

Sibylle Endes

Vergessen steckt an!

Ein Intensivexperiment zur Persuasionswirkung von Entertainment-Education am Beispiel der HIV/AIDS-Problematik in der „Lindenstraße“ verglichen mit Informationssendungen

Nach Aussage des Präsidenten des Roland-Koch-Instituts stellt HIV bzw. AIDS weltweit betrachtet die größte medizinische Katastrophe der Neuzeit dar. Es gibt weder einen Impfstoff gegen HIV noch Medikamente zur Heilung von AIDS, die die immer weiter fortschreitende Ausbreitung der Krankheit aufhalten könnten. Vor allem in afrikanischen Ländern, aber auch im europäischen Raum steigt die Zahl von HIV-Neuinfektionen, darunter auch in Deutschland. 2005 infizierten sich 2.600 Deutsche mit dem tödlichen HI-Virus – die höchste Neuinfektionsrate seit 1995 (RKI, 2005). Der steigenden Zahl an Infizierten steht allerdings ein schwindendes Problembewusstsein gegenüber. Vor allem Jugendliche sind sich der Gefahr, die von dem Virus ausgeht, heutzutage nicht mehr bewusst, so dass die HIV/AIDS-Problematik in deren Köpfen heute weniger präsent ist als noch vor 20 Jahren. Um diese Zielgruppe zu erreichen, sind neue Wege in der Gesundheitskommunikation gefragt; informationsorientierte Erziehungsmaßnahmen (z.B. im Unterricht) sind offensichtlich nicht dafür geeignet, die Jugendlichen ausreichend aufzuklären.

Entertainment-Education-Sendungen bieten die Möglichkeit, diejenigen Zielgruppen anzusprechen, die von den Informationskampagnen nicht erreicht wurden (z.B. Singhal & Rogers, 1999). Basierend auf dieser Annahme gehe ich davon aus, dass sich eine Unterhaltungsserie, in der ein HIV-Handlungsstrang enthalten ist, dafür eignet, die Zielgruppe für die Problematik zu sensibilisieren und mehr zum Wissen, zur Einstellungsbildung und zu Verhaltensintentionen Jugendlicher beiträgt als reine Informationssendungen.

Um diese Hypothese zu testen, wurde ein Intensivexperiment durchgeführt, bei dem 12- bis 15-jährige Schüler das Stimulusmaterial an fünf aufeinander folgenden Tagen sahen. Dabei gab es drei Gruppen: EG1 rezipierte eine Soap Opera mit HIV-Handlungsstrang, EG2 sah reine Informationssendungen, u.a. mit HIV/AIDS-Inhalten, und die KG sah dieselbe Soap Opera wie EG1, jedoch wurde in diesem Fall der HIV/AIDS-Handlungsstrang durch einen neutralen Handlungsstrang ersetzt (n=87). Mit einer zeitlichen Verzögerung von drei Tagen füllten die Schüler einen Fragebogen aus, in dem HIV-bezogenes Wissen, Einstellungen und Verhaltensintentionen abgefragt wurden.

Die Ergebnisse bestätigen die Annahme: Soap Operas mit HIV-Inhalten tragen mehr zum Wissen, zur Einstellungsbildung und zu Verhaltensintentionen bei als reine Informationssendungen. Letztere hatten jedoch einen stärkeren Einfluss als Sendungen ohne HIV-Inhalte.

Literatur

Singhal, A. & Rogers, E.M. (1999). *Entertainment-Education. A communication strategy for social change*. Mahwah, NJ: Erlbaum.

Robert-Koch-Institut (2005). *HIV/AIDS in Deutschland – Eckdaten*. <http://www.rki.de>, download 12/28/2005.

Angaben zur Arbeit

Magisterarbeit
151 Seiten + Anhang

Eingereicht: März 2006

Ludwig-Maximilians-Universität München
Prof. Dr. Hans-Bernd Brosius
Betreuung: Constanze Rossmann, M.A.

Institut für Kommunikationswissenschaft und
Medienforschung
Oettingenstr. 67
D-80538 München

Verfasserin

Sibylle Endres
Kugelmühlstr. 18
D-83404 Ainring

Tel.: +49 (0) 173 - 5995108

E-Mail: Web.Sib@gmx.de

