Essen ist reden mit anderen Mitteln: Die kommunikative Dimension des Essens

Essen ist reden mit anderen Mitteln: Die kommunikative Dimension des Essens

(aid) - Essen dient nicht nur dem Überleben. Es ist auch Ausdruck der eigenen Kultur, des sozialen Umfelds und der eigenen Identität. Im Sinne von "Essen ist reden mit anderen Mitteln" sind Mahlzeiten eine Form der Kommunikation. Das Forschungsprojekt "Kulinarische Diskurse als Indikatoren sich wandelnder Gesellschaften" an der Universität Flensburg beschäftigt sich intensiv mit diesem Themenbereich. Die Wissenschaftler untersuchen Essmuster als Mittel der Kommunikation und konnten drei kommunikative Ebenen identifizieren: Gespräche und die kommunikative Atmosphäre beim Essen, das Reden über das Kochen und Essen und das Essen selbst, also Auswahl, Gestaltung und Verzehr. "Was immer Menschen kochend und essend gemeinsam tun, es fördert Beziehungen und erhält die Kommunikation", so Professor Ines Heindl in der Fachzeitschrift Ernährungsumschau.
Eine angenehme Atmosphäre beim Essen fördert gute Gespräche. Aber nicht nur die direkte Kommunikation bei den Mahlzeiten spielt eine Rolle. Die Auswahl der Speisen bis hin zu deren Verweigerung sind Mittel des individuellen Ausdrucks. Im größeren Rahmen sind Esskultur, Kommunikation und auch die Küche als Ort des Kochens und Essens Ausdruck der geistigen, kulturellen und politischen Werte einer Gesellschaft. Erkenntnisse zu Essmustern als Mittel der Kommunikation können neue Impulse für die Erziehung, Bildung und Beratung geben.

Annalena Schraut, www.aid.de
Weitere Informationen:
 www.uni-flensburg.de/ihl/

aid
Friedrich-Ebert-Straße 3
53177 Bonn
Deutschland
Telefon: 02 28/ 84 99-0
Telefax: 02 28/ 84 99-177
Mail: aid@aid.de
URL: http://www.aid.de

<img src="http://www.pressrelations.de/new/pmcounter.cfm?n_pinr_=522460" width="1" height="1">

Pressekontakt

aid

53177 Bonn

aid.de
aid@aid.de

Firmenkontakt

aid

53177 Bonn

aid.de
aid@aid.de

aid ? drei Buchstaben stehen für: Wissenschaftlich abgesicherte Informationen Fach- und Medienkompetenz Und ein kreatives Informationsangebot in den Bereichen "Verbraucher und Ernährung" sowie "Landwirtschaft und Umwelt". Wer informieren will, muss besser informiert sein. Die Vielzahl von Informationen, die täglich auf jeden von uns einstürzt, ist kaum noch zu überblicken. Oft widersprechen sich die Aussagen und verwirren mehr als sie nützen. Gefragt sind Ratschläge, die wissenschaftlich abgesichert sind und sachlich informieren.Der aid hat sich genau das zur Aufgabe gemacht und bietet wissenschaftlich abgesicherte Informationen in den Bereichen "Verbraucher und Ernährung" und "Landwirtschaft und Umwelt". Unsere Aussagen sind unabhängig und orientieren sich an den gesicherten Erkenntnissen der Wissenschaft. In Zusammenarbeit mit Wissenschaftlern und Praktikern sammeln wir Fakten und Hintergrundinformationen, werten sie aus und bereiten sie zielgruppengerecht auf. Unsere Publikationen wenden sich an Verbraucher, Landwirte und Multiplikatoren wie Lehrer, Berater und Journalisten. Der aid ist ein gemeinnütziger Verein und wird aus Mitteln des Bundesministeriums für Verbraucherschutz, Ernährung und Landwirtschaft finanziert. Sein Auftrag, sachlich und interessenunabhängig zu informieren, ist in der Satzung festgelegt. Beim aid arbeiten namhafte Experten, Praktiker und Medienfachleute zusammen. Informationsmedien, die der aid herausgibt, entsprechen dem aktuellen Stand der wissenschaftlichen Erkenntnisse und vermitteln Wissen zielgruppengrecht und praxisorientiert.