

Schoggiriegel: köstlich und gesund. Über den Einfluss der Medien bei Konsum und Ernährung¹

Medien spielen in vielfältiger Weise eine Rolle beim Aufbau von Einstellungen und Gewohnheiten in Bezug auf Ernährung und Gesundheit. Medienwirkungen sind allerdings selten unmittelbar, direkt und «automatisch». Typischere Wirkungen sind langfristig, versteckt und indirekt.

Thomas Merz-Abt befasst sich seit vielen Jahren mit Medienwirkungsforschung und zeigt zunächst, wie Medien – zusammen mit andern Faktoren – überhaupt auf Wissen, Einstellungen und Verhalten einwirken. Dazu präsentiert er interessante Ergebnisse rund um Medien und Ernährung.

Eine erste Medienwirkung beginnt beispielsweise bereits mit der Mediennutzung an sich. Kinder vor dem Bildschirm essen oft mehr – und zudem eher ungesund.

Vor allem wirken Medien dann aber inhaltlich:

- Sie informieren uns über gesunde Ernährung und über Gesundheitsrisiken.
- Werbung verbindet Produkte mit Erlebnissen, schafft Produktidentität und Image.
- Medien bestimmen, worüber wir überhaupt nachdenken oder sprechen, rücken damit einzelne Risiken in den Vordergrund; andere Themen gehen vergessen, obwohl sie vielleicht wichtiger wären.
- Oft wirken Medien nicht direkt auf uns, sondern indirekt über andere Menschen; diese wirken als Vorbilder.
- Mediale Vorbilder haben durchaus auch direkten Einfluss auf Einstellungen und Ernährungsverhalten; so liegt beispielsweise das typische medial präsentierte Ernährungsverhalten weit vom Idealverhalten entfernt ...

Zum Abschluss präsentiert Merz konkrete Ideen und Handlungsmöglichkeiten im Umgang mit Medien, um Kinder und Jugendliche darin zu fördern, sich kompetent und eigenständig zu informieren und eine verantwortungsvolle Haltung aufzubauen.

Kontakt:

Prof. Dr. phil. Thomas Merz-Abt

KAB G 08

Kantonsschulstrasse 3

8090 Zürich

Telefon 043 305 61 54

thomas.merz@phzh.ch



¹ Referat anlässlich des Symposiums für Ernährungsfachleute 2009: Ernährungserziehung – Ernährungsberatung: Was bedeutet das für Kinder, Eltern, Schule? Schweizer Milchproduzenten, Bern, 8. September 2009.