

Editorial

Gesundheitsförderung durch Massenmedien

Hintergrund

Gesundheitsinformation unter Einsatz von massenmedialen Kampagnenelementen gibt es schon lange – man denke z. B. nur an die schon um die Jahrhundertwende weitherum ausgehängten Plakate zum Thema der Syphilis. Seit Beginn der 70er Jahre etwa lässt sich eine deutliche Zunahme des Einsatzes von Massenmedien zur Gesundheitsförderung feststellen. Ein wichtiger Anteil an dieser Entwicklung haben die mehr und mehr zugänglichen elektronischen Medien Radio und Fernsehen. Hauptsächlich werden aber noch Printmedien, bzw. audiovisuelle Hilfsmittel wie Tonbildschauen und gesundheitserzieherische Filme eingesetzt. Vorreiter in diesen Bereichen sind die grossen Gesundheitsligen sowie einige spezialisierte Organisationen wie etwa die Beratungsstelle für Unfallverhütung (bfu), die Schweizerische Fachstelle für Alkoholprobleme (SFA) oder die Schweizerische Unfallversicherungsanstalt SUVA. Ebenfalls aktiv sind einige Institutionen der Versicherungswirtschaft.

Allerdings fanden sich erst Mitte der 70er Jahre erste Erfahrungen, welche den Einsatz von Massenmedien in breitem Rahmen mit dem Konzept einer dezentralisierten, gemeindeorientierten Prävention verbinden sollten. Dazu gehörte das Nationale Forschungsprogramm 1 «Prophylaxe von Herz-Kreislauf-Krankheiten in der Schweiz», mit den Interventionsstädten Aarau und Nyon [1]. Einige dieser Erfahrungen sind auch in das Herz-Kreislauf-Präventionsprogramm des Kantons Tessin eingeflossen, welches aufgrund seiner privilegierten Mediensituation (eine nationale Fernsehkette für diesen Kanton) den Gebrauch von elektronischen Massenmedien am konsequentesten eingeplant hat [2].

Gleichzeitig wurden allerdings auch erstmals TV-Spots für den deutsch-, bzw. französischsprachigen Landessender produziert. Es war dies eine Initiative der Schweiz. Gesellschaft für Sozial- und Präventivmedizin SGSPM, welche Dank verschiedener Sponsoren das entsprechende zur Produktion von zwanzig Spots nötige Geld zusammenbringen konnte [3].

In den letzten beiden Jahren haben diese Entwicklungen weiter an Bedeutung zugenommen. Dies geht einerseits daraus hervor, dass die Schweizerische Sanitätsdirektorenkonferenz SDK eine neue Arbeitsgruppe unter dem Vorsitz des St. Galler Präventivmediziners bestellt hat, welche vorerst eine Auswahl von TV-Spots aus den Produktionen der SGSPM sowie des Kantons Tessin neu aufgelegt und über alle drei Landessender ausgestrahlt hat. Mittelfristig soll ein Konzept für die kontinuierliche Förderung massenmedialer Gesundheitsspots entstehen. Aber auch die Werbewirtschaft selber hat die Bedeutung dieses immer wichtigeren Marktes der Gesundheitswerbung («social marketing») entdeckt. So beschäftigt sich die AG für Werbefernsehen z. B. mit einem entsprechenden Konzept des social marketings für private nonprofit Organisationen. Schliesslich hat auch die Gesundheitsligenkonferenz GELIKO durch die Schaffung einer Medienkommission die Zeichen der Zeit erkannt. Nicht zu vernachlässigen ist, dass das Phänomen AIDS auch in diesem Bereich einiges mitbewegt hat. Ganz sicher hat die landesweite STOP-AIDS Kampagne vielen gezeigt, welche modernen massenmedialen Mittel der Gesundheitsinformation heute zur Verfügung stehen [4, 5].

Trotz diesem zunehmenden Interesse war aber auch klar, dass kaum ausgewertete Erfahrungen vorlagen, welche einen fundierten und konzeptuell abgesicherten Einsatz der Massenmedien für die Gesundheitsinformation erlauben. Ziel der Tagung vom 5./6. November 1987 in Aarau, über welche in der vorliegenden Nummer berichtet wird, war demnach auch, grundsätzliche Möglichkeiten des Einsatzes von Massenmedien aufzuzeigen, gleichzeitig aber auch deren Konzepte und Evaluationsmöglichkeiten zu diskutieren.

Fazit

Die Tagung hat sicher gezeigt, dass die Gesundheitsförderung durch Massenmedien in den letzten fünfzehn Jahren einen enormen Aufschwung erfahren hat. Dem gegenüber steht, dass eine präzise wissenschaftliche Beschäftigung mit pädagogischen Konzepten, sowie spezifische Studien über die Wirksamkeit unterschiedlicher Ansätze kaum vorhanden sind.

So gilt es etwa, mehr über die kurz-, bzw. mittelfristigen Wirkungen von angstmachenden – im Vergleich zu aufbauenden oder humoristischen Strategien in der Gesundheitsinformation – zu wissen. Auch über Konzepte und Wirkungen der formalen, gestalterischen Umsetzung, bzw. des Einsatzes verschiedener möglicher Massenmedien (TV, Radio, Plakate, Broschüren, Haushaltaussendungen) ist wenig bekannt.

Immer mehr zeigen sich auch Probleme einer zukünftigen, eigentlichen Qualitätskontrolle von gesundheitserzieherischen Medien. Dazu gehört der Inhalt (entspricht die Botschaft dem Stand der Wissenschaft?), aber auch die formale Umsetzung (entspricht die gewählte Form den Erkenntnissen der Gesundheitspädagogik?). Zudem scheint klar, dass bei einer weiteren Zunahme von Kampagnen mit massenmedialen Elementen eine zentrale Koordination des Einsatzes vordringlich sein wird. Das gleiche Problem stellt sich dabei für die drei grossen Partner im Bereich Gesundheitsinformation, nämlich Bund, Kantone und private Institutionen und Organisationen.

Für die Zukunft ergibt sich, dass die immer wichtiger werdenden Aktivitäten der genannten drei Partner im Bereich der Gesundheitsförderung zu vermehrten regionalen, bzw. landesweiten multimedialen Kampagnen führen werden. Die sich dabei ergebenden Probleme der Finanzierung, der Koordination, aber auch der Vertiefung der eigentlichen Gesundheitspädagogik, sowie der Auswertung, sind eine der Herausforderungen der Zukunft. Soll dieser Herausforderung richtig begegnet werden können, müssen die entsprechenden Instrumente geschaffen werden.

*Felix Gutzwiller, Lausanne
Rolf Gamp, Aarau*

Literaturverzeichnis

- [1] Gutzwiller F, Junod B, Schweizer W, Hrsg. Wirksamkeit der gemeindeorientierten Prävention kardiovaskulärer Krankheiten. Ergebnisse des Nationalen Forschungsprogrammes 1A. Prävention von Herz-Kreislauf-Krankheiten in der Schweiz. Efficacité de la prévention communautaire des maladies cardio-vasculaires. Résultats du Programme de recherche No 1A. Prévention des maladies cardio-vasculaires en Suisse. Berne: H. Huber, 1985.
- [2] Domenighetti G, Casabianca A, Luraschi P. Prévention cardio-vasculaire dans la collectivité: le programme plurisectoriel du canton du Tessin. *Soz Präventivmed* 1985; 30: 164–167.
- [3] Abelin Th, Frey U. Aktion Gesundheits-TV-Kurzfilme der Schweizerischen Gesellschaft für Sozial- und Präventivmedizin 1985–86 Schlussbericht. Bern: Schweizerische Gesellschaft fuer Sozial- und Präventivmedizin, 1988.
- [4] Somaini B, Stutz T, Janett A. AIDS: Information und Prävention. *Soz Präventivmed* 1987; 32: 15–17.
- [5] Lehmann Ph, Hausser D, Somaini B, Gutzwiller F. Campaign against AIDS in Switzerland: evaluation of a nationwide educational programme. *Br Med J* 1987; 295: 1118–1120.

Korrespondenzadresse:

Prof. Felix Gutzwiller, Institut für Sozial- und Präventivmedizin, Sumatrastrasse 30, 8006 Zürich