

Ute Bender: „Aber bitte mit Unterhaltung“

Beitrag aus Heft »2011/02: Nichtkommerzielle Lokalradios heute«

Kochsendungen werden auf vielen Kanälen ausgestrahlt. Können sie in ernährungspädagogischer Absicht genutzt werden? Eine explorative Studie mit Jugendlichen des achten Jahrgangs im Raum Karlsruhe deutet an, dass Kochsendungen zur Weitergabe von ernährungsbezogenen Kenntnissen, kaum aber zur Veränderung von Einstellungen oder als Handlungsmodelle einsetzbar sind. Nach Ansicht der Jugendlichen sollten die Sendungen jugendnah und unterhaltsam gestaltet sein, um attraktiv für ihre Altersgenossen zu wirken.

Literatur:

Adema, Paula (2000). Vicarious consumption: Food, television and the ambiguity of modernity. *Journal of American & Comparative Cultures*, 23, S. 113-124. AWA 2009. Institut für Demoskopie Allensbach. Auf Anfrage erhalten.

Bandura, Albert (2004). Social Cognitive Theory for Personal and Social Change by Enabling Media. In: Arvind Singhal/Michael J. Cody/Everett A Rogers/Miguel Sabido (Hg.), *Entertainment-Education for Social Change*. Mahwah, NJ/London: Lawrence Erlbaum Ass. S. 75-96.

Bender, Ute (2009). Medialer Koch-Hype im Spiegel der Ernährungsbildung. In: *ErnährungsUmschau* 56 (2009), H. 2, S. 80-85.

Bender, Ute (2010). Kochsendungen – eine begrenzte Möglichkeit zur Ernährungsbildung? Veröffentlichung zugesagt. Erscheint in: *ErnährungsUmschau*, 57.

BMBF 2003, Bundesministerium für Bildung und Forschung (Hg.) (2003). *Bildungsreform Bd 1. Expertise: Zur Entwicklung nationaler Bildungsstandards*. Berlin: BMBF.

Bohnsack, Ralf (2000). *Rekonstruktive Sozialforschung*. 4., durchges. Aufl. Opladen: Leske + Budrich.

Bosshart, Louis/Macconi, Ilaria (1998). Media Entertainment. *Communication Research Trends*, 18, 3, S. 3-8.

Bundesministerium für Bildung und Forschung (Hg.) (2003). *Bildungsreform Bd 1. Expertise: Zur Entwicklung nationaler Bildungsstandards*. Berlin: BMBF.

Cooke Lucy (2007). The importance of exposure for healthy eating in childhood: a review. *Journal of Human Nutrition & Dietetics*, 20, S. 294-301.

Ketchum, Cheri (2005). The Essence of Cooking Shows: How the Food Network Constructs Consumer Fantasies. In: *Journal of Communication Inquiry*, 29, 3, S. 217-234.

Kochsendungen 2009. www.presseportal.de/pm/6952/1538175/vox_television_gmbh?search=kochsendung

[Zugriff: 24.03.2010]

Lamnek, Siegfried (2005). Gruppendiskussion. 2. Aufl. Weinheim/Basel: Beltz.

Max-Rubner-Institut (Hg.) (2008). Nationale Verzehrsstudie II. Ergebnisbericht, Teil 1. Karlsruhe: MRI.

Mensink, Gert B./Heseker, Helmut/Richter, Almut/Stahl, Anna/Vohmann, Claudia (2007). Forschungsbericht: Ernährungsstudie als KiGGS-Modul (EsKiMo). Robert Koch-Institut; Universität Paderborn
www.bmelv.de/cae/servlet/contentblob/378624/publicationFile/22216/EsKi-MoStudie.pdf [Zugriff: 24.03.2010]

Mayring, Philipp (2007). Qualitative Inhaltsanalyse. 9. Aufl. Weinheim/Basel: Beltz UTB.

Mensink, Gert B./Heseker, Helmut/Richter, Almut/Stahl, Anna/Vohmann, Claudia (2007). Forschungsbericht: Ernährungsstudie als KiGGS-Modul (EsKiMo). Robert Koch-Institut; Universität Paderborn
www.bmelv.de/cae/servlet/contentblob/378624/publicationFile/22216/EsKiMoStudie.pdf [Zugriff: 24.03.2010]

Raab-Steiner, Elisabeth/Benesch, Michael (2008). Der Fragebogen. Von der Forschungsidee zur SPSS-Auswertung. Wien: Facultas Verlag.

Rössler, Patrick/Lücke, Stephanie/Linzmaier, Vera/Steinilper, Leila/Willhöft, Corinna (2006). Ernährung im Fernsehen. Darstellung und Wirkung: eine empirische Studie. München: Fischer.

Schlote, Elke (2008). Im Auftrag der Bildung. Ein Überblick zum Bildungsfernsehen. In: TELEVISION, 21, 2, S. 4-9.

Ulrich, Hans-Joachim (2004). Das Fernsehen – die mediale Ernährungsaufklärung? In: ForschungsReport, o. Jg., 2, S. 13-15.

Vorderer, Peter (2004). Unterhaltung. In: Mangold, Roland/ Vorderer, Peter/Bente, Gary (Hg.), Lehrbuch der Medienpsychologie. Göttingen u.a.: Hogrefe. S. 543-564.

Vorderer, Peter/Klimmt, Christoph/Ritterfeld, Ute (2004). Enjoyment: At the heart of media entertainment. In: Communication Theory, 14, 4, S. 388-408.

Zillmann, Dolf/Bryant, Jennings (1991). Responding to comedy: the sense and nonsense in humor. In: Bryant, Jennings/Zillmann, Dolf (Hg.), Responding to the screen: reception and reaction processes. Hillsdale, N.J.: Lawrence Erlbaum Ass. S. 261-279.