

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

den Wissens- und Forschungsstand zur Darstellung von Gesundheit und Krankheit in den Medien zusammen. Dabei werden unterschiedliche Perspektiven angeboten und differenziert zwischen Mediengattungen, zwischen exemplarischen Themenbeispielen und zwischen problematischen Darstellungsmustern (u. a. Stereotypisierung, Tabuisierung und Medikalisierung). Kapitel 3 fokussiert auf das Informationsverhalten und die Mediennutzung von Rezipienten und Patienten. Kapitel 4 diskutiert Medienwirkungen vor dem Hintergrund ihrer möglichen Relevanz für die Gesundheit von Patienten. In diesem ausführlichsten Kapitel systematisieren die Autorinnen in überzeugender Form gesundheitsrelevante Medienwirkungen nach den Absichten des Senders (intendiert vs. nicht intendiert) und ihrer gesellschaftlichen Wünschbarkeit (positiv, negativ, wirkungslos). Zudem wird eine Auswahl von wichtigen Theorien der Medienwirkung und ihre spezifische Anwendungen im Feld der Gesundheitskommunikation vorgestellt.

Im abschließenden Kapitel 5 stehen mediale Strategien der Gesundheitsförderung und damit die Kommunikationspraxis im Zentrum. Auch an dieser Stelle wird nicht einfach simples Rezeptwissen in Form von wohlfeilen Ratschlägen und Checklisten abgegeben, sondern die Autorinnen differenzieren theoriegeleitet zwischen den folgenden „Strategien“: Gesundheitskampagnen, Entertainment-Education, Media Advocacy und Gesundheitsjournalismus. Die Begriffsverwendung und auch die Gliederung dieses Kapitels vermag allerdings nicht zu überzeugen, da die oben aufgeführten „Strategien“ eher als strategische Instrumente zu bezeichnen sind, welche als Elemente von umfassenden Kommunikationsstrategien durchaus und sinnvoll miteinander kombiniert werden können.

An dieser Stelle endet leider das Buch, aber interessierte Lesende der Kommunikationswissenschaft und der Kommunikationspraxis hätten schon noch einige offene Fragen, deren Diskussion in einem Abschlusskapitel vertieft werden sollte. Obwohl es sich primär um ein Lehrbuch handelt, steht erstens die Frage nach dem weiteren Forschungsbedarf im Raum. Diese Frage ist nicht für Forschende, sondern angesichts der postulierten engen Verknüpfung von Forschung und Lehre auch für Studierende, welche z. B. auf der Suche nach einem Thema für eine Qualifikationsarbeit sind, von Bedeutung. Eine zweite offene Frage sind mögliche Trends und Entwicklungsszenarien des Praxis- und Forschungsfeldes der Gesundheitskommunikation.

Trotz der erwähnten Vorbehalte kann dieses Werk als Lehrbuch uneingeschränkt empfohlen werden. Zusätzlich zur guten Lesbarkeit tragen dazu auch formale und gestalterische Qualitätsmerkmale bei, wie der gezielte Einsatz von Abbildungen und Tabellen, die systematische und sorgfältige Definition aller zentralen Begriffe, das Stichwortverzeichnis und die Repetitionsfragen am Schluss jedes Kapitels.

Urs Dahinden

Literatur

Hurrelmann, Klaus / Leppin, Anja (Hrsg.) (2001): *Moderne Gesundheitskommunikation: vom Aufklärungsgespräch zur E-Health*. Bern: Hans Huber

Christine Linke

Medien im Alltag von Paaren

Eine Studie zur Mediatisierung der Kommunikation in Paarbeziehungen

Wiesbaden: VS, 2010. – 208 S.

(Reihe Medien – Kultur – Kommunikation)

ISBN 978-3-531-17364-1

Zugl.: Erfurt, Univ., Diss., 2009

Populäre Sitcoms wie *King of Queens* sind interessante Objekte, wenn es um die Erfassung und Reflexion eines mediatisierten Alltags im Leben eines Paares geht. Allerdings fokussiert sich die Darstellung hier meist auf das Fernsehen, dessen Einfluss auf die Paarbeziehung auf vielfältige Weise inszeniert wird. Das Fernsehen im Wohnzimmer ist dort zugleich wichtigster Bezugspunkt des gemeinsamen Lebens wie auch Quelle von Irritationen – wenn beispielsweise eine der beiden Hauptfiguren der Sitcom, Carrie Heffernan, die Fernsehsucht ihres Mannes Doug kritisiert, aber selbst in einer Episode, die von ihrer temporären Arbeitslosigkeit handelt, in einer depressiven Stimmung einem exzessiven Fernsehkonsum verfällt. Andere Medien, wie etwa der Computer, werden nur gelegentlich thematisiert und eher wegen ihrer problematischen Anbindung an die Arbeitswelt als Störfaktoren begriffen. Auch viele Studien unterschiedlicher Disziplinen, die sich mit dem Zusammenhang von Medien und Paarbeziehungen beschäftigen, haben sich bisher eher auf das Fernsehen bezogen, das in der Partnerschaft ganz unterschiedliche Funktionen erfüllen kann – etwa Gemeinschaft zu stiften, Gesprächsanlässe zu bieten oder den häuslichen Alltag zu strukturieren.

Christine Linke wählt in ihrer Studie zur Mediatisierung der Kommunikation in Paarbezie-