

Inhalt

Vorwort	5
Abbildungsverzeichnis	11
Tabellenverzeichnis	12
Verzeichnis der Beispiele	13
Verzeichnis der Begriffsklärungen	14
Abkürzungsverzeichnis	15
1 Was ist Gesundheitskommunikation?	17
1.1 Begriffsklärungen	17
1.2 Strukturierungsmöglichkeiten des Forschungsbereiches	21
1.3 Historische Entwicklung des Forschungsfeldes	25
2 Multi-, Inter- und Transdisziplinarität	27
3 Zentrale Parameter	33
3.1 Risikowahrnehmung	34
3.2 Wirksamkeitserwartungen	35
3.3 Subjektive Normen	36
3.4 Emotionen	37
3.5 Gesundheitskompetenz	38
3.6 Informierte Entscheidungen	40
3.7 Einstellungen und Intentionen	41
3.8 Gesundheitsverhalten	42
3.9 Gesundheitszustand und Lebensqualität	44
3.10 Mediennutzung und Informationssuche	45
4 Theorien, Ansätze und Modelle	47
4.1 Mikroebene	48
4.1.1 Theorie des geplanten Verhaltens	48
4.1.2 Sozial-kognitive Lerntheorie	51
4.1.3 Stadienmodelle des Gesundheitsverhaltens	53
4.1.4 Elaboration Likelihood Model	54
4.1.5 Furchtappelltheorien	57
4.2 Mesoebene	61
4.2.1 Theorien sozialer Vergleichsprozesse	61
4.2.2 Theorie der sozialen Unterstützung	63
4.2.3 Diffusionstheorie	65
4.3 Makroebene	67
4.3.1 Wissenskluft-Perspektive	67
4.3.2 Kultivierungsthese	69
4.3.3 Agenda-Setting	71

5	Methoden	74
5.1	Forschungslogik – empirisch vs. nicht empirisch	75
5.2	Art der Messung – qualitativ vs. quantitativ	75
5.3	Möglichkeiten der Datenerhebung	77
5.3.1	Grundsätzliche Überlegungen	77
5.3.2	Befragung	79
5.3.3	Inhaltsanalyse	86
5.3.4	Beobachtung	88
5.3.5	Psychophysiologische Messmethoden	90
5.4	Untersuchungsanlage	92
5.4.1	Experimentelle Untersuchungsdesigns	92
5.4.2	Nicht-experimentelle Designs	95
5.5	Gütekriterien	95
5.5.1	Reliabilität	95
5.5.2	Validität	96
6	Interpersonale Kommunikation	98
6.1	Dimensionen der interpersonalen Gesundheitskommunikation	98
6.2	Arzt-Patienten-Kommunikation	101
6.2.1	Anlässe und Anforderungen der Kommunikation	102
6.2.2	Veränderungen in der Arzt-Patienten-Kommunikation	103
6.2.3	Modelle der Arzt-Patienten-Interaktion	104
6.3	Gesundheitsberatung	107
7	Medieninhalte	115
7.1	Strukturierungsmöglichkeiten von Medieninhalten	115
7.2	Informationsformate	118
7.3	Unterhaltungsformate	126
8	Mediennutzung	130
8.1	Formen der Mediennutzung	130
8.2	Nutzung gesundheitsbezogener Medienangebote	133
8.3	Faktoren der Mediennutzung	136
9	Medienwirkungen	141
9.1	Dimensionen der Medienwirkungen	142
9.2	Positive Effekte	145
9.3	Negative Effekte	148
10	Gesundheitskampagnen	153
10.1	Vorgehen bei der Kampagnenentwicklung	154
10.2	Zentrale Strategien in Gesundheitskampagnen	163
10.2.1	Strategien zur Wissensvermittlung	164
10.2.2	Emotionale Appelle	168
10.2.3	Soziale Appelle	171
10.2.4	Framing	174
10.2.5	Fallbeispiele, Narrative und Experten	175

10.2.6	Entertainment Education	176
10.3	Auswahl der Kommunikationswege	178
11	Ethische Aspekte	182
11.1	Unerwünschte Effekte	182
11.2	Qualität	184
11.3	Entscheidungsfreiheit und Verantwortung	186
12	Zielgruppenspezifika	190
13	Akteure	195
13.1	Leistungserbringer	196
13.2	Pharmaunternehmen	198
13.3	Krankenversicherungen	199
13.4	Öffentliche Institutionen und Stiftungen	201
14	Herausforderungen und Perspektiven in der Gesundheitskommunikation	205
	Literaturverzeichnis	209
	Verzeichnis der Fachbegriffe mit englischen Übersetzungen	237
	Stichwortverzeichnis	241