Gesamtwerk keine weit reichende Integrationsleistung für dieses dynamische und noch eher unübersichtliche Forschungs- und Praxisfeld bietet.

Im Gegensatz dazu fokussieren die Autorinnen des hier rezensierten Bandes klar (und bereits im Titel erkennbar) auf die medienvermittelte Gesundheitskommunikation. Und auch der Anspruch, ein Lehrbuch vorzulegen, wird überzeugend eingelöst. Obwohl von einem Team von Autorinnen erstellt, liest sich das Buch wie eine Monographie aus einem Guss, welche entsprechend der Zielgruppe der Studierenden so komplex wie notwendig, aber auch so einfach und gut verständlich wie möglich geschrieben ist.

Das Werk ist übersichtlich gegliedert: Im Einführungskapitel wird die historische Entwicklung der Gesundheitskommunikation und deren Verankerung in unterschiedlichen akademischen Disziplinen dargestellt. Der weitere Aufbau orientiert sich an der klassischen Strukturierung der Kommunikations- und Medienwissenschaft in Medieninhalte, Mediennutzung, Medienwirkung sowie Kommunikatorforschung (hier im Sinne von medialen Strategien der Gesundheitsförderung). Kapitel 2 fasst