

## Entertainment-Education

„Fernsehen macht dick“ – diese immer wieder gern vorgebrachten These hinterfragt die Autorin in ihrer Dissertation und versucht, einen Zusammenhang herzustellen, der über die rein zeitliche Nutzungsdauer hinausgeht und sich mit der inhaltlichen Ebene beschäftigt.

Den wissenschaftlichen Hintergrund bildet dabei die Entertainment-Education-Strategie als Form medialer Gesundheitskommunikation, bei der „gezielt unterhaltende, fiktionale Medieninhalte zum Träger von gesundheitsbezogenen Informationen werden“ (S. 57).

In einer ausführlich vorgestellten experimentellen Studie an drei Grundschulen in Erfurt weist die Autorin am Beispiel der Serie *LazyTown* nach, dass das Entertainment-Education-Format (EE-Format) bei einmaliger Rezeption „zumindest kurzfristige Wirkung gezeigt hat“ (S. 288). Die Frage, ob diese Effekte durch Serialität überdauernd sein könnten, sei noch nicht geklärt und bedürfe noch weiterer Forschungen. Dennoch richtet die Autorin den Appell an Produzenten und Kinderfernseher, durch gezielten Einsatz von EE-Formaten eine Änderung im Ernährungsverhalten zu bewirken und so einen Beitrag zur Gesundheitsförderung zu leisten. Ein hehres Ziel, bei dem das Fernsehen einmal nicht nur den Schwarzen Peter im komplexen Feld des Ernährungsverhaltens zugesprochen bekommt und das mit Sicherheit von vielen anderen Komponenten begleitet werden muss, um der Ausbreitung von Übergewicht bei Kindern und Jugendlichen zu begegnen.

Anja Humberg

## Die Spionage, der Krieg und das Virus

„Hollywood als Reflexionsmedium des Strukturaufbaus von Weltgesellschaft“: Diese Sichtweise steht im Mittelpunkt der 2012 erschienenen Dissertation aus dem Jahr 2009. Beispiele aus drei Filmgenres werden analysiert und im Zusammenhang mit globalen, politischen und soziokulturellen Entwicklungen gedeutet.

Der Autor kommt zu dem Ergebnis, dass der Spionagefilm – hier insbesondere die *Bourne-Trilogie* (USA 2002, 2004, 2007) – mit der ihm impliziten andauernden Identitätskrise die Dysfunktionalität abbildet, mit der angesichts der entstandenen Weltgesellschaft die Versuche der Identifikationssuche belegt sind, die um den Begriff der Nation kreisen. Der zeitgenössische Kriegsfilm (*Black Hawk Down*, USA 2001) wolle insbesondere „Unmittelbarkeits- oder Vor-Ort-Effekte“ (S. 17) bei Rezipienten erreichen, da der Wegfall des klassischen Feindbildes aus der Zeit des Kalten Krieges sowie die Erfahrung von 9/11 das Bewusstsein von Kriegsbedrohung für jeden bis in den privaten Raum reichen lasse. Im aktuellen Seuchenfilm – hier *Outbreak* aus dem Jahr 1995 – sieht der Autor allegorische Vermittlungsversuche der mit der globalen Vernetzung und Erreichbarkeit verbundenen Angst vor viraler Ansteckung. Insgesamt eine hochkomplexe und stellenweise nicht leicht lesbare, mit einem ausführlichen wissenschaftlichen Hintergrundmaterial versehene Arbeit, die das Hollywood-Kino im großen soziologischen Zusammenhang deutet.

Anja Humberg

## Medienpsychologie

Grundfragen der Medienpsychologie sind ein wesentlicher Bestandteil psychologischer und medienwissenschaftlicher Ausbildungsfächer an den Hochschulen. Die Reihe *Grundriss der Psychologie* stellt sich explizit das Ziel, Grundwissen für die Bachelorausbildung übersichtlich und zusammenfassend aufzubereiten. Jeder Band orientiert sich an einem der Module, welche die Deutsche Gesellschaft für Psychologie für die Neugestaltung der Psychologieausbildung vorschlug.

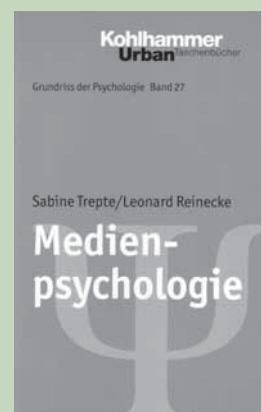
Dementsprechend ist der Band lehrbuchähnlich aufgebaut. Neben kurzen thematischen Einleitungen finden sich Übersichten, historische Kontextualisierungen, weiterführende Literaturhinweise sowie Fragen zur Selbstüberprüfung. Der Band widmet sich vielen relevanten Schwerpunkten der Medienpsychologie, aber auch der Medienwissenschaft. Das Spektrum reicht dabei von grundlegenden Fragestellungen zu Mediengeschichte und -psychologie bis hin zu zahlreichen Aspekten der individuellen Mediennutzung, der Medienwirkungen und deren verhaltensrelevanten Aspekten. Die Mediennutzung wirkt in viele Alltagsbereiche menschlichen Handelns hinein, prägt Wertesysteme und steht in einer starken Wechselwirkung zu unserer persönlichen emotionalen Verfasstheit. Medienwirkungen und Medienkompetenz sind also ein relevantes Themenfeld für viele Berufsgruppen. Auf das Buch greift man gern zurück, wenn man schnell einen Überblick zu Themenfeldern der Medienpsychologie erlangen möchte. Es lässt sich gut in der Lehre einsetzen und dürfte auch für Medienanalytiker nützlich sein.



**Kathleen Arendt:** *Entertainment-Education für Kinder. Potenziale medialer Gesundheitsförderung im Bereich Ernährung.* Baden-Baden 2013: Nomos Verlag. 336 Seiten, 49,00 Euro



**Il-Tschung Lim:** *Die Spionage, der Krieg und das Virus. Populäres Globalisierungswissen im zeitgenössischen Hollywood-Kino.* Paderborn 2012: Wilhelm Fink Verlag. 229 Seiten, 29,90 Euro



**Sabine Trepte/Leonard Reinecke:** *Medienpsychologie. Grundriss der Psychologie, Band 27.* Stuttgart: Kohlhammer. 376 Seiten, 22,90 Euro