

INHALTSVERZEICHNIS

	EINFÜHRUNG	11
1.1.	Definitionen und begriffliche Einführung	12
1.2.	Massenmediale Prävention im Rahmen des Social Marketing	15
1.3.	Strategien der Suchtprävention	21
	THEORIEN ZUR ERKLÄRUNG UND BESCHREIBUNG DES GESUNDHEITSV ERHALTENS	25
2.1.	Einflußfaktoren auf das Gesundheitsverhalten	26
	2.1.1. Risikowahrnehmung	27
	2.1.2. Wahrgenommene gesundheitliche Kontrolle	34
	2.1.3. Gesundheitliche Kompetenzerwartung	36
	2.1.4. Soziodemographische Variablen	40
2.2.	Ein integratives psychologisches Modell des Gesundheitsverhaltens	42
	DIE WIRKUNG VON FURCHTAPPELLEN	47
3.1.	Einführung	48
3.2.	Modelle zur Erklärung der Wirkungsweise von Furchtappellen	52
	3.2.1. Das Triebreduktionsmodell	52
	3.2.2. Das kurvilineare Modell	54
	3.2.3. Das Modell der parallelen Reaktionen	65
	3.2.4. Die Theorie der Schutzmotivation	69

3.2.5. Das Elaboration Likelihood Model und das Modell der systematischen bzw. heuristischen Verarbeitung	78
3.3. Zusammenfassung und Integration der Modelle	85
BEFUNDE DER FURCHTAPPELL- FORSCHUNG VON 1980 BIS 1995	91
4.1. Experimentelle Arbeiten	92
4.1.1. Sendervariablen	93
4.1.2. Empfängervariablen	105
4.2. Feldstudien	106
SCHLUSSFOLGERUNGEN	111
LITERATURVERZEICHNIS	125
AUTORENVERZEICHNIS	139