



5. „Wiener Fernsehforschung – aktuell“

“The Biggest Loser Teens“

Nutzung von Reality TV Abnehm-Shows im Jugendalter und ihre Wirkung auf negative Einstellungen gegenüber übergewichtigen Menschen

Kathrin Karsay & Desirée Schmuck

Institut für Publizistik- und
Kommunikationswissenschaft



Relevanz



- **Diskriminierende und abwertende Darstellung** von Menschen mit Übergewicht in Medien (Ata & Thompson, 2010)
- **Wirkung** stereotyper Darstellungen auf **negative Einstellungen** gegenüber übergewichtigen Menschen empirisch belegt (Hinman et al., 2015; McClure, Puhl, & Heuer, 2011; Pearl, Puhl, & Brownell, 2012)
- **Reality TV Abnehm-Shows** fokussieren auf mangelnde Willenskraft, Isolation und Faulheit (Sender & Sullivan, 2010)
- Hohe Beliebtheit in den USA und Deutschland

Jugendliche



- *The Biggest Loser Teens*: Kandidaten im Alter zwischen 16 und 20 Jahren
- **Aussehen** und **Körpergefühl** nehmen einen **hohen Stellenwert** im Jugendalter ein (Ricciardelli & Yager, 2016)
- **Fernsehen** ist immer noch unter den am **meisten genutzten** Medien im Jugendalter (Rideout, 2015)
- Stereotype und abwertende Darstellungen von übergewichtigen Menschen auch in anderen Jugend-Formaten wie **YouTube Videos** (Hussin, Frazier, & Thompson, 2011) und **sozialen Medien** (Chou, Prestin, & Kunath, 2014)
- Jugendliche als **hoch relevante Zielgruppe** bisher zu wenig erforscht

Wirkmechanismen

Reality TV Abnehm-Shows wie *The Biggest Loser* vermitteln:

- Jede/r **kann** dünn sein und jede/r **möchte** dünn sein
- Es gibt **eine Methode** der Gewichtsabnahme, die für jede/n wirkt
- Wer es nicht schafft, Gewicht zu verlieren, ist **willensschwach** und **faul**
- Übergewichtige Menschen können **kein erfolgreiches und erfülltes Leben** haben; sie sind **einsam** und **unglücklich**
- Die einzige Lösung ist: **Abnehmen**



Wirkmechanismen



„Der Einzige, der für das Übergewicht unserer Kandidaten verantwortlich ist, begrüßt sie jeden Morgen im Spiegel.“

Detlef D. Soost, Trainer The Biggest Loser Teens

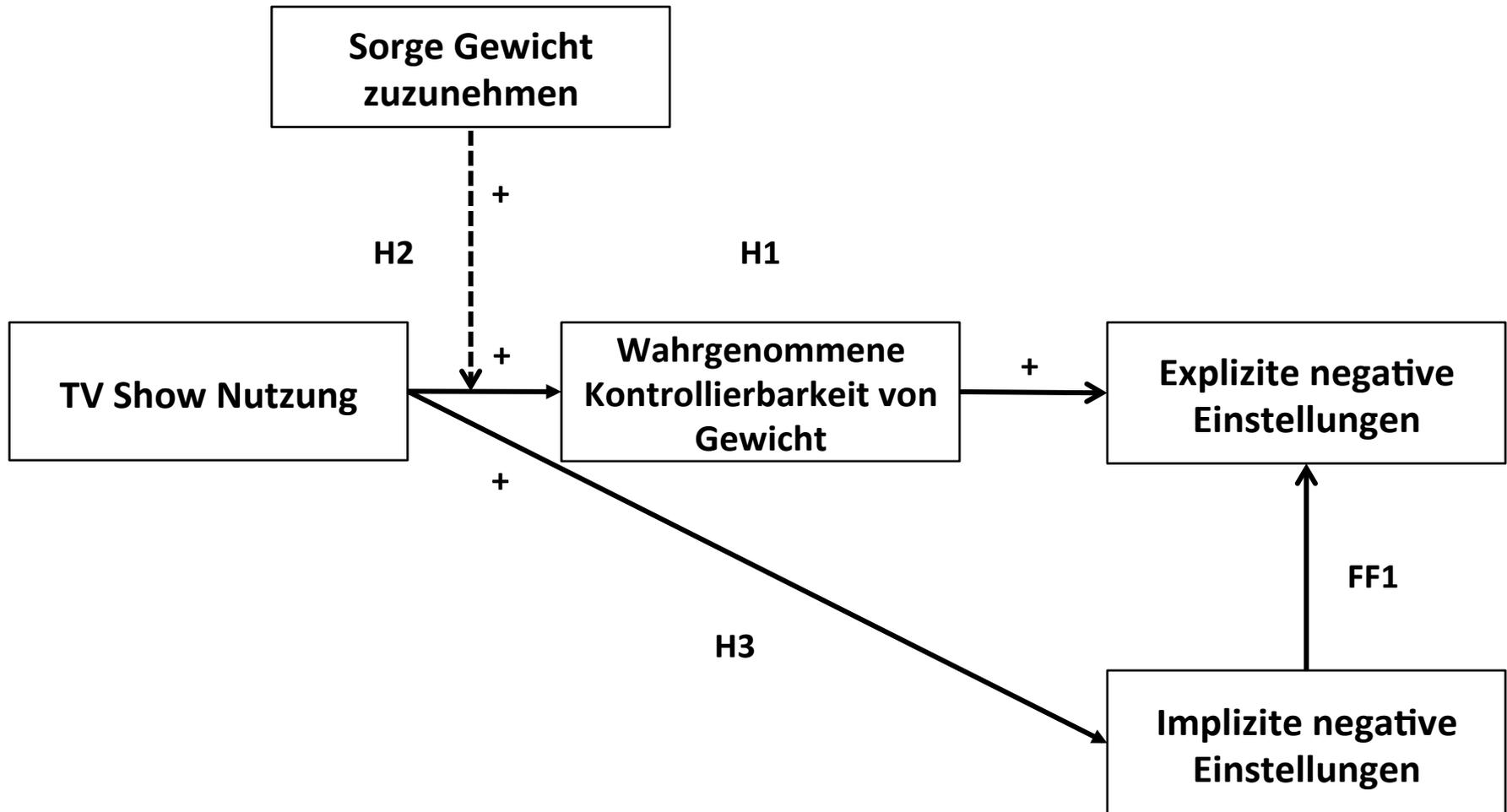
- Reality TV Abnehm-Shows erhöhen den Glauben, dass das eigene **Körpergewicht einfach zu kontrollieren** ist (Domoff et al., 2012)
- Der Glaube, dass Gewicht kontrollierbar ist, kann **negative Einstellungen** gegenüber übergewichtigen Menschen begünstigen (Domoff et al., 2012)
- Personen, die Angst davor haben, übergewichtig zu sein, können für diese Botschaft **besonders empfänglich** sein (Swami et al., 2010)



Implizite Einstellungen

- Wirkung von Reality TV Abnehm-Shows beschränkt sich nicht auf **verbal geäußerte Einstellungen** gegenüber übergewichtigen Menschen
- **Spontane, kognitive Assoziationen** im Gedächtnis der Rezipienten (z. B. „übergewichtig“ und „faul“) können gefestigt werden, sogenannte **implizite Einstellungen** (Greenwald, Nosek, & Banaji, 2003)
- Wirkung **„unter dem Radar“** der Rezipienten (Gawronski & Bodenhausen, 2006)
- Haben hohe Vorhersagekraft für **spontanes, unreflektiertes Verhalten** → „Bauchgefühl“ (Frieze, Hofmann, & Schmitt, 2009; Strack, Werth, & Deutsch, 2006)

Annahmen



Studie

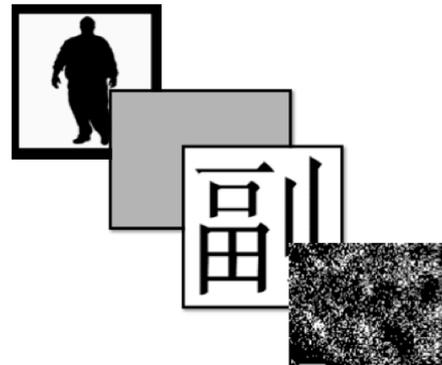
- **Online-Experiment**
- N = 353, Jugendliche (16-19 Jahre), repräsentativ nach Geschlecht, Alter und Bildung
- **Gruppe 1:** 3 Videoclips aus *The Biggest Loser Teens*
- **Gruppe 2:** 3 Videoclips aus einer Wissenssendung



Studie

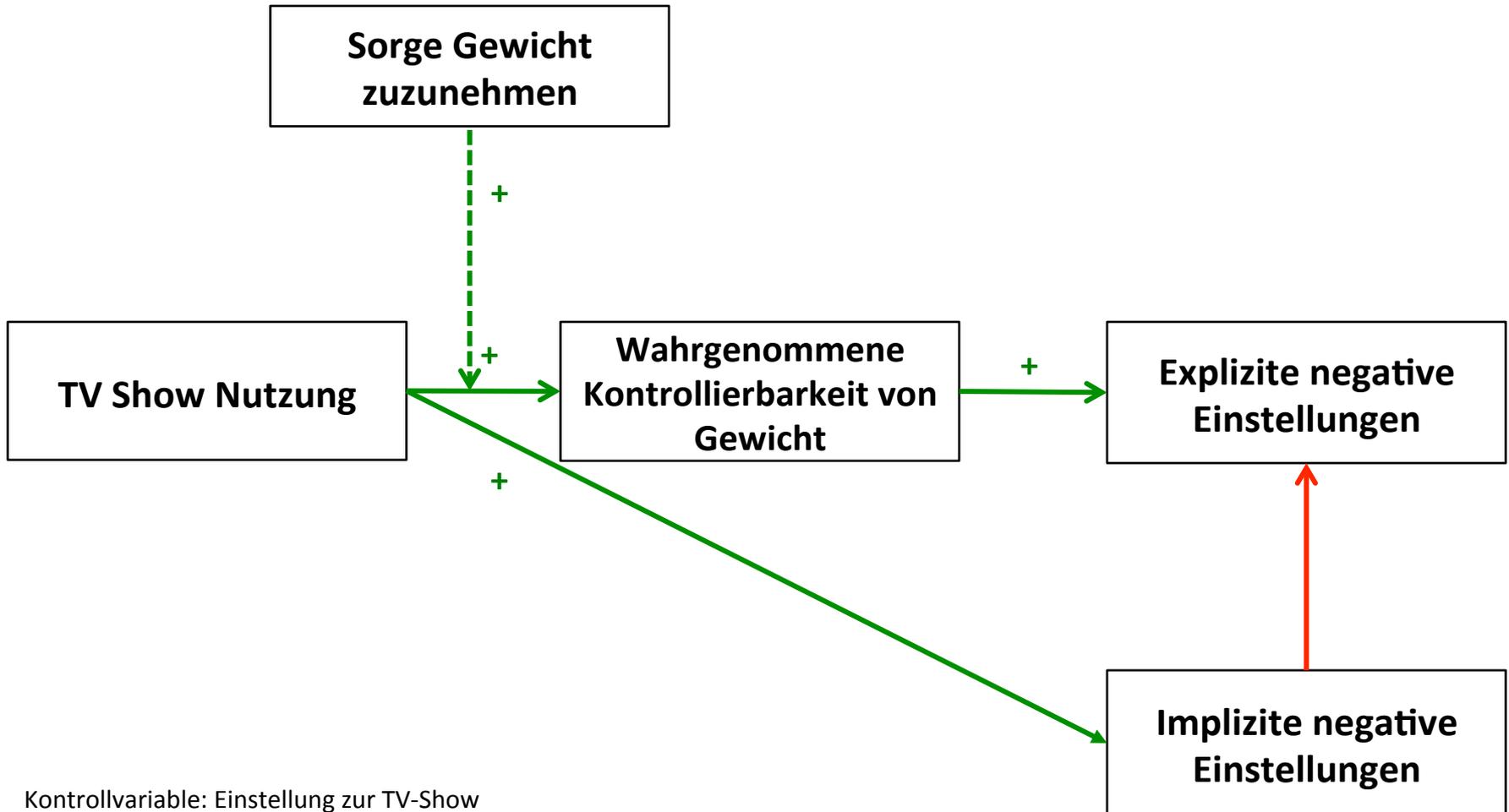


- Anschließend: Messung der **expliziten** und **impliziten Einstellungen** gegenüber Menschen mit Übergewicht, Einfluss- & Kontrollvariablen
 - **Explizite Messung:** 8 Items; z. B. „*Ich mag es nicht, wenn sich übergewichtige Menschen neben mich setzen.*“; „*Ich habe eine Abneigung gegenüber übergewichtigen Menschen.*“
 - **Implizite Messung:** AMP



→ Nach Beendigung der Studie ausführliches **Debriefing** über die Intention der Studie

Ergebnisse



Kontrollvariable: Einstellung zur TV-Show

Conclusio



- Studie zeigt erstmalig: Konsum von Reality TV-Shows verstärkt **negative Einstellungen gegenüber übergewichtigen Menschen bei Jugendlichen**
- Jugendliche, die **Sorge um ihr Gewicht** haben, sind besonders beeinflussbar
- Mechanismus: Verstärkung der **Wahrnehmung, dass Gewicht kontrollierbar ist**
- Verstärkt **spontane negative Assoziationen** mit übergewichtigen Personen bei **allen Jugendlichen**



Implikationen

- Potenzial für **positive Effekte** auf Intention Gewicht zu verlieren und Sport zu betreiben
- Stereotype und abwertende Darstellungen können zur **Diskriminierung von übergewichtigen Personen** → Vermittlung von Medienkompetenz & Wissen über Prozesse der Stereotypisierung
- Jugendlichen werden **ungesunde** und **unrealistische** Methoden der Gewichtsabnahme vermittelt
- Follow-up Untersuchung von 14 *The Biggest Loser*-Teilnehmern zeigte, dass alle **das gesamte Gewicht** nach 6 Jahren wieder zugenommen hatten (Fothergill et al., 2016)
 - Methoden der langfristigen Gewichtsabnahme
 - Fokus auf gesunde Ernährung



5. „Wiener Fernsehforschung – aktuell“

Vielen Dank!

Kathrin Karsay (kathrin.karsay@univie.ac.at)

Desirée Schmuck (desiree.schmuck@univie.ac.at)

Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft

