
BACHELORARBEIT

Herr
Pau Figueras Bartés

**Medien und Gesundheit – Was
schadet und was nutzt?**

2017

BACHELORARBEIT

Medien und Gesundheit – Was schadet und was nutzt?

Autor:
Pau Figueras Bartés

Studiengang:
Film und Fernsehen

Seminargruppe:
FF14wR3-B

Erstprüfer:
Professor Doktor medizinische Roland Cyffka

Zweitprüfer:
Magister Iván Flix

Einreichung:
Olesa de Montserrat 08640, 28/10/2017

BACHELOR THESIS

Medium and Health – What damages and what is of use?

author:

Pau Figueras Bartés

course of studies:

Film und Fernsehen

seminar group:

FF14wR3-B

first examiner:

Professor Doktor medizinische Roland Cyffka

second examiner:

Magister Iván Flix

submission:

Olesa de Montserrat 08640, 28/10/2017

Bibliografische Angaben

Nachname, Vorname: Figueras Bartés, Pau

Thema der Bachelorarbeit: Medien und Gesundheit – Was schadet und was nutzt?

Topic of thesis - Wie das Thema Gesundheit in die Massenmedien behandelt wird.

55 Seiten, Hochschule Mittweida, University of Applied Sciences,
Fakultät Medien, Bachelorarbeit, 2017

Abstract

Die Massenmedien und was sie übermitteln sind in den Bereichen des täglichen Lebens allgegenwärtig, von der Kultur, Wirtschaft über Politik, Gesellschaft, Sport bis hin zur Gesundheit. Das Ziel dieser Arbeit ist nicht die Wirkung der Massenmedien auf die Gesundheit gründlich zu analysieren, sondern ihr Schwerpunkt liegt vielmehr auf dem Umgang und der Medien mit diesem Thema. Einige der Fragen, die diese Arbeit unter anderem beantworten soll, sind: welchen Stellenwert das Thema Gesundheit einnimmt, auf welche Weise informiert wird, wie viele Stunden der Gesundheit gewidmet werden und welche Meinung die Menschen über Gesundheitsberichte haben.

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	II
Abkürzungsverzeichnis	IV
Grafikverzeichnis	V
Abbildungsverzeichnis	VI
Tabellenverzeichnis	VII
Vorwort	VIII
1 Einleitung – Die Entwicklung der Medien	1
1.1 Zeitung	1
1.2 Rundfunk	3
1.3 Fernsehen	4
1.4 Soziale Medien	7
2 Die Beziehung Medien und Gesundheit	10
2.1 Gesundheit und Gesellschaft	10
2.2 Die Gesundheitsbehandlung	13
2.3 Fehler beim Informieren	15
2.4 Der Sprachgebrauch	17
2.5 Eine gute Kommunikation	17
3 Wie die Medien unsere Gesundheit schaden können	20
3.1 Gibt es eine Lösung?	20
3.2 Immer mehr und mehr	21
3.3 Die Kommunikativen Ziele im Bereich Gesundheit	22
4 Die Spendengalas im Fernsehen	23
4.1 Was sind sie?	23
4.2 Ein Herz für Kinder	25
4.3 Die José Carreras Gala	29
4.4 Gala Inocente, Inocente	32
4.5 La Marató de TV3	37
4.6 El torró solidari de RAC1	47
4.7 Vergleich der drei Länder	49

Inhaltsverzeichnis	III
5 Abschluss	54
Literaturverzeichnis	IX
Eigenständigkeitserklärung	XI

Abkürzungsverzeichnis

AECC – Asociación Española Contra el Cáncer

ANEP – Agencia Nacional de Evacuación y Prospectiva

ARD – Arbeitsgemeinschaft der öffentlichen-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik

BIP – Bruttoinlandsprodukt

CCMA – Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals

EITB – Euskal Irrati Televista

NODO – Noticiero Documental

RAC1 – Ràdio Associació de Catalunya 1

TVE – Televisión Española

TV3 – Televisió 3

WHO – World Health Organization

ZDF – Zweites Deutsches Fernsehen

Grafikverzeichnis

Grafik 1: "Einnahmen von der Gala Ein Herz für Kinder"	26
Grafik 2: "Entwicklung des BIP von Deutschland"	27
Grafik 3: "Entwicklung des BIP per capita von Deutschland"	28
Grafik 4: "Entwicklung des Einnahmens von Die José Carreras Gala"	30
Grafik 5: "Verwendung der Gelder zwischen 1995-2005"	31
Grafik 6: "Schenkungen pro Krankheit der spanisches öffentlichen Fernsehens"	34
Grafik 7: "Entwicklung des Einnahmens von La Gala Inocente, Inocente"	34
Grafik 8: "Entwicklung des BIP von Spanien"	35
Grafik 9: "Entwicklung des BIP per capita von Spanien"	36
Grafik 10: "Bevölkerung von Katalonien, Spanien und Deutschland"	39
Grafik 11: "Entwicklung des BIP von Katalonien"	40
Grafik 12: "Entwicklung des BIP per capita von Katalonien"	40
Grafik 13: "Entwicklung des Einnahmen"	41
Grafik 14: "Themen von La Marató pro Jahr und ihre Einnahmen"	43
Grafik 15: "Entwicklung des Einnahmens von Torró Solidari de RAC1"	49
Grafik 16: "Vergleich des BIP von Katalonien, Spanien und Deutschland"	49
Grafik 17: "Vergleich des Bruttoinlandsprodukt per capita von Katalonien, Spanien und Deutschland"	50
Grafik 18: "Einnahmen der Schenkungen pro Jahr"	51
Grafik 19: "Steigerungsstufe der gesamten Einnahmen"	52

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: "Drucker des 15. Jahrhunderts"	1
Abbildung 2: "Wendung des Fernsehens"	5
Abbildung 3: "Zeitungspropaganda des Drittes Reichs"	6
Abbildung 4: "Fernsehprogramm über dem Diktator Francisco Franco"	6
Abbildung 5: "Bild eines Videos des Terroranschlag in Paris, 13. November 2015"	8
Abbildung 6: "Bild des Terroranschlag in Barcelona am 17. August 2017"	8
Abbildung 7: "Grafik des Vertrauen zum Thema Gesundheit"	9
Abbildung 8: "Untertitel einer Nachricht der Frankfurter Allgemeine über der Krankheiten der Flüchtlingen"	15
Abbildung 9: "Nachricht von DIE WELT, 17. November 2017"	18
Abbildung 10: "Nachricht von DIE WELT, 17. November 2017"	18
Abbildung 11: "Vorteile und Nachteile der audiovisuelle Medien"	21
Abbildung 12: "Ein Herz für Kinder-Aufkleber"	25
Abbildung 13 "Logo der José Carreras Gala"	29
Abbildung 14: "Logo von der Gala Inocente, Inocente 2014"	32
Abbildung 15: "Logo von La Marató de TV3"	37
Abbildung 16: "Die CD von diesjähriger La Marató"	44
Abbildung 17: "Das Buch von diesjähriger La Marató"	45
Abbildung 18: "Der Torró Solidari von RAC1"	48

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: "Laframboise Model"	11
Tabelle 2: "Zusammenfassung von La Gala Inocente, Inocente"	37
Tabelle 3: "Zusammenfassung der Geschichte von La Marató"	47

Vorwort

Die Massenmedien findet man allgegenwärtig im soziologischen, kulturellen, wirtschaftlichen, politischen und gesundheitlichen Bereich.

Diese Arbeit hat nicht nur das Ziel die Wirkung der Massenmedien in unserer Gesundheit zu bewerten und zu untersuchen -das ist ja ein bekanntes Thema, das oft besprochen wurde- sondern diese Arbeit untersucht auch, wie das Thema Gesundheit in die Massenmedien behandelt wird: Was sie berichten, welchen Stellenwert dem Thema zukommt, wie der Empfänger auf solche Nachrichten reagiert, usw. Dabei wird man versuchen zu erklären, wie die Medien auf die Gesundheit wirken, sowohl gesundheitlich als auch sozial.

Ich werde dazu die Spendengalas in Deutschland, Spanien und Katalonien vergleichen.

.

1 Einleitung – Die Entwicklung der Medien

Medien sind heutzutage ein wichtiger Teil unseres täglichen Lebens. Die Medien waren besonders im 20. Jahrhundert mit der Entstehung des Fernsehens bzw. des Rundfunks die wichtigste Informationsquelle. Der Einfluss dieser Medien auf die Gesellschaft wird von Tag zu Tag stärker. Aber wie ist das geschehen? Wie ist man bis hierher hergekommen? In diesem ersten Kapitel wird man die Entwicklung der Massenmedien durchgehen und wird des Weiteren erklären, wie sie ein so wichtiges Kommunikationsmedium geworden sind.

1.1 Zeitung

Mitte des 15. Jahrhunderts wurde den Buchdruck von Johannes Gutenberg erfunden. Die Erfindung brachte die Medien in Aufruhr und erlaubte eine Reihenproduktion von Büchern, die bis damals nur von Hand kopiert wurden. Dieses Ereignis erlaubte identischer Texte zu kopieren und sie sehr schnell zu verbreiten. Die einfache Verbreitung bedeutete eine Alphabetisierung der Bevölkerung und ein ständig wachsendes Interesse am Lesen. Die weltweit Verbreitung identischer Texte hat Erkenntnisse ermöglicht. Dabei sind auch Bibliotheken erschienen, in denen man Bücher leihen konnte. Die Erfindung verbreitete sich überall und die Druckereien vervielfachten sich beträchtlich zwischen Mitte des 15. und Ende des 16. Jahrhunderts. So kann man behaupten, dass Gutenbergs Erfindung ein Schlüsselwerkzeug für die Entwicklung der Kommunikation war.

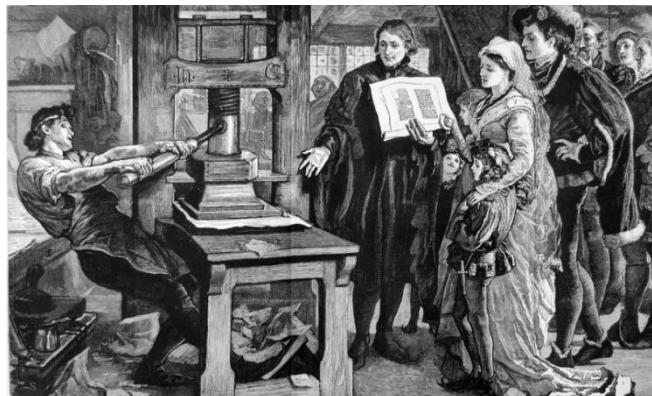


Abbildung 1: "Drucker des 15. Jahrhundert"¹

¹https://www.google.es/search?hl=ca&biw=1366&bih=656&tbm=isch&sa=1&ei=cqhQWuLhEdKiUuOFp9AL&q=imprenta+del+siglo+XV&oq=imprenta+del+siglo+XV&gs_l=psy-

Im Jahr 1502 erschien zum ersten Mal das Wort „Zeitung“ im Titel einer Zeitung. Trotzdem begannen die Zeitungen erst im 17. Jahrhundert über aktuelle Ereignisse zu informieren. Ab diesem Moment begann die journalistische aktuelle Funktion der Zeitungen, so wie wir sie heutzutage kennen.

Schon im 17. Jahrhundert -genau 1605- erschien das erste Nachrichtenblatt von dem Straßburger Johann Carolus. Er schrieb Nachrichten per Hand mit der Information, die Berichterstatte für ihn besorgten. Er kaufte sich später einen Drucker und so konnte er eine Zeitung namens „Relation aller Fürnemmen und gedenkwürdigen Historien“ herausgeben. Die „Relation“ erschien bis 1659 und wird vom Weltverband der Zeitungen als erste Zeitung der Welt anerkannt.

Der Einfluss, den die Medien –in diesem Fall die Zeitungen-, auf der Gesellschaft haben, kommt schon aus dieser damaligen Zeit, da die Verbreitung des Buchdruckes vielfältige soziale Veränderungen brachte, wie z.B.:

- Von einer Schreibens und Lesens unkundigen Gesellschaft zu einer alphabetisierten Gesellschaft.
- Von einigen privilegierten Lesern zu einer breiten Bevölkerungsschicht
- Die Entwicklung einer Lesekultur
- Von einer öffentlichen Kollektivvorlesung zu einer privaten Lektüre

Von besonderem Interesse waren damals militärische und politische Ereignisse und die wurden natürlich von höheren Stellen kontrolliert und manipuliert. Gesellschaftsberichte waren nur ein sehr kleiner Teil der Nachrichten.

In den folgenden Jahrhunderten vereinfachten und erhöhten die neuen technologischen Verbesserungen die Verbreitung und die Vervielfältigung der Zeitung. Die Erfindung der Fotografie kam später dazu und brachte den Zeitungen ein neues Element der Wahrhaftigkeit und der visuellen Kommunikation ein.

Die Zeitung wurde viele Jahrhunderte lang die einzige Informationsquelle bis zur Erfindung des Rundfunks Ende des 19. Jahrhunderts.

1.2 Rundfunk

Man kann behaupten, dass der Vorgänger des Rundfunks die voltaische Batterie von Alexander Volta ist, die erst Anfangs der 19. Jahrhunderts erschien. Infolgedessen erschienen die ersten Telegrafen, die später von Samuel Morse verändert wurden.

Graham Bell erreichte zum ersten Mal, dass der Klang durch ein Kabel gehört werden könnte. Erst nach der Entdeckung bzw. dem Erforschen der elektromagnetischen Wellen konnte man das erste Radio herstellen. Am Anfang waren es nur Töne, später war es die menschliche Stimme. Ab diesem Moment- Anfang des 20. Jahrhunderts- fing das Radio an, wie wir es heutzutage kennen.

Die technologische Evolution und Entwicklung des Rundfunks, sowie die des Fernsehens, geschah nicht an einem bestimmten Datum oder durch eine einzige Person. Viele haben an dem Prozess mitgewirkt:

- 1887/1888 entwickelte Heinrich Hertz den "Resonator" um die elektromagnetischen Wellen zu erzeugen und zu übertragen
- 1890 entwickelte Edouard Branly durch seine Untersuchung der Leitfähigkeit den Funkgenerator
- 1896 versuchte Alexandre Popow die Übertragung
- 1897 erreichte Guglielmo Marconi telegraphische Nachrichten über 5km zu übertragen
- 1906 fand die erste Funksendung statt
- 1920 gab es die erste regelmäßige Rundfunkausstrahlung

Die Schallplatte und das Grammophon sind am Anfang des letzten Jahrhunderts zu Massenmedien geworden. Sie dienten hauptsächlich als musikalische Unterhaltung und man hörte sie in privaten Kreisen sowie in der Öffentlichkeit. Bedeutend waren sie

auch im militärischen Bereich. Die Zahl der Zuhörer nahm Mitte des 20. Jahrhunderts beträchtlich zu.

1.3 Fernsehen

Ab 1870 wurde versucht Bilder in Bewegung durch eine Bildreihe zu erreichen. Erst im Jahr 1878 hat man es mit einer Bilderreihe erreicht, ein Pferd in Bewegung darzustellen. 1888 wurde der Rollfilm erfunden. 1895 fand die erste Filmvorführung in Europa vor dem Publikum statt: „Die Ankunft eines Zuges auf dem Bahnhof in La Ciotat“ von den Gebrüdern Lumière.

Das Kino war der Vorläufer des Fernsehers. Die Zahl der Filme und Kinos stieg Anfang des 20. Jahrhunderts aber ihre Entwicklung wurde leider im 1. Weltkrieg angehalten. Die Filme waren damals schwarzweiß und hatten auch keinen Ton.

Erst im Jahr 1927 konnte man den ersten Film mit Ton sehen. Der Film war „The Jazz Singer“ und einige Jahre später wurde Farbe im erfolgreichen Film „Gone with the Wind“ hinzugefügt.

Damals gab es in der Filmwelt sehr viel Zensur und die Themen waren hauptsächlich Unterhaltungsthemen. Die Manipulierung dieser Medien wird deutlich mit den Produktionen in der Zeit des Nationalsozialismus dargestellt

Man kann die Erfindung des Fernsehens nicht einer Person zuordnen, sondern sie ist das Ergebnis der Forschungen verschiedener Wissenschaftler, die an der Sendung von Bildern schon im 19. Jh. interessiert waren. Die erste Sendung kann man aber datieren. Es war 1939, als man die Ansprache des US-Präsidenten Roosevelts übertrug. Die erfolgreiche Sendung hatte eine massive Produktion von Fernsehapparaten zur Folge.

Der Farbfernseher kam endlich 1946 mit der Einleitung eines Filtersystems auf dem Markt, das die rote, blaue und grüne Farbe vermischte. Dieses System wurde von Peter Goldmark patentiert.

1981 kam das digitale TV, das dem Zuschauer eine bessere Bild- und Klangqualität bot. Die genannten Qualitäten waren viel höher als die vom traditionellen Fernsehen. Man wechselte auch von 4:3 zu 16:9 , ein Format, was dem der Kinofilme ähnlich ist.

Schließlich kam das Digitalsignal. Am 18. Februar 2009 schließt man das analoge Signal, um das digitale Signal antreten zu lassen.



Abbildung 2: "Wendung des Fernsehens"²

Zusammenfassend kann man sagen, dass die Zeitungen das wichtigste Kommunikations- und Informationsmedium Jahrhunderte lang waren. Anfang des 20. Jahrhunderts gab es einen wichtigen Zuwachs des Fernsehens, der nur während des 2. Weltkriegs unterbrochen wurde und der nach der Kriegsende wieder anstieg. Trotzdem gab es auch eine deutliche Steigerung der Zeitungspolitisierung, die das wichtigste Medium für die Propaganda und politische Werbungen wurde.

Anfang des letzten Jahrhunderts haben die Medien eine Tendenz zur Unterhaltungsbranche aufgewiesen. Alle Medien wurden von Tag zu Tag politisiert. Die Einführung der Bilder (Fotografie) brachte den Nachrichten Wahrhaftigkeit. Im Vergleich zu Zeitungen ermöglichte das Radio eine noch schnellere Berichterstattung und damit höhere Aktualität.

Trotzdem hat die Politisierung dieser Medien und der manipulierende Gebrauch, die einige Menschen davon machen, ihre Glaubwürdigkeit abgewertet. Schon seit der Zeit des 2. Weltkrieges findet man Beispiele von Presse, die das beweisen:

²https://www.google.es/search?hl=ca&biw=1366&bih=656&tbm=isch&sa=1&ei=g6hQWrXmH8fdUauej7AL&q=evolucion+de+la+television&oq=evolucion+de+la+television&gs_l=psy-ab..3..0j0i30k118j0i5i30k1.565419.570851.0.571121.28.19.1.8.9.0.187.1746.15j3.18.0....0...1c.1.64.psy-ab..1.27.1803...0i67k1j0i10i30k1j0i19k1j0i13i30i19k1j0i13i5i30i19k1.0.w70Z8iLnHJo



Abbildung 3: "Zeitungspropaganda des Drittes Reichs"³

In Spanien z. B. hat man eine Sendung namens NODO gedreht, die das Leben des Diktators Franco verfolgt hat, um ein menschliches und näheres Bild von ihm zu zeigen.



Abbildung 4: "Fernsehprogramm über dem Diktator Francisco Franco"⁴

³<https://www.bing.com/images/search?q=zeitung%20propaganda%20des%20drittes%20reichs&qs=n&form=QBIR&sp=-1&pq=zeitung%20propaganda%20des%20drittes%20reichs&sc=0-34&sk=&cvid=4BE4C6D96C594BC9B0883A7CDBCCF7C7>

⁴https://www.bing.com/images/search?view=detailV2&ccid=vpwyS%2fQt&id=636BB91AB32E05A3F06CF1A00B3DED83351246D8&thid=OIP.vpwyS_QtLQCWTP5TUIWXegEdDN&q=no-do+rtve&simid=608011326282336255&selectedIndex=1&ajaxhist=0

1.4 Soziale Medien

Meiner Meinung nach, muss man zur Liste der Massenmedien das Internet hinzuzählen. Mit der Webrevolution 2.0, die nicht nur Inhalte sichtbar macht, sondern auch zusammenwirken lässt (bearbeiten und schaffen), ist das Internet seit einigen Jahren das wichtigste Medium um Informationen zu bekommen. Internet veränderte die Informationsart, weil es eine Möglichkeit anbietet, die der Rest der Medien, außer vielleicht das Radio, nicht besitzen: die Unmittelbarkeit..

Ein Ereignis, das jetzt in irgendeinem Teil der Welt geschieht, wird sofort mit mehr Inhalt in dem Netz herausgebracht: früher konnte man nur schreiben. Dann kamen die Bilder, danach die Videos und heutzutage kann man auch das alles live erleben.

Die Geschwindigkeit, mit der die Information im Netz reist, bewirkt, dass die Nachrichten in den Zeitungsportale oder bei den Fernsehen- und Radionachrichten nicht mehr "Breaking news" werden. Wie der katalanische Journalist von der Sendung RAC1 Jordi Basté sagte:

“Les xarxes socials s’han convertit en el mitjà de comunicació més potent, i la resta de mitjans s’hi ha d’adaptar i utilitzar-les.”⁵

So haben alle Zeitungen, Fernseh- und Radioprogramme ihren persönlichen Account in sozialen Netzwerken. Sie machen davon gebrauch, um Informationen zu verbreiten und profitieren von den Vorteilen.

Die Kraft der Nachrichtengeschwindigkeit hat man erst gespürt, wie ich denke, besonders bei Terroranschlägen gespürt. Da bat Facebook die Betroffenen in ihrem Konto darüber zu informieren, ob man unverletzt war, damit ihre Kontakte eine prompte Information darüber bekamen. Und man erhielt nicht nur die Information, sondern man konnte auch im Augenblick auf Bildern erfahren, was geschah. Das konnte man z. B. im Fall der Anschläge von Paris im Saal Bataclan:

⁵Übersetzung: „Die sozialen Netze werden zu den größten Massenmedien und der Rest der Medien müssen sich dazu anpassen und sie benutzen.“



Abbildung 5: "Bild eines Videos des Terroranschlag in Paris, 13. November 2015"⁶

Ein anderes Beispiel ist den Terroranschlag des letzten August in Las Ramblas von Barcelona. Da haben die Augenzeugen Bilder gemacht und Videos gedreht. Dann haben Sie die schnell auf die Netze hochgeladen, damit die Leute erfahren konnten, was in dem Moment geschah.

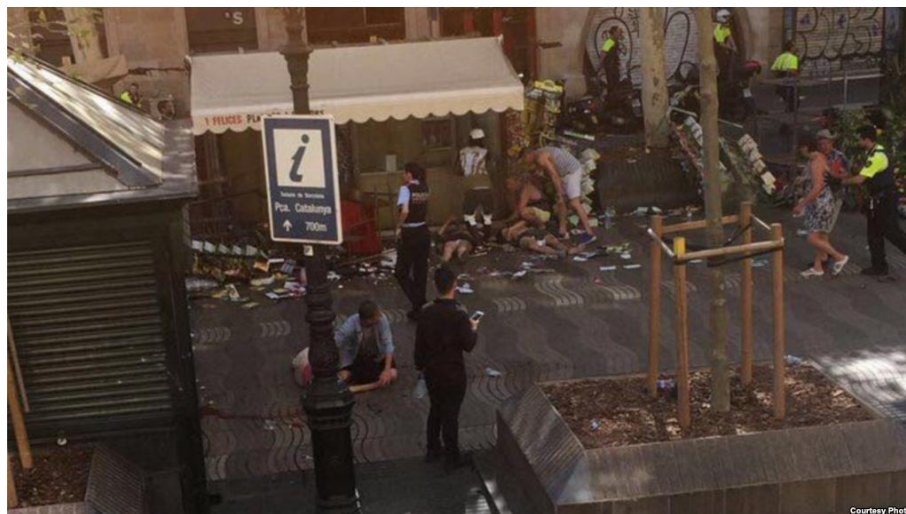


Abbildung 6: "Bild des Terroranschlag in Barcelona am 17. August 2017"⁷

⁶https://www.google.es/search?hl=ca&biw=1366&bih=656&tbm=isch&sa=1&ei=v6pQWs_POYiaU7uWidgL&q=atentado+bataclan+paris&oq=atentado+bata&gs_l=psy-ab.3.1.0i19k112j0i30i19k1j0i8i30i19k114.333993.336960.0.338182.13.12.0.1.1.0.225.1277.8j3j1.12.0....0...1c.1.64.psy-ab..0.13.1282...0j0i67k1j0i10k1j0i30k1j0i8i30k1.0.1c_1tKtSbwA

Heutzutage sind die Sozialnetzwerke ganz gefestigt und werden das größte Massenmedien für die Bevölkerung, da die Informationsgeschwindigkeit fast so schnell ist wie die Tatgeschwindigkeit. So kann man augenblicklich die Ereignisse gut verfolgen. Außerdem bieten die Sozialnetzwerke noch sehr verschiedene audiovisuelle Inhalte. Die folgende Grafik zeigt es klar:



Abbildung 7: "Grafik des Vertrauen zum Thema Gesundheit"⁸

Trotzdem sollte es eine Debatte über die Inhalte geben, die man in das Netz hochladen darf. Manche Inhalte, die hochgeladen werden, wie z. B. bei den vorigen Bilder, sind ungeeignet für einen Teil der Bevölkerung, obwohl sie authentische Inhalte sind. Daher sollte man sie vielleicht durchsehen, um sie auf einer Plattform dem ganzen Publikum darstellen zu können.

⁷https://www.google.es/search?hl=ca&biw=1366&bih=656&tbm=isch&sa=1&ei=E6xQWqnOCsuwUeHsnoAL&q=atentado+barcelona+2017&oq=atentado+bar&gs_l=psy-ab..3.1.0l2j0i8i30k1l2j0i24k1l6.75377.75633.0.76988.3.3.0.0.0.114.325.0j3.3.0....0...1c..64.psy-ab..0.3.323...0i19k1j0i30i19k1j0i8i30i19k1j0i30k1.0.a6Uy-lePnyw

⁸https://www.google.es/search?hl=ca&biw=1366&bih=656&tbm=isch&sa=1&ei=YaxQWoXxCsHsUJb_gdL&q=vertrauen+zum+thema+gesundheit+&oq=vertrauen+zum+thema+gesundheit+&gs_l=psy-ab..3...110468.117276.0.118368.31.31.0.0.0.153.3182.17j14.31.0....0...1c.1.64.psy-ab..0.17.1774...0j0i67k1j0i13k1j0i19k1j0i10i19k1j0i30k1j0i8i30k1.0.n1E50_XRSW8

2 Die Beziehung Medien – Die Gesundheit

Alle möglichen sozialen oder kulturellen Kreise sind heutzutage durch die Massenmedien beeinflusst. Die Weise, wie die Massenmedien besondere Themen wie die Gesundheit behandeln, wird von Tag zu Tag einen Analysengrund, da sie ständig die Vor- und Nachwerte unterstützen.

2.1 Gesundheit und Gesellschaft

Aus den Medien arbeitet man um Faktoren und Bereiche des gesundheitlichen Lebens zu fördern. Trotzdem zeigt und veröffentlicht man auch Risikofaktoren bzw. Modelle, die keine gute Lebensqualität darstellen. Es ist wahr, dass das Gesundheitskonzept nicht einfach zu bestimmen ist. Bis vor kurzen Zeit lautete die sorgfältigste Definition: Gesundheit bedeutet nicht krank sein. Zurzeit hat die Weltgesundheitsorganisation (WHO) diesen negativen Begriff durch eine neue Definition ersetzt:

“...el procés de capacitar als individus i a les comunitats per a què augmentin el control sobre els factors determinants de la salut...”⁹ (MORENO FERIA, Antonio, 1995)

Die beste Definition für Gesundheit ist die vom Jahr 1946 von der WHO:

„Gesundheit ist ein Zustand des vollständigen körperlichen, geistigen und sozialen Wohlergehens und nicht nur das Fehlen von Krankheit oder Gebrechen.“¹⁰

Aber wovon hängt das Gesundheitsniveau einer Gesellschaft ab? Nach Herrn Lalonde kann man vier wichtige und bestimmte Faktoren auseinanderhalten:

- Die menschliche Biologie: in Bezug auf ein genetisches Erbe

⁹Übersetzung: „...der Prozess die Individuen und die Gemeinschaft zu befähigen mehr Kontrolle über die wichtigsten Eiflüsse auf die Gesundheit zu gewinnen...“

¹⁰Definition der Gesundheit laut WHO am 1946.

- Die Umwelt: die biologische, physische und chemische Kontamination bzw. die soziokulturelle und psychosoziale Kontamination, das heißt Abhängigkeit, Gewalt, Stress...
- Die Lebensart: es beschreibt die Interaktion zwischen Lebensarten, die individuellen Verhaltensrichtlinien, die durch soziokulturelle Faktoren und durch persönliche Eigenschaften bestimmt werden.
- Der Gesundheitsdienst: das bedeutet Immunisierungssysteme, Verhütungsmittel, Warnung vorrangiger Gesundheitsrisiken und Antibiotikabehandlung. Das alles dient der Verbesserung der Lebensqualität sowie der Verlängerung der Lebenserwartung.

BIOLOGISCHE Entwicklung Organische Funktionsweise Genetik	UMWELT Verseuchung Sozial-ökonomische Gesichtspunkte
GESUNDHEITSDIENST Zugänglichkeit zum Gesundheitsdienst Human resources	LEBENSSTIL Angewohnheit Beziehung mit der Umwelt

Tabelle 1: "Laframboise Model"¹¹

Man betrachtet, die Gesundheitsförderung hängt von einer gut ausgebildeten und informierten Gesellschaft ab. Und man erwägt die Medien als eines der größten sozialisierenden Mittel. Sie sind verantwortlich dafür, die Information und die kulturelle Bildung bzw. Kenntnisse zu erbringen.

Die kommunikative Strukturen variieren je nach Nachricht und deren Behandlung nach. Also wird die Audio-, Grafik-, Visuelle- und Textunterstützung in jedem Fall anders benutzt.

Die audiovisuelle Unterstützung des Fernsehens wird für jede Sendung die sich mit der Gesundheit auseinandersetzt benötigt, besonders bei der Thematik Lebensart und Umwelt. Man verwendet häufig Aussagen mit einem höheren emotionalen Wert als

¹¹Eigene Herstellung.

einem rationellen, um das Verhalten der Menschen zu ändern, gesunde Verhaltensmuster zu schaffen und positive Werte zu vermitteln.

Wenn man in besondere Themen vertiefen will eignen sich die Printmedien zweifellos am besten, unter der Bedingung das der Leser dies rational und kritisch reflektiert.

Um über irgendwelche Information zu informieren, verwendet man bestimmte klassische sowie wesentliche Modalitäten:

- Information
- Ausbildung
- Unterhaltung
- Werbung

Die Ausbildung gehört zu den kommunikativen Strukturen der pädagogischen bzw. didaktischen Art. Ihr Ziel ist Kenntnis zu bringen und das Verhalten zu verändern. Die Werbung greift zu Gesundheitsthemen als Vorwand für den Verkauf ihre Produkte. Sie benutzt Vernunftsargumente, nur um die Kunden zu überzeugen.

Eine Ausnahme sind die institutionellen Werbungen. Die sind ein gutes Beispiel dafür, wie man ein Gesundheitsthema geeignet verwenden muss, um die Gesundheit zu fördern.

Die Medien rechnen mit Spezifitäten mit, die ihren Zweck, ihre verwendeten Methoden sowie den Zugang ihren Inhalte abgrenzen. Alle sind für ihre Analyse, ihre Produktion und ihre Verwendung entscheidend.

Die große Auswirkung der Medien und ihre manipulative Kraft sollen uns zum Nachdenken sowie zu einer kritischen Analyse bringen, um uns zu schützen und die Umweltzustände und unsere gesundheitliche Lebensart zu verbessern.

Die Gesundheitsbildung ist ein pädagogischer Prozess, der in der Schule und besonders im Kreis der Familie besprochen wird. Man sollte jedem sein kritisches Nachrichtenbild sowie ein vielfältiges Informationsangebot über das Thema Gesundheit anbieten.

Die Massenmedien sind privilegierte Instrumente, um die Gesundheit zu fördern. Sie dienen auch als Erzieher der Gewohnheiten, Normen und Verhalten, die eine optimale Gesundheitsentwicklung begünstigen. Eine Analyse der aktuellen Realität aber stellt dar, dass Gewalt, die schädliche Gesundheitsprodukte, Konsumismus, usw., als Fortschritt und Verbesserung der Lebensqualität vorgestellt und gefördert werden. Die Realität ist aber leider ganz anders. Sie sind nicht umweltfreundlich, sie sind für die Sozialkultur zerstörerisch, und sie sind auch schlecht für eine gute körperliche und psychische Entwicklung des Menschen. Leider sind Fernsehen, und Gewalt, Werbung und Konsum zwei Seiten der gleichen Medaille.

“el poder de decisión de las personas a través del ejercicio de la reflexión sobre los mensajes producidos por los medios de comunicación tras un adecuado análisis crítico, es el mecanismo por el cual el futuro de la salud y de su tratamiento por parte de los medios será más acorde con los determinantes de educación u promoción por el que todos y todas apostamos.”¹²
(MARCHENA MORÓN, Juan Agustín, 1995)

Ein Vorteil ist die Steigerung der Gesundheitsinformation. Trotzdem ist das aber leider nicht immer an eine gute Informationsqualität verbunden.

2.2 Die Gesundheitsbehandlung

Wenn man eine erste Analyse über die Beziehung der Medien und die Gesundheitsbehandlung macht, fällt uns die deutliche steigende Zunahme von Nachrichten auf, die mit diesem Thema zu tun haben, eine größere Zahl sensibler und gebildeter Menschen, um darüber ihre Meinung zu sagen und noch eine große Zuschauernachfrage, um diese Information zu bekommen. Das sind 3 Konzepte, die im journalistischen Bereich zusammen gehen. Also:

Je mehr bürgerliche Interesse → desto größere Informationszahl → also grössere Interesse für eine bessere Themeninformation

Die Themenwahl bezieht sich auf die 4 journalistische Routinen:

¹²Übersetzung: „Die Entscheidungskraft der Menschen durch die regelmäßige Reflexion über Aussagen der Massenmedien nach einer kritischen Analyse ist der Mechanismus, durch den die Zukunft der Gesundheit und ihr Umgang seitens der Medien mehr im Einklang mit den Richtlinien der Erziehung und Förderung sein werden und auf den wir alle setzen.“

- 1) Aktualität
- 2) Außergewöhnlichkeit
- 3) Polemik
- 4) Öffentliches Interesse (Interesse der Zuschauer)

Die Nachrichten werden nach zwei Richtlinien klassifiziert:

- 1- Nachrichten mit einem plötzlichen überraschenden Interesse. Das sind die aktuellen Nachrichten, die oberflächlich und mit einem sensationslüsterner Kriterium behandelt werden. Dieser Nachrichtentyp hat in den Medien eine riesige Hauptrolle sowie fast keine bedeutende Vertiefung. Sie sind hauptsächlich in Zeitungsportalen oder Nachrichteneinführungen im Radio oder im Fernsehen zu finden. Und sind in gewissen Zeiträumen wie z. B. Epidemien, der Welttag irgendwelcher Krankheiten, Zeiträumen von Gesundheits- oder Medizinkampagnen rückläufig.
- 2- Nachrichten mit einem ständigen Interesse. Diese Nachrichten werden im allgemeine Interesse ausgeglichen. Sie sind keine Nachrichten der Aktualität aber sie stellen sich als ausgearbeiteter, vertiefter und strenge Nachrichten vor. Im Vergleich zu den Nachrichten vom ersten Punkt, erscheinen diese Nachrichten weniger als die anderen. Wenn sie behandelt werden, sind sie in den spezialisierten Zeitungsteilen. Sie verwenden sogar mehrerer Informationsquellen und haben dazu einen Saisonbestandteil, das heißt sie erscheinen in den Ferienwochen, um Räume und Zeitabschnitte einem konkreten Themas von großer Interesse zu überlassen.

Was die Informationsqualität bezieht, das hängt von diversen Gründen ab. Zuerst von dem Interesse der Journalisten, wie streng sie ein Thema behandelt wollen; dann von dem Interesse der Medien und deren professionellen sowie deren journalistischen Ressourcen und zuletzt von der guten Kommunikations- und Zusammenarbeit zwischen Fachleute und Informationsquellen.

2.3 Fehler beim Informieren

Der Einfluss der Medien in der öffentlichen Meinung ist unbestreitbar und nicht umkehrbar. Deswegen muss die Behandlung des Themas die Realität reflektieren und man muss noch damit rechnen, was für eine Auswirkung sowie eine Aufklärungsmöglichkeit für den Empfänger dies darstellen kann. Darum soll man gewisse Richtungen vermeiden, wenn man über so empfindliche Gesundheitsthemen informiert, wie zum Beispiel:

- 1) Alarm Schlagzeile: Diese Schlagzeile kürzen die Information ohne Genauigkeit und können ein blinder Alarm in der Bevölkerung schaffen:

Die Ebolakrise hatte eine weltweit brutale Medienresonanz und obwohl sie viele Menschen betraf, wurde sie anfangs als Katastrophe behandelt, was sich als nicht realistisch herausstellte.

- 2) Verworrene Information: Bei dieser Information wird eine zu technische und spezialisierte Sprache benutzt, sodass sie für die Mehrheit der Bevölkerung unverständlich sein kann.

Wenn Informationen vermittelt werden, muss man die Empfänger der Mitteilungen berücksichtigen. Bei der Behandlung von wissenschaftlichen Themen muss man pädagogisch vorgehen, sodass jeder – von den Fachpersonen bis zu den Laien- die Aussage verstehen kann.

- 3) Klischees Erzeugen: In dem Fall wird die Information durch eine Bildreihe begleitet, die zu einem gewissen bzw. konkreten Kollektiv führen und können deswegen stigmatisiert werden.

Tuberkulose, Bandwürmer, gefährlich verdrehter Darm, Hautleiden – Flüchtlinge bringen oft aus ihrer Heimat im Gastland wenig verbreitete Krankheiten mit. Die medizinische Versorgung stellt das auf eine harte Probe.

Abbildung 8: "Untertitel einer Nachricht der Frankfurter Allgemeine über der Krankheiten der Flüchtlingen"¹³

¹³<http://www.faz.net/aktuell/wissen/medizin-ernaehrung/fluechtlinge-bringen-haeufig-im-gastland-ueberraschende-krankheiten-mit-14454679.html>

- 4) Unsichtbarkeit gewisser Kollektive: Das bedeutet, manche Krankheiten sind für die Medien unsichtbar, nicht vorhanden. Und da für sie nicht wichtig sind, werden in den Hintergrund gerückt.

Angesichts der großen Epidemien und der bekanntesten Krankheiten finden wir bestimmte Krankheiten die völlig unbekannt sind, die entweder in den Hintergrund rücken oder direkt nicht für die Medien existieren: dies kann beispielsweise bei kleineren Krankheiten oder psychischen Störungen der Fall sein.

- 5) Wenig Information: Die Informationen, die man übermittelt sollen einen Zusammenhang haben, damit man sie besser verstehen kann und der Empfänger sie nicht verwechselt.

Also, der technische und wissenschaftliche Wortschatz muss man für das unerfahrene Publikum erklärt werden. Das kann man durch Bilder, Dias oder Grafiken verständlich machen.

- 6) Ungeeignete Fachwortschatzverwendung: Man muss mit dem Fachwortschatz, der man zum Informieren verwendet, ganz vorsichtig sein. Man sollte weder beschönigende Bezeichnung noch Vergleiche benutzen. Diese können die Empfindlichkeit der Empfänger verletzen und helfen nicht bei der Normalisierung und bei der Übersteigerung der Tabus.

Auf Spanisch sagt man, «És el càncer de la societat», das heißt „Es ist der Krebs der Gesellschaft“. Dies ist ein Beispiel für eine unglückliche Metapher.

Falsche Bilder: Die falschen Bilder, die nicht mit der Realität zu tun haben, können Verwirrungen, Sozialalarm stiften und die Privatangelegenheiten der Menschen verletzen.

Die Verbindung der bestimmten Krankheiten an einem Menschenkollektiv oder an gewisse soziale Tendenzen verursacht eine unnötige Alarm.

- 7) Wenig Vorbeugung. Es ist sehr wichtig über die Gewohnheiten und Gesundheitsmaßnahmen zu informieren. Die Gesundheit und das Wohlbefinden hängen oft von der Vorbeugung ab.

Es gibt immer mehr Sendungen, in denen Fachleute als Gast eingeladen werden. Sie warnen den Zuschauer bzw. Zuhörer vor den schlechten Gewohnheiten und empfehlen Aktivitäten, die bestimmte Krankheiten verhüten.

2.4 Der Sprachgebrauch

Das Verständnis der Mitteilung, was den Zuschauer, den Zuhörer und den Leser betrifft, ist wesentlich. Da die Informationen über Krankheit und Gesundheit ärztliche Themen sind, soll man für ein gutes Verständnis folgende Richtlinien in Anspruch nehmen.

1. Die wissenschaftliche Botschaft verständlich machen.
2. Einen klaren Wortschatz benutzen
3. Vermeiden technische bzw. hoch entwickelte Details zu machen
4. Direkte Rede und kurze Sätze benutzen
5. Die Information ganz gut in Kontext bringen.
6. Kürzel erklären
7. Nicht in Sensationsgier verfallen
8. Nicht bevormunden
9. Achtung haben vor Identitätsaspekten der Geschlechter.

2.5 Eine gute Kommunikation

Der Kommunikationsgrund ist die Weise, wie man die Information übermittelt. Fachleute der Gesundheits- und Zeitungsbereich, Patientenvereinigungen¹⁴ und natürlich die meist betroffene Leute bitten um eine größere Genauigkeit, um eine Tiefe, um eine Wirkung und vor allem um einen Respekt, wenn man mit solchen Themen umgeht.

Hierunter erwähnt man einige Ratschläge für eine gute, geeignete, pädagogische und effektive Kommunikation:

¹⁴Die Selbsthilfegruppen von Patienten sind Vereinigungen von Menschen, die von einer bestimmten Krankheit betroffen sind. Sie kümmern sich um Erfahrungsaustausch und Informationen über Prävention und Therapiemöglichkeiten.

- 1) Das gesellschaftliche Bewusstsein der Gesundheit und/oder Krankheit fördern: die Medien sind eine gute Plattform um den Mensch kritisch, ethisch und verantwortlich zu bilden. Sie sind auch dazu ein wichtiges Werkzeug für die Sensibilisierung. Man muss auch damit rechnen, dass das Publikum sucht und bittet diese Information und dass der Auftrag der Medien ist, sie zur Verfügung zu stellen. Selbstverständlich sollen alle Krankheiten einen Raum darin haben.
- 2) Die wissenschaftliche Information zu erklären damit sie an das ganze Publikum ankommt: die Medien haben den Auftrag, die wissenschaftliche Sprache zu interpretieren und mitzuteilen um sie verständlich für jeden Zuschauer zu übertragen. Diese Sprache soll also nicht nur für Experte geeignet sein. Wenn Information “übersetzt” werden muss, soll sie eigentlich verständlich sowie exakt und rigoros sein. Wenn es möglich ist, sollte sie von Bilder und Grafiken begleitet sein, um ihr Verständnis zu vereinfachen.
- 3) Verschiedene Sichtweise benutzen, um die Information zu bereichern: Man sollte so viele Quellen benutzen und kontrastieren, wie man kann, bevor man sie vorstellt. Es ist also nötig die Information gut zu kontextualisieren und sie so vollständig wie möglich anzubieten. Bei polemischen Themen sollte man versuchen, die diversen Sichtweisen ins Gleichgewicht zu bringen. Wichtig ist, alle Meinungen und Stimmen sollten dargestellt werden. .
- 4) Mehr auf den positiven Fokus achten: nicht nur die negativen Aspekte der Krankheit vorstellen. Man sollte auch Lösungen suchen und darlegen. Erfahrungen mitteilen, gesunde Gewohnheiten und nicht nur Zahlen und katastrophische Geschichten präsentieren. Eine ständig zunehmender Teil in der Informationsendungen ist die Warnung und die Behandlungen der Krankheiten. Das ist ein positiver Aspekt, der in Anspruch genommen werden soll.
- 5) Falsche Mythen abzubauen bzw. entlarven: die Medien sollen die geeigneten Konzepte und den genauen Wortschatz verwenden, ohne viele Metaphern und Vergleichge zu benutzen.

17. Nov. 2017 ... Schock für alle Hardrock-Fans: AC/DC-Gitarrist Malcolm Young ist nach langer Krankheit gestorben. Gemeinsam mit seinem Bruder Angus Young gründete er im Jahr 1973 die legendäre Rockband. Quelle: N24. Malcolm Young, einer der Mitgründer der australischen Hardrockband AC/DC, ist tot.

Abbildung 9: “Nachricht von DIE WELT, 17. November 2017”¹⁵

¹⁵<https://www.welt.de/kultur/article170727956/AC-DC-Gitarrist-Malcolm-Young-ist-tot.html>

An erster Stelle wird berichtet, dass M.Young „nach langer Krankheit“ gestorben ist. Erst danach folgen die Details:

Der Zeitpunkt des Todes wurde nicht genannt. Bei Young war 2014 Demenz diagnostiziert worden.

Abbildung 10: "Nachricht von DIE WELT, 17. November 2017"¹⁶

- 6) Nicht stigmatisieren: Wie schon erwähnt wurde, ist der Einschlag durch die Massenmedien versendeter Nachrichten riesig. Deswegen sollte man vermeiden, konkrete Krankheiten mit konkreten Kollektiven bzw. Risikogruppen in Verbindung zu bringen. Die Informationen sollten auch von deutlichen Bilder begleitet werden damit die Wirklichkeit nicht falsch dargestellt wird und damit sie auch kein falches Bild erzeugen können.
- 7) Vermeiden in die Sensationsgier zu verfallen: Man sollte die Statistiken kontextualisieren und sie streng nehmen. Man sollte Schlagzeilen benutzen, die die Aufmerksamkeit der Zuschauer fesseln, ohne sie zu manipulieren bzw. ohne falsche Hoffnungen zu bilden.
- 8) Die Meinung von einer Krankheit befallene Personen berücksichtigen: Das hilft, dass die Nachricht näher und menschlicher wird.
- 9) Die Informationsquellen richtig benutzen: das heißt, die Informationsquellen sollen aus erster Hand sein und sollen auch dazu eine journalistische glaubwürdige Grundlage wie z. B. die Patientenvereinigungen. Man muss auch achtgeben auf die Internetseiten, in denen man um Rat fragt.
- 10) Die Information auf kontinuierliche Weise behandeln und eine Kontrolle davon machen: Leider sind die Krankheiten oft in Sendungen nur ein Thema, wenn es große lebensgefährliche Epidemien gibt und werden dann vergessen, wenn alles schon vorbei ist.

¹⁶<https://www.welt.de/kultur/article170727956/AC-DC-Gitarrist-Malcolm-Young-ist-tot.html>

3 Wie die Medien unsere Gesundheit schaden können

Die Allgegenwart der Massenmedien im soziologischen, kulturellen, wirtschaftlichen, politischen und gesundheitlichen Bereich unter anderen ist heutzutage eine so deutliche Angelegenheit, dass man oft vorbeugt, wie man die Medien und ihre Mitteilungen unseren Alltag direkt oder indirekt beeinflussen können, sodass sie unsere Gewohnheiten, Stundenpläne, Medikamente, Diäten verändern können.

Zurzeit gibt es ein <<vínculo indisoluble entre los grandes medios de comunicación y el mercado>>¹⁷ (MARCHENA MORÓN, 1995). Durch die Massenmedien drängt der Zuschauern Medikamente, Krankheiten, gesunde Gewohnheiten auf. Man verursacht auch Polemik und Sozialalarm. So kann man die Gesellschaft kontrollieren und man kann auch riesige Gewinne damit machen auf Kosten von der Gesundheit der Mehrheit, die geschädigt wird.

3.1 Gibt es eine Lösung?

Die Pharmaindustrie, zum Beispiel, hat mit Erfolg in der Gesellschaft die Idee installiert, dass alles eine Antwort und dazu eine pharmakologische Lösung hat, egal ob es sich um das Aussehen, das alles kann verbessert, korrigiert oder verstellt werden dank eines Medikaments. Aber dieses große Erfolg wäre nichts gewesen ohne die Massenmedien. Sie sind die unbedingt nötige Unterstützung für die Bearbeitung, die Sendung und um den Zuschauer Ideen über die Medikamente einzureden.

Ständig und fast unbewusst findet man Werbungen, die ermutigen Medikamente zu kaufen. Normalerweise übertreibt man die Ergebnisse und versteckt die Folgen. Und so lebt man mit Medikamente. Man hat erreicht, dass die Medikamente Teil unseres Lebens sind, egal ob wir sie brauchen oder nicht. Die Medikamente und alle diese Produkte sind ein Teil unseres normalen Lebens. Sie gehören auch dazu.

Die Massenmedien können und müssen trotzdem Vorteile haben und nicht nur Nachteile. Im folgenden Bild werden manche Nach- und Vorteile genannt:

¹⁷Übersetzung: "...untrennbare Verknüpfung zwischen den Massenmedien und dem Markt."



Abbildung 11: "Vorteile und Nachteile der audiovisuelle Medien"¹⁸

3.2 Immer mehr und mehr

Mit der Zeit und besonders in den letzten 20 Jahren haben die Medien eine große Macht erreicht, wenn sie die Information senden und wenn sie Gewohnheiten schaffen. Leider hat das gute und schlechte Gewohnheiten hervorgeracht. Produkte, die nicht gesund sind werden durch Werbungen und Marketing verkauft. Das beweist, dass die Gesundheit des Empfängers unwichtiger ist als die wirtschaftliche Wohltat.

Man soll auch hervorheben, dass die schlechten ungesunden Gewohnheiten beim Essen in den Familien durch ihre Kinder eingeführt werden. Wenn man z.B. auf das Fast Food Essen acht gibt, kommt es vor, dass sich die Werbung besonders an Kinder richtet. Da werden sie sich schnell und fürs Leben daran gewöhnen. Außerdem beeinflussen die Kinder den Einkauf und den Familienkonsum.

In dem Fall sind die Medien mitschuldig an dem alarmierenden Zuwachs der Krankheiten wie z. B. Bluthochdruck, Cholesterin, Diabetes... Alle diese Krankheiten

¹⁸https://www.google.es/search?hl=ca&biw=1366&bih=656&tbn=isch&sa=1&ei=MtNQWrVLOsv-UtyVidAK&q=medien+schaden+gesundheit&oq=medien+schaden+gesundheit&gs_l=psy-ab.3...28343.33240.0.33420.27.26.1.0.0.0.134.2535.14j11.25.0...0...1c.1.64.psy-ab..1.11.1216...0j0i67k1j0i19k1j0i10i19k1j0i5i30i19k1j0i8i30i19k1.0.8JNBWTEUwB0#imgrc=cjilm98h3rDXMM

sind eine schlechte Folge der Fettleibigkeit. Fettleibigkeit wird einerseits durch Werbung, die die Bequemlichkeit, die Sicherheit, die virtuellen Spiele und das Fernsehen erzeugt anstatt Sport und Gruppenaktivitäten zu fördern. Besonders besorgend ist das Thema Kinderfettleibigkeit.

3.3 Die Kommunikativen Ziele im Bereich Gesundheit

Unter den vielen Zielen vom aktuellen Panorama, findet man folgende:

- Inhalte schaffen, die das vorherrschende Kommunikationsmodell beenden: mit einer kritischen Vision, die Analyse aller Begriffe, die Überprüfung der Quellen, der Interessen die sie haben können und wer davon profitiert
- Der Sender sowie der Empfänger haben die Pflicht und die Verantwortung eine gesunde Kommunikation aufzubauen.
- Kontrolle schaffen, die die Wirklichkeit von der Kommunikation in der Werbung bei dem Essen, bei Medikamente und bei jedem für die Bevölkerungsgesundheit schädliches Produkt überprüfen.

4 Die Spendengalas im Fernsehen

4.1 Was sind sie?

Die solidarische Marathons im Fernsehen sind spezielle Sendungen, um Spenden für den Bereich der Gesundheit zu sammeln, z. B. für die Krankheitsuntersuchung, für die Krankenhäuserverbesserung, für den Impstoffkauf, usw.

In Spanien werden schon seit vielen Jahren solche solidarische Aktionen durchgeführt. In einigen Fällen haben sie ein großes Interesse sowie eine riesige Großzügigkeit erweckt. Die *Gala Inocente, Inocente* vom 1. spanischen Fernsehen (1 de TVE) tritt hervor, die vorher durch die Sendungen Antena 3 TV, Telecinco und Forta organisiert wurde. Aber besonders herausragend ist der Marathon *-La Marató-* von dem öffentlichen Sender TV3 aus Katalonien.

Im Verhältnis zur ersten Marathon, feiert die Spendengala *Inocente, Inocente* dieses Jahr ihr 22. Jubiläum. Die Stiftung Inocente, Inocente wurde im März 1995 gegründet und schon am 28. Dezember 1995 wurde ihre erste Gala gesendet. Die Stiftung unterstützt "kranke Kinder mit Krebs, Körperliche- und Physisch behinderte Kinder, seltene Kinderkrankheiten oder Kinderarmut".¹⁹

Dieses Jahr findet die Gala am 27. Dezember um 22:30 Uhr auf dem 1. Sender von TVE statt und wird in ganz Spanien ausgestrahlt. Die Einnahmen der Zuschauer gehen an die Organisationen, die dieses Jahr teilnehmen. Was die Ausschreibungen zur Hilfe angeht, gibt es zwei Typen; einerseits Forschungsprojekte, andererseits Pflegeprojekte.

1)Forschungsprojekte: Ihr Ziel ist es, das Leben von Kindern zu verbessern, die minderheitliche Krankheiten haben. Jedes Projekt bekommt eine Spende von 30.000 €. Die Projekte können durch verschiedene Organismen vertreten werden, Institutionen, Universitäten, Forschungszentren, Krankenhäusern, usw. Die Stiftung *Fundación Inocente* und ANEP (Agencia Nacional de Evaluación y Prospectiva, Staatliche Agentur der Evaluation und prospektiven Studie) entscheidet, wer die Spenden erhält.

2)Pflegeprojekte: Wie die Forschungsprojekte sollen auch sie die Lebensqualität der Kinder verbessern. Dennoch rechnen sie mit einer Spende von 20.000 € und sie können die Gelder der Einheiten bekommen, die im

¹⁹ www.inocente.com/20-años/

Register der Einheiten und Stiftungen eingetragen sind und seit mindestens zwei Jahren funktionieren.

Abgesehen davon ist *La Marató de TV3* vom katalanischen öffentlichen Regionsfernsehen organisiert. Die zwei wichtigsten Unterschiede zwischen *La Marató de TV3* und *Inocente, Inocente*, ist das der erste nur in Katalonien zu sehen ist und jedes Jahr einem speziellen Thema gewidmet ist, zum Beispiel: die minderheitlichen Krankheiten oder Krebs.

La Marató de TV3 entstand im Jahr 1992, damals wurden um Gelder zum Kampf gegen Leukämie gebeten. Damals war die Sendung sehr erfolgreich, da mehr als eine Million Euro gesammelt wurden und seitdem wird sie jedes Jahr wiederholt. Der nächste Marathon wird schon zum 25. Mal gesendet.

1996 hat die CCMA (Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals) (die staatliche öffentliche Rundfunkgesellschaft Kataloniens) die Stiftung *La Marató de TV3* gegründet, um Krankheiten zu unterstützen, über sie zu informieren und die Informationen zu verbreiten, die im Spezialprogramm im Dezember behandelt werden.

Das Spezialprogramm wird den ganzen Tag ausgestrahlt, immer am Sonntag eine Woche vor dem Weihnachtsfest und viele Prominente der Kommunikationsmedien nehmen daran teil. Der Erfolg ist auf der ganzen Linie, es geht so weit, dass andere Regionen in Spanien ihren eigenen Spendenmarathon organisieren möchten, wie der baskische Sender EITB, der diesen 19. Dezember das Programm *Regala vida* zeigt oder der Sender *Mírame TV* von Teneriffa, der schon seinen fünften Spendenmarathon (*Maratón Solidario*) veranstaltet. Beide Programme wurden durch den Erfolg und der guten Arbeit von TV3 beeinflusst.

Was Deutschland angeht, werden zwei Fernsehsendungen analysiert, die die Solidarität der Bevölkerung suchen um für einen guten Zweck zu arbeiten: Ein Herz für Kinder und die José Carreras Gala.

Einerseits fokussiert sich Ein Herz für Kinder, wie der Name schon sagt, auf die Unterstützung der Kinder im gesundheitliche sowie im sozialen, familiären und Bildungsbereich. Die Organisation ist seit langem international bekannt und betreibt eine große Kampagne mit Aufklebern. Die Gala wird Mitte Dezember gesendet, normalerweise am Wochenende vor den Weihnachtsferien. Wie wir im Folgenden sehen werden, führt der internationale Charakter und der Fokus auf Kinder dazu, dass

sie weitaus mehr Spenden bekommen, als beispielsweise die José Carreras Gala, da Kinder in der Gesellschaft mehr Empathie erwecken.

Andererseits ist José Carreras Gala eine Gala, die durch den Sänger José Carreras ins Leben gerufen wurde und der Leukämie gewidmet ist.

In diesem Fall wurde die Gala einer Krankheit allein gewidmet und sie wurde erst vor wenigen Jahren international und das auch nur in einigen Nachbarländern Deutschlands. Die Spenden werden nicht nur während der Gala gesammelt, sondern von Beginn der Gala bis ans Jahresende.

4.2 Ein Herz für Kinder

“Ein Herz für Kinder” ist eine Organisation, die Kindern in verschiedenen Bereichen hilft, nicht nur im Bereich Gesundheit. Sie wurde von Axel Springer gegründet und hatte am Anfang das Ziel, die Anzahl der Kinder, die bei Verkehrsunfällen getötet werden zu reduzieren. Die Kampagne fing mit dem “Ein Herz für Kinder-Aufkleber” an.



Abbildung 12: “Ein Herz für Kinder-Aufkleber”²⁰

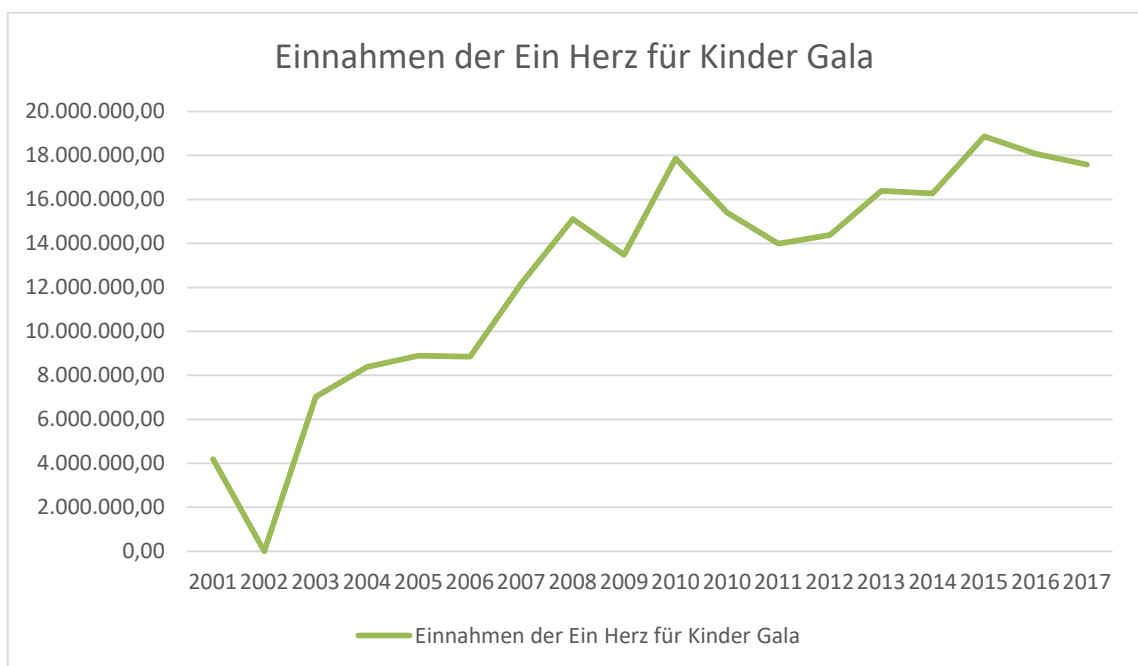
Die Organisation wurde später -Ende der 1980er- als International Kinderorganisation erweitert. Das Tätigkeitsfeld setzt sich seitdem nicht nur für Verkehrssicherheit für Kinder und Jugendliche, sondern auch für Gesundheitspflege, Daseinsfürsorge und Hungerhilfe für Kinder ein. <<Sicherheit der Kinder im Strassenverkehr zunächst im

²⁰https://www.google.es/search?hl=ca&biw=1366&bih=656&tbm=isch&sa=1&ei=2bNQWpyXHoTTU8m4iZAL&q=ein+herz+f%C3%BCr+kinder+aufkleber&oq=ein+herz+f%C3%BCr+kinder+aufkleber&gs_l=psy-ab.3..0i19k1.2271.2658.0.2936.3.3.0.0.0.109.296.2j1.3.0....0...1c..64.psy-ab..0.3.294....0.nl_yQxgLjXo

Vordergrund stand, waren Bildung, Gesundheit, Armutsbekämpfung und Umweltschutz>>²¹ weitere Investitionsbereiche.

Die Gala wurde zum ersten mal 2001 in der ARD gesendet und findet seitdem einmal im Jahr – Anfang Dezember- im ZDF statt. 2002 wurde sie nicht durchgeführt. Die Spendengala wird immer noch von dem Produzent Axel Springer/Talpa Germany produziert. Die Gala hat das Ziel Geld für Kinder zu sammeln, um ihr Leben zu verbessern. Da es eine solidarische internationale Bewegung ist, werden ein Drittel des Gewinns für Auslandsprojekte und zwei Drittel für Projekte in Deutschland ausgegeben. Bis heute sind mehr als 294 Millionen Euro Spendengelder eingegangen und diese Zahl steigt immer noch. Man kann wohl sagen, die Gala sei gut etabliert. Ein Beweis dafür ist, dass im Jahr 2010 ausser der üblichen Gala eine Zweite für die Betroffene des Erdbebens in Haiti durchgeführt, wurde, die das meiste Geld von allen gesammelt hat.

Die Graphik hierunter stellt die Spendenentwicklung der Gala seit 2001 bis heute dar:



Grafik 1: "Einnahmen von der Gala Ein Herz für Kinder"²²

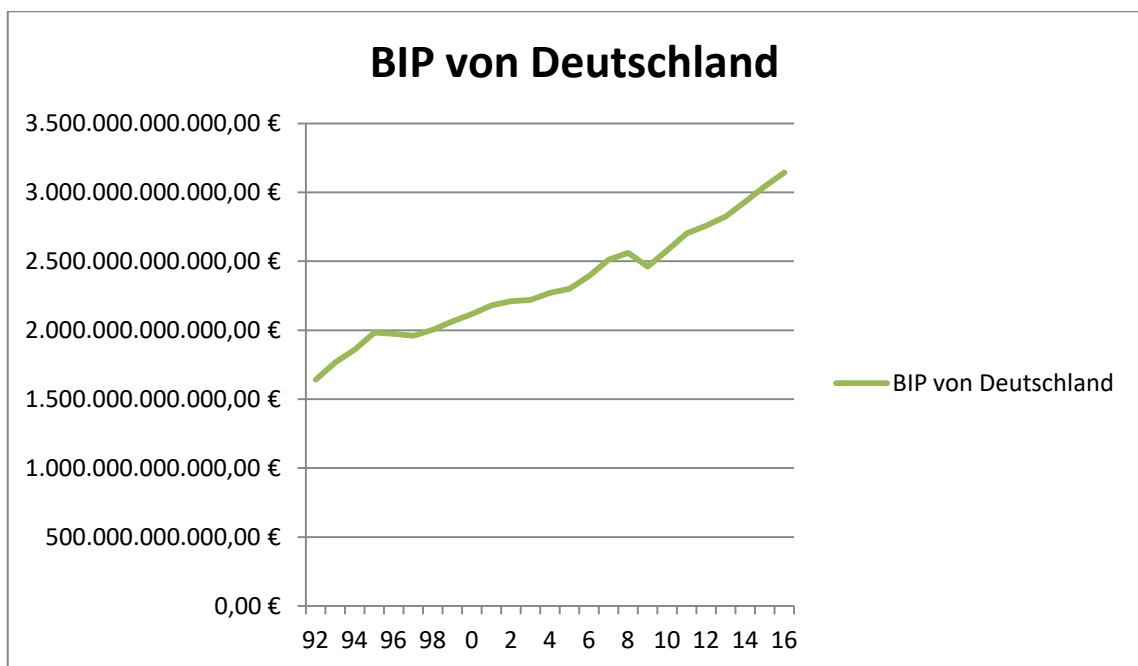
²¹<https://www.ein-herz-fuer-kinder.de/ueber-uns-team>

²²https://de.wikipedia.org/wiki/Ein_Herz_f%C3%BCr_Kinder

Die erste Gala fand 2001 statt. Damals war die Währung von Deutschland noch die DM.

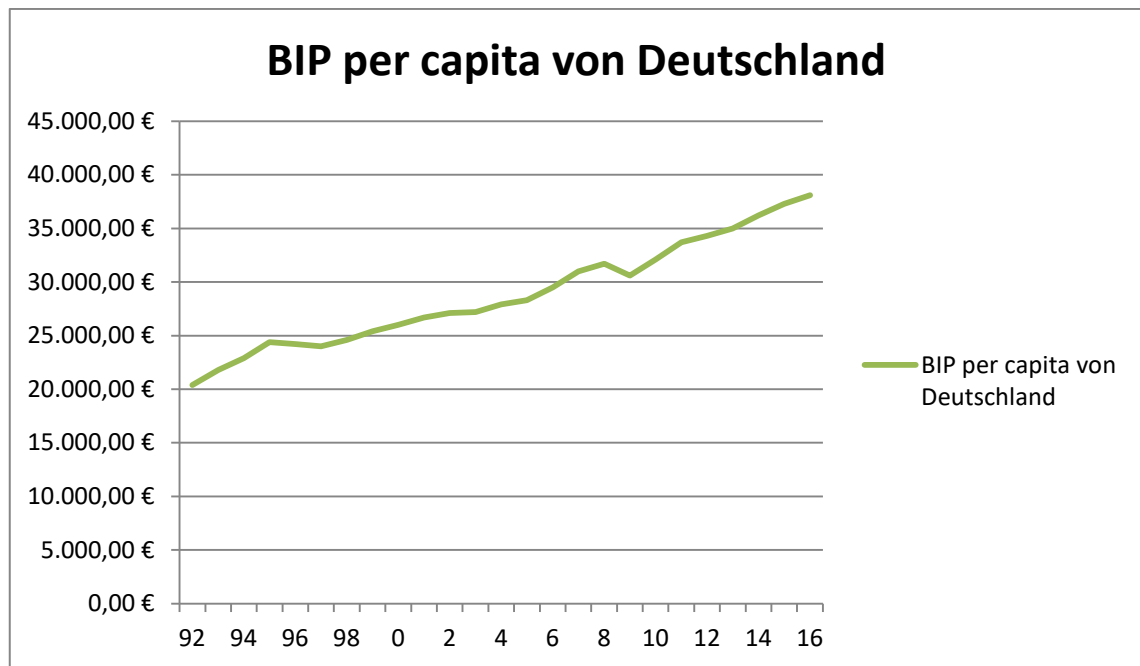
Es ist wichtig die Spenden mit der Bevölkerung, mit dem Bevolkerungsreichtum und mit dem Land zu vergleichen, um bei der Endbewertung das Solidaritatniveau zwischen den drei Ländern zu beweisen.

So kann man wohl sagen, dass jeder Deutsche seit 2001 –im Falle, dass alle Deutschen daran teilgenommen haben-, 2,69€ gegeben hat. Das macht ein Ergebnis von 222.729.983€ in 16 Jahre.



Grafik 2: "Entwicklung des BIP von Deutschland"²³

²³<https://www.datosmacro.com/paises/alemana>



Grafik 3: "Entwicklung des BIP per capita von Deutschland"²⁴

Jede Spendengala hat Vor- und Nachteile. Im Fall von "Ein Herz für Kinder" sind folgende Vorteile zu erkennen:

- Sie ist international bekannt
- Sie ist das grösste Spendenereignis
- Die Spendensumme steigt von Jahr zu Jahr
- Sie beschränkt sich nicht nur auf einen Bereich

Die Nachteile sind :

- Die Gala widmet sich nur Kindern

²⁴<https://www.datosmacro.com/paises/alemana>

4.3 Die José Carreras Gala

Die José Carreras Gala ist eine jährliche Spendengala, deren Ziel es ist Gelder für die Forschung und die Behandlung von Menschen, die an Leukämie erkrankt sind zu sammeln.

José Carreras sagte am 2010 nach der sechzehnten Gala:

„El gran regalo de la vida es la salud, por favor ayúdenos, salven su vida“.²⁵

1995 gründete José Carreras, der 1987 an Leukämie erkrankt war, die Deutsche José Carreras Leukämie-Stiftung, aus welcher später die jährliche Gala hervor ging. Ihre Ziele sind die Förderung von Forschungs- und Behandlungseinrichtungen, die Erforschung von Leukämie und ihrer Heilung sowie die Arbeit von Selbsthilfegruppen und Elterninitiativen²⁶.

Die Gala, die dieses Jahr zum 23. mal ausgerichtet wurde hat bereits über 120 Millionen Euro Spenden eingenommen (nicht nur bei der Gala selbst).



Abbildung 13: "Logo der José Carreras Gala"²⁷

²⁵Übersetzung: „Das grösse Geschenk vom Leben ist die Gesundheit, bitte helfen Sie uns, retten Sie Ihres Leben.“

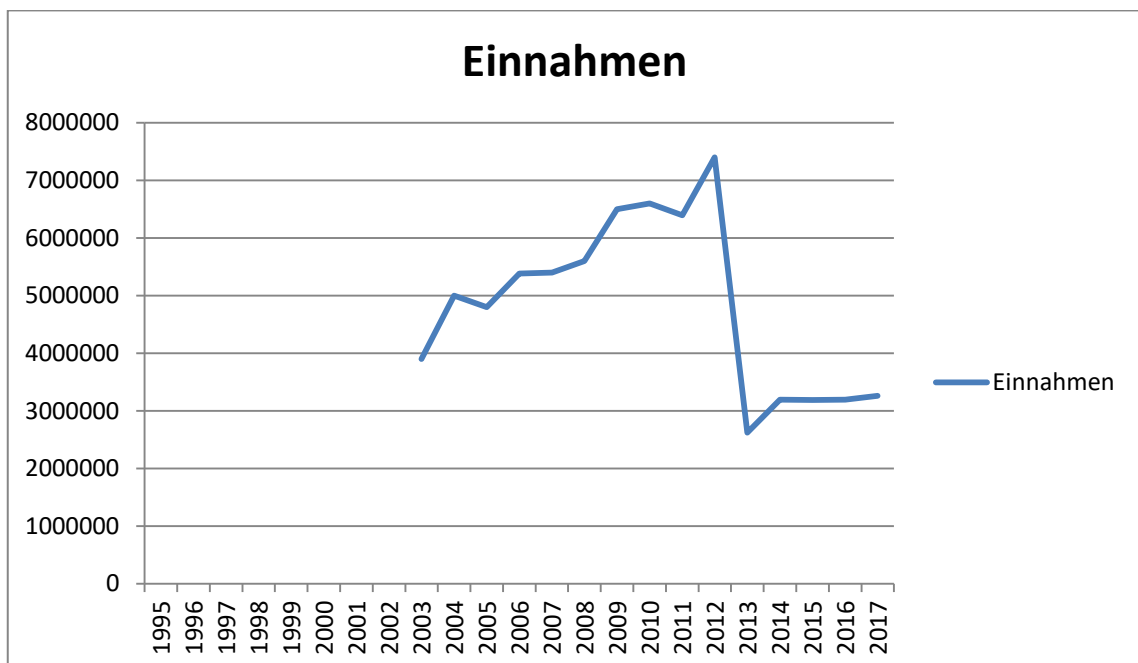
²⁶http://www.josecarrerasgala.de/wp-content/uploads/2017/12/2017_12_14-JCG-Bilanz-Final.pdf

²⁷https://www.google.es/search?hl=ca&tbm=isch&source=hp&biw=1366&bih=656&ei=McNEWtviHMHoUODnk_AE&q=die+jos%C3%A9+carreras+gala&oq=die+jos%C3%A9+carreras+gala&gs_l=img.3...277.5753.0.5921.23.8.0.14.0.0.240.837.0j3j2.5.0....0...1ac.1.64.img..4.4.731.0..0j0i19k1j0i10i19k1j0i5i30i19k1j0i8i30i19k1.0.mfzzgz1pKRA#imgsrc=HeHoV_3-VXhcMM:

Seit 2013 wird die Gala nicht nur innerhalb Deutschlands übertragen. Die Übertragung wurde auf Länder, wie Österreich, die Schweiz, Tschechien und die Slowakei ausgeweitet und kann weltweit per Streaming gesehen werden.

An der Gala beteiligen sich internationale Prominente, sei es in dem sie sie moderieren oder wie etwa einige Musiker dort auftreten. Dies hilft dabei die Gala zu bewerben und International bekannt zu machen. Dadurch wurden in den letzten Jahren auch Spenden aus dem Ausland eingenommen.

Die folgende Grafik zeigt die Entwicklung der Einnahmen bei der jährlichen Gala. Man muss erwähnen, dass man bis zum Ende des Jahres Spenden kann und die Grafik nur den Stand zum Ende der Gala-Liveübertragung zeigt.

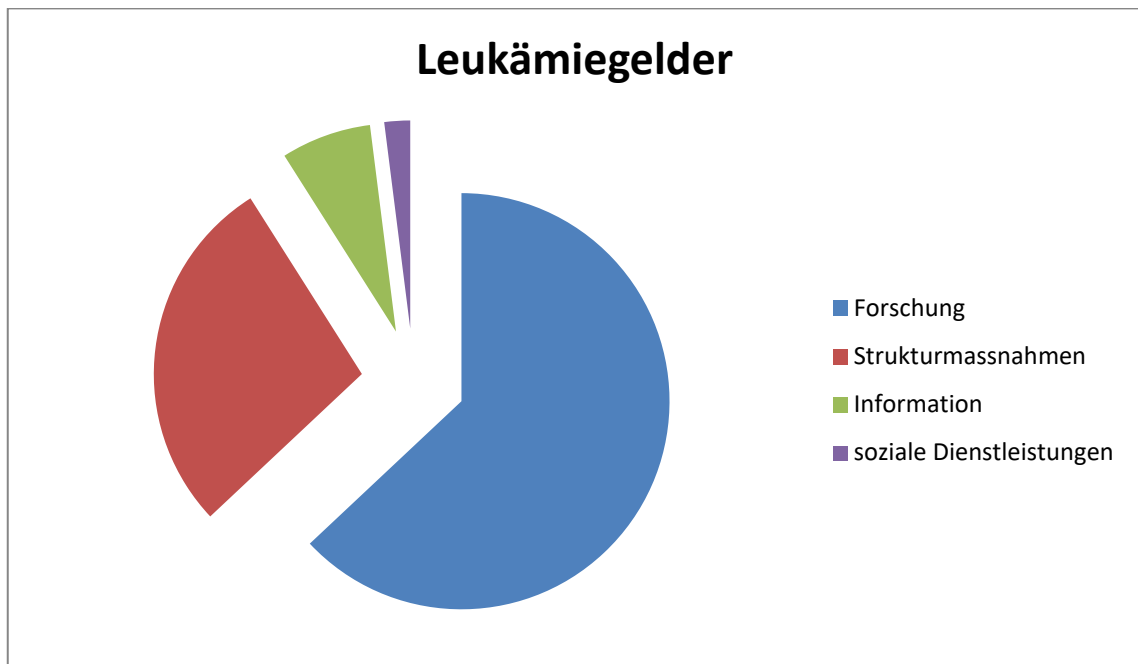


Grafik 4: "Entwicklung des Einnahmens von Die José Carreras Gala"²⁸

Die Speneinnahmen, nicht nur der Gala, werden folgenden Bereichen gewidmet: finanzielle Förderung der Leukämieforschung, verbesserte Behandlung der Krankheit, Ausstattung der Krankenhäuser, Unterstützung der Selbsthilfegruppen, Unterstützung der Kranken im sozialen Umfeld, Initiativen und Projekten von Klrankenhäusern für die Behandlung von Leukämie.

²⁸Eigene Herstellung.

Der Großteil des Geldes (85,88%) fehlt direkt an Projekte gegen Leukämie und mit dem Rest (14,12%) werden betriebliche Aufwendungen wie Mitarbeiter, Raumkosten, Werbung, usw. finanziert. Um mehr Transparenz zu gewährleisten werden die Ausgaben von unabhängigen Wirtschaftsprüfern kontrolliert.



Grafik 5: "Verwendung der Gelder zwischen 1995-2005"²⁹

Die Vorteile von der Gala José Carreras sind:

- Die Gala wurde von einer berühmter Persönlichkeit gegründet, der an der Krankheit gelitten hat. Das gibt der Gala einen internationalen Ruf.
- Die Spenden wachsen oder bleiben stabil, wie in den letzten Jahren.
- Zuletzt wurde sie internationaler als früher.

Die Nachteile sind:

- Sie ist nur einer Krankheit gewidmet

²⁹https://de.wikipedia.org/wiki/Deutsche_Jos%C3%A9_Carreras_Leuk%C3%A4mie-Stiftung

- Sie wird noch nicht ganz internationalisiert.

4.4 Gala Inocente, Inocente

Die Gala Inocente, Inocente ist ein Projekt der Stiftung Inocente, Inocente. Ihr Ziel ist es, Geld für verschiedene Dinge im Bereich der Kinder zu sammeln.

Die Stiftung Inocente, Inocente wurde im März 1995 gegründet und im selben Jahr fand die erste Gala statt. Sie wird immer am 28. Dezember, dem Tag der unschuldigen Heiligen veranstaltet. Zu diesem Anlass spielt man sich in Spanien, wie in anderen Ländern am 1. April mit Aprilscherzen gegenseitig Streiche. Am Anfang wurde die Gala von dem Sender FORTA gesendet. Später von Telecinco, Antena 3 und heutzutage von La 1 de TVE.

Bei der Gala wirken berühmte Persönlichkeiten aus verschiedenen Bereichen mit: Sportler, Schauspieler, Politiker, Sänger... an denen man gegenseitige Streiche spielt.

Die Idee für die Gala entstand aus der Sendung Inocente, Inocente die von 1992 bis 1996 bei Telemadrid lief. Dank dieser Sendung entstand die Gala, die im ersten Jahr das Ziel hatte Spenden für die Asociación Española Contra el Cáncer (AECC) (die spanische Stiftung gegen Krebs) und die Federación Española de Instituciones de Síndrome de Down (einer spanischen Vereinigung der Organisationen für Down Syndrom) zu sammeln.

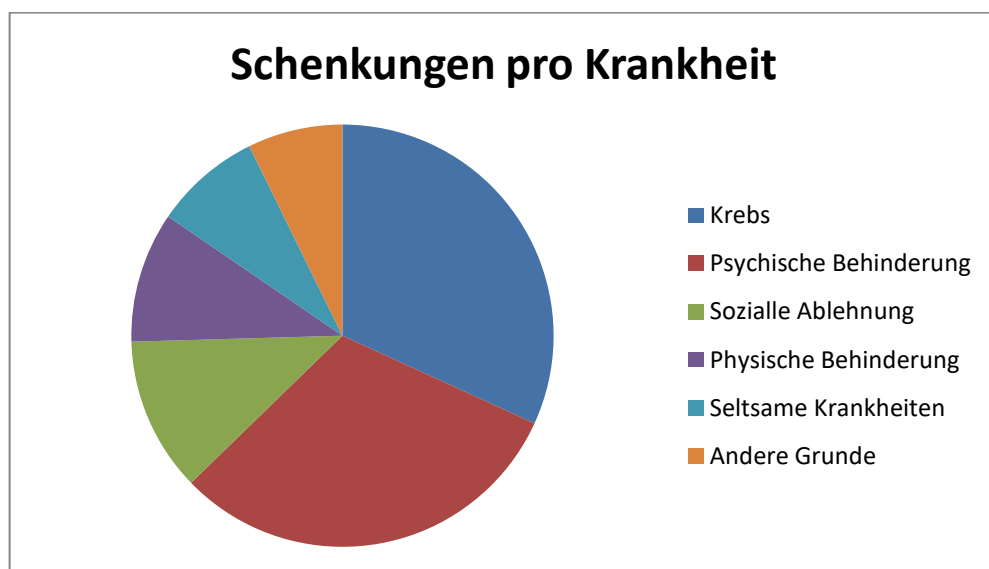


Abbildung 14: "Logo von der Gala Inocente, Inocente 2014"³⁰

³⁰https://www.bing.com/images/search?view=detailV2&ccid=zKIQoOdg&id=0D303D53FCEECB876AA51A7212A89C03ECB3871E&thid=OIP.zKIQoOdgKnKhY_PWwdGT1gEsCo&q=gala+inocente+inocente&simid=608001353400126186&selectedIndex=2&ajaxhist=0

Wie gerade erwähnt hat die Gala Inocente, Inocente ein Hauptziel: Spendengelder zu sammeln, um Kindern zu helfen. Nichtsdestotrotz widmen Sie die Spenden auch anderen Zielen. Im folgenden sind die Ziele aufgeführt, denen Spendengelder zu kommen:

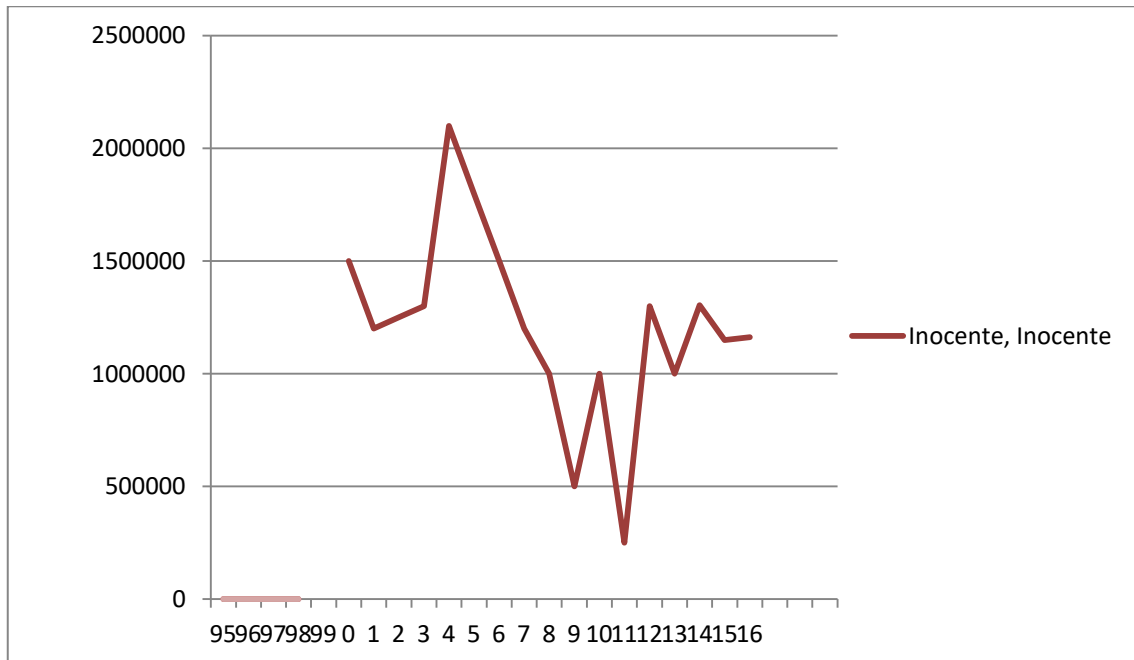
- 1) Unterstützung von Vereinen, die sich Kindern mit physischen oder psychischen Problemen oder unter sozialer Ausgrenzung und Diskriminierung leiden widmen und somit nicht nur im Gesundheits- sondern auch im sozialen Bereich.
- 2) Die Gesellschaft für die Probleme und Schwierigkeiten der Kinder sensibilisieren.
- 3) Zur Erhaltung der Vereine beitragen, die sich um Integration und Bildung von Kindern mit Behinderungen kümmern.
- 4) Die spanische Gesellschaft über Themen in Bezug auf Kinderkrankheiten zu informieren und auszubilden.
- 5) Geld sammeln, um Aufgabeprobleme von Minderjährigen zu reduzieren.



Grafik 6: "Schenkungen pro Krankheit der spanisches öffentlichen Fernsehens"³¹

³¹<http://www.inocente.com/datos-economicos/>

Die Stiftung bekommt Geld durch verschiedene Initiativen . Aber die Wichtigste ist die Gala Inocente, Inocente sowohl auf medizinischer Ebene wie als Einnahmequelle.

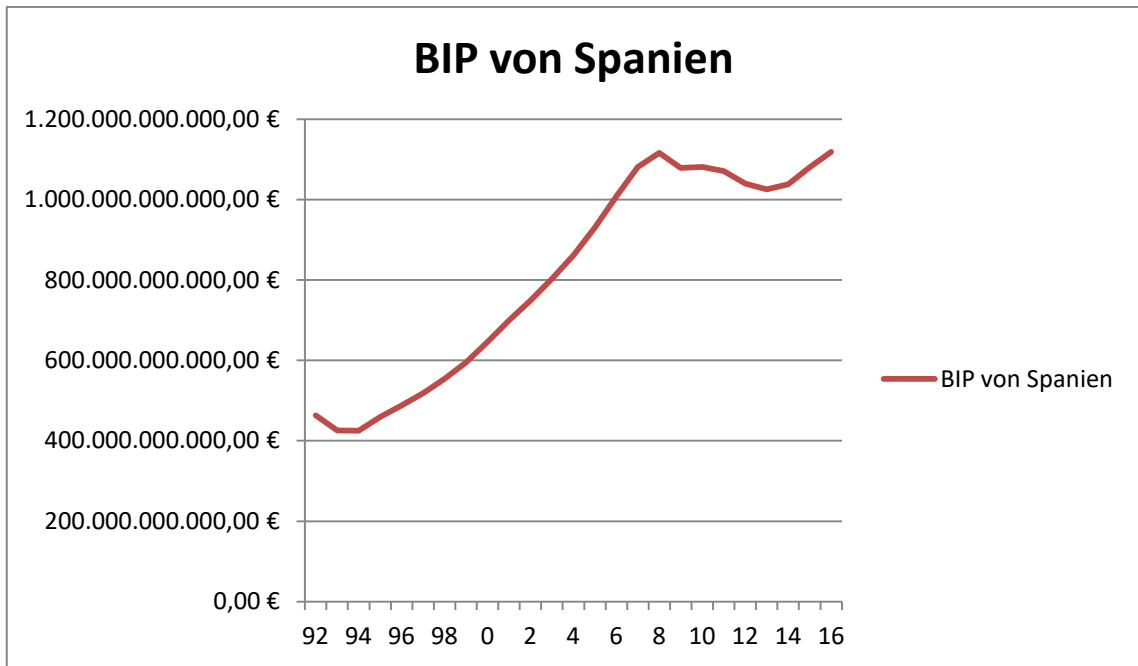


Grafik 7: "Entwicklung des Einnahmens von La Gala Inocente, Inocente"³²

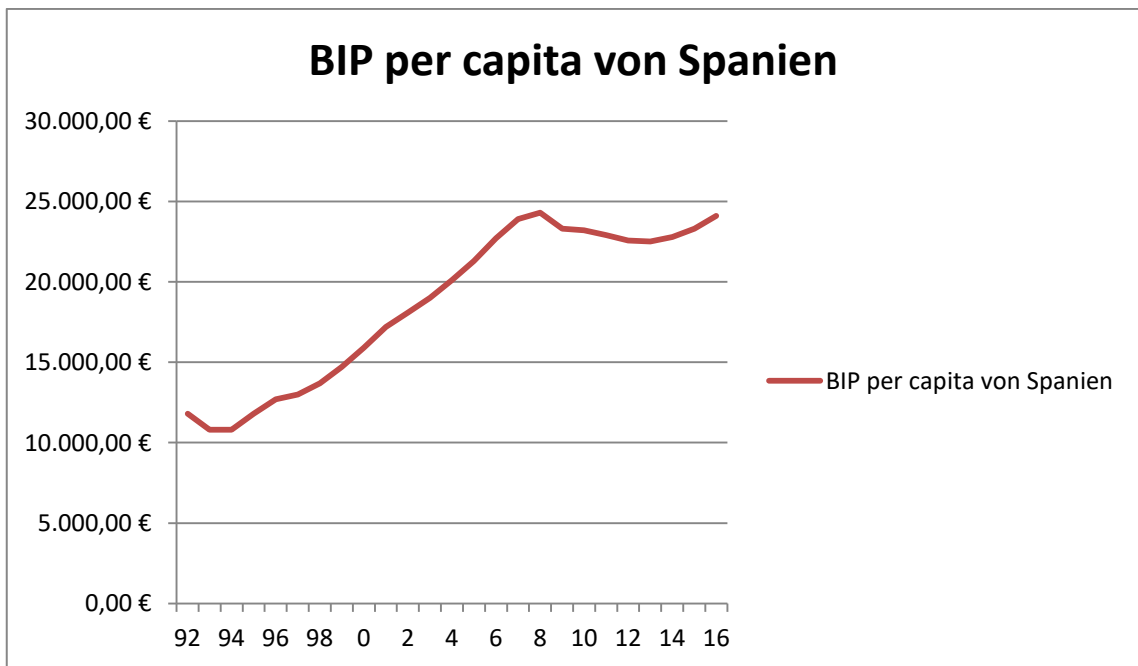
So kann man gut erkennen, dass die Gala in den letzten Jahren die gesammelten Zahlen pro Jahr über 1.000.000€ behaltet hat. Trotzdem hat man nicht geschafft die großen Zahlen von 2004 zu steigen, als man damals über 2.000.000€ gesammelt hat.

Um das Solidaritätsniveau besser zu verstehen, stellt man hierauf folgend die wirtschaftliche Zahlen des Landes dar, in den Jahren, in denen diese Solidaritätsbewegung stattgefunden hat.

³²<http://www.inocente.com/datos-economicos/>



Grafik 8: "Entwicklung des BIP von Spanien"³³



Grafik 9: "Entwicklung des BIP per capita von Spanien"³⁴

³³<https://www.datosmacro.com/paises/espana>

³⁴<https://www.datosmacro.com/paises/espana>

In der folgenden Tabelle sieht man eine Zusammenfassung der Gala *Inocente, Inocente* und deren Statistik:

Jahr	TV Sendung	Zuschauer	Share	Geld
1995	FORTA TV			
1996	FORTA TV			
1997	Telecinco			
1998	Telecinco			
1999	Telecinco			
2000	Telecinco	3.400.000	29,5%	
2001	Antena 3			
2002	Telecinco			
2003	Antena 3	5.396.000	31,5%	
2004	Antena 3	3.159.000	26,8%	2.100.000€
2005	Antena 3	3.049.000	28,1%	
2006	Antena 3	2.450.000	17,2%	
2007	Antena 3	1.612.000	13,8%	
2008	Antena 3	2.108.000	16,8%	
2009	Antena 3	2.184.000	17,1%	
2010	Antena 3	1.559.000	11,9%	1.000.000€
2011	Antena 3	2.694.000	15,3%	250.000€
2012	La 1 de TVE	1.941.000	14,4%	1.300.000€
2013	La 1 de TVE	1.564.000	11,1%	1.000.000€
2014	La 1 de TVE	1.590.000	12,7%	1.305.000€
2015	La 1 de TVE	2.211.000	17,6%	1.150.000€
2016	La 1 de TVE	1.028.000	15,3%	1.161.660€
2017	La 1 de TVE	1.665.000	15,9%	1.300.000€

Tabelle 2: "Zusammenfassung von La Gala Inocente, Inocente"³⁵

³⁵Eigene Herstellung: https://es.wikipedia.org/wiki/Gala_Inocente,_Inocente

Die Vorteile von der Gala Inocente, Inocente sind folgende:

- Umfasst jede Krankheit

Die Nachteile sind:

- Die Gala ist nur den Kinder gewidmet
- Sie ist nicht international, nur in Spanien.

Sie erreicht kein kontinuierliches Wachstum der Spenden

4.5 La Marató de TV3

La Marató ist ein solidarisches Projekt, das aus dem öffentlich rechtlichen Fernsehen Kataloniens -TV3 - in Kooperation mit der Stiftung La Marató entstanden ist. Das Ziel ist Gelder zu sammeln und sie der Forschung unheilbarer Krankheiten zu spenden oder Krankenhäuser und Projekte für Krankheiten, die keine große mediale Aufmerksamkeit bekommen, zu finanzieren. Jedes Jahr in der letzte Woche vor den Weihnachtsferien widmet La Marató eine Sondersendung einer bestimmten Krankheit. Sei sie physisch oder mental. Das ist es nicht nur die Solidarität der Bevölkerung im ökonomischen Sinne anzuregen, sondern auch zu informieren und sensibilisieren und über Prävention und Behandlungsmöglichkeiten aufzuklären.



Abbildung 15: "Logo von La Marató de TV3"³⁶

³⁶https://www.google.es/search?hl=ca&tbm=isch&source=hp&biw=1366&bih=656&ei=2bZQWoWRE8-asAfjoJKIAQ&q=logo+marato+tv3&oq=logo+marato+&gs_l=img.3.0.0l3j0i30k1l3.674.2549.0.3398.13.13.0.0.0.112.972.11j1.12.0....0...1ac.1.64.img..1.12.969.0..0i10i30k1.0.ZQGYFYp4rf0

Zweifellos ist das in Sachen Medien-Gesundheit der größte Erfolg und ein Vorbild, dem man folgen sollte. Mit einer sehr viel geringeren Bevölkerungszahl, als die Vergleichständer hat *La Marató* in den 25 Lebensjahre 163.110.049€ einnehmen können und 794 Projekte finanziert.

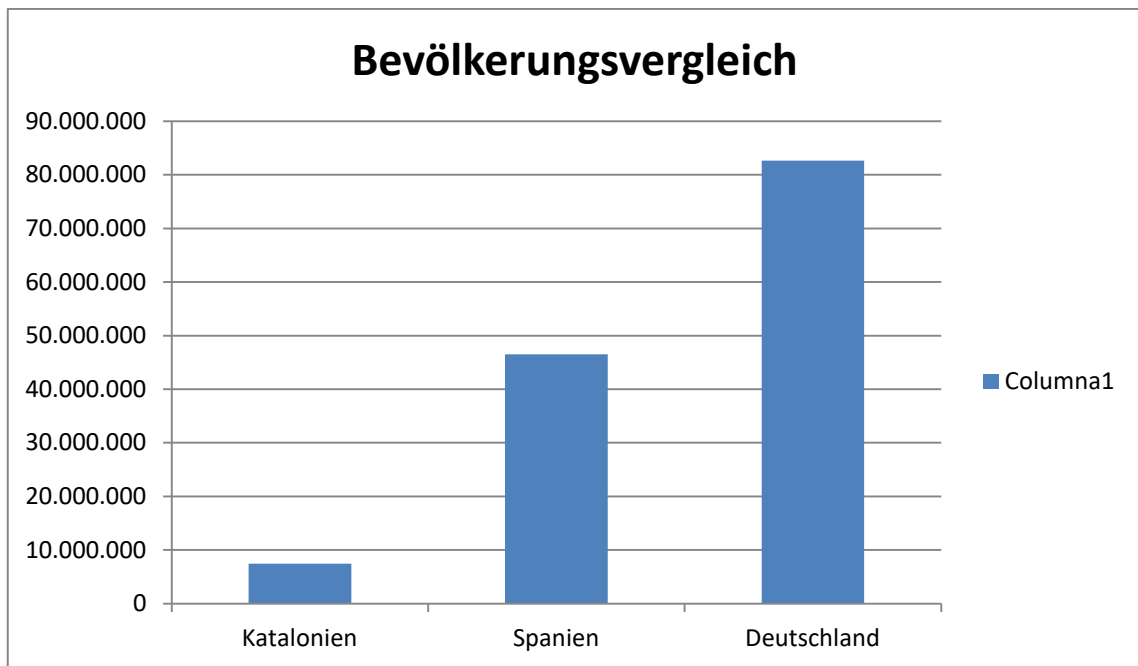
Die Sendung wurde immer vom gleichen Sender übertragen und von verschiedenen Personen, der Medien-Branche in Katalonien moderiert und hatte prominente Gäste.

Seit einigen Jahren werden auch durch den Verkauf der CD Gelder eingenommen. 2005 hat Mayte Martín die erste CD von *La Marató* aufgenommen. Die gesamten Einnahmen gingen an *La Marató*. Seit dem haben diverse Bands und berühmte Sänger der Katalanischen Musik-Szene die weiteren CDs aufgenommen. Zum Beispiel els Gossos, Lax'n'Busto, Montserrat Caballé und Miguel Bosé. Am Tag der Sendung *la Marató* werden die Lieder der CD live gespielt.

2007 wurde zudem das Buch von *La Marató* herausgegeben. Dieses Jahr erschien wieder eines unter dem Titel „10 Jahre, 10 Geschichten, 10 Autoren“. Es enthält zehn Geschichten von verschiedenen Personen, die selbstlos daran teilnehmen wollten.

Es ist wichtig hervorzuheben, dass der öffentlich rechtliche Radiosender Kataloniens - Catalunya Radio - mit TV3 zusammenarbeitet und auch Anerkennung für ihre solidarische Mitarbeit verdienen. Alle Fernweh- und Radiosender schalten Werbung für *La Marató*.

Es ist mir sehr wichtig die folgende Grafik hervor zu heben, die die Größe der Bevölkerung zeigt, die hier verglichen werden. In Kataloniens leben ein Sechstel der Bevölkerung Spaniens und vergleicht man es mit Deutschland, leben dort elf mal so viele Menschen.

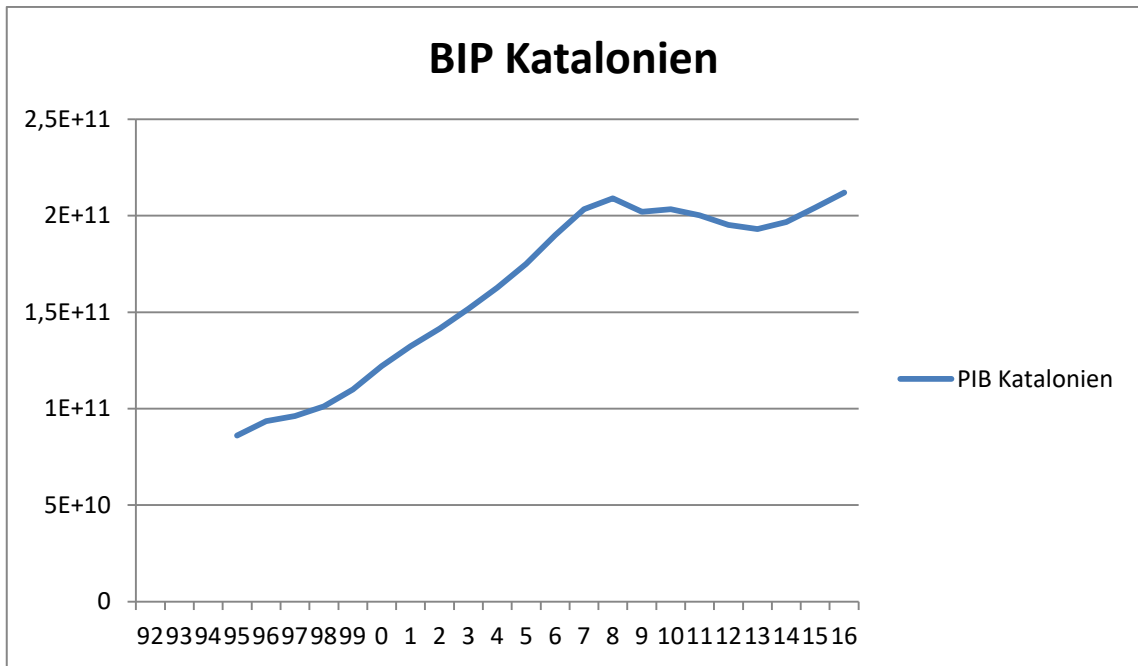


Grafik 10: "Bevölkerung von Katalonien, Spanien und Deutschland"³⁷

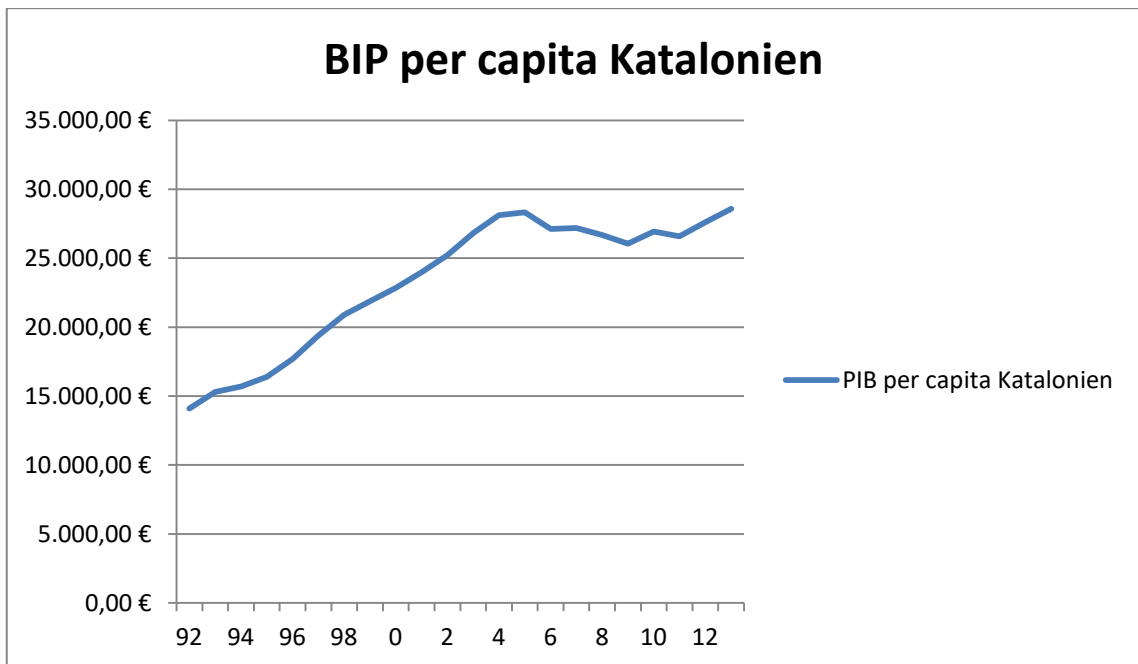
Um die Bedeutung und den Erfolg des Solidaritätsprojekts tatsächlich im Vergleich zu anderen Ländern zu verstehen, ist es wichtig vor Augen zu haben, welcher Reichtum in den verschiedenen Ländern vorliegt und sie mit ihren jeweiligen Spenden vergleichen.

In Bezug auf den Reichtum des Landes im Vergleich zu Spanien und Deutschland, zeigt Katalonien folgende Zahlen:

³⁷<https://www.saberespractico.com/demografia/poblacion-de-los-paises-de-europa-actualizado/>



Grafik 11: "Entwicklung des BIP von Katalonien"³⁸

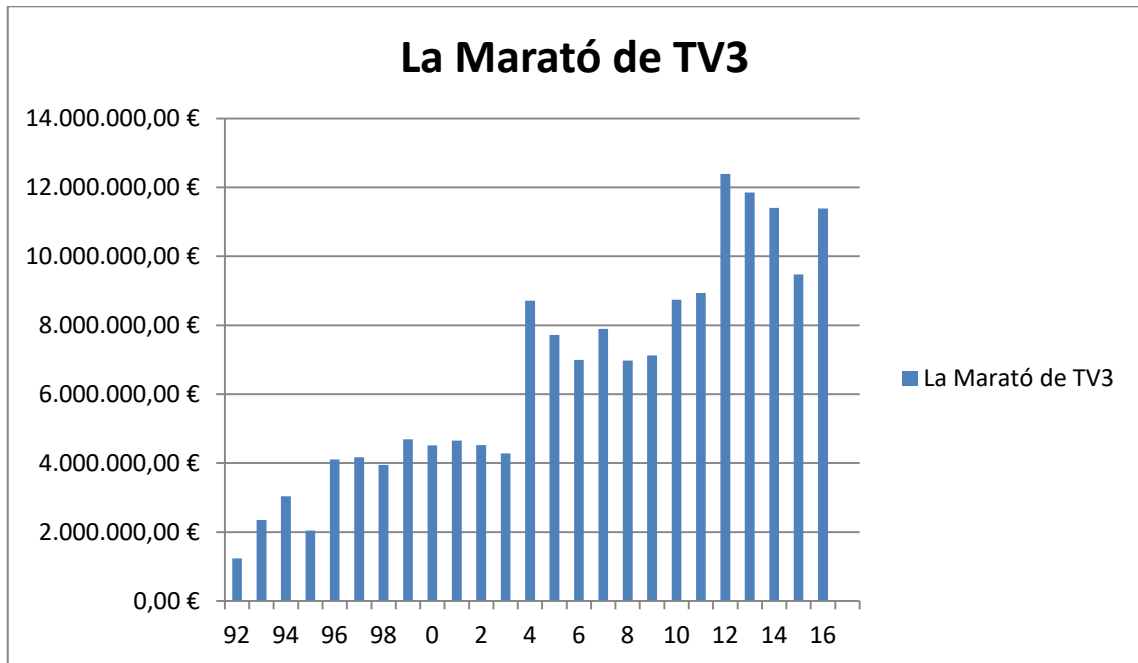


Grafik 12: "Entwicklung des BIP per capita von Katalonien"³⁹

³⁸<https://www.datosmacro.com/pib/espana-comunidades-autonomas/cataluna>

³⁹<https://www.datosmacro.com/pib/espana-comunidades-autonomas/cataluna>

Die nächste Grafik stellt die Entwicklung des gesammelten Geldes für die Marató in dem Zeitraum von 1992 bis 2016 dar.



Grafik 13: "Entwicklung des Einnahmen"⁴⁰

In der Darstellung kann man deutlich eine zunehmende Tendenz des Gewinns seit dem Anfang des Marathons erkennen. In einigen Jahren liegt ein eher geringes Wachstum vor, jedoch ist zu erkennen, dass in dem darauffolgenden Jahr das Wachstum wieder zunimmt. Diese Zunahme ist nicht nur in den wirtschaftlichen Zahlen klar spürbar, sondern sie geht auch mit einer Steigerung der Empfänger einher.

Die Marató verdankt ihren großen Erfolg ohne Zweifel der Qualität und die variierte, große Menge, die die Medien über dieses Ereignis verbreiten. Schon einige Wochen vor der Gala, fängt man in den verschiedenen öffentlichen Fernsehen und Radiosendern an, darüber zu sprechen und zu werben. Man sensibilisiert die Leute, man führt die Jahresthematik ein, man interviewt Förderer und Kollaborateure. Die Schulen und Gymnasien widmen auch einige Zeit im Unterricht an Vorträge, die von

⁴⁰<http://www.ccma.cat/tv3/marato/totes-maratons/mira-el-que-has-fet-possible/recaptacions/>

den Organisatoren durchgeführt werden. Alles im allem versucht man vom Anfang an, die Gesellschaft zu sensibilisieren und sie zu bilden.

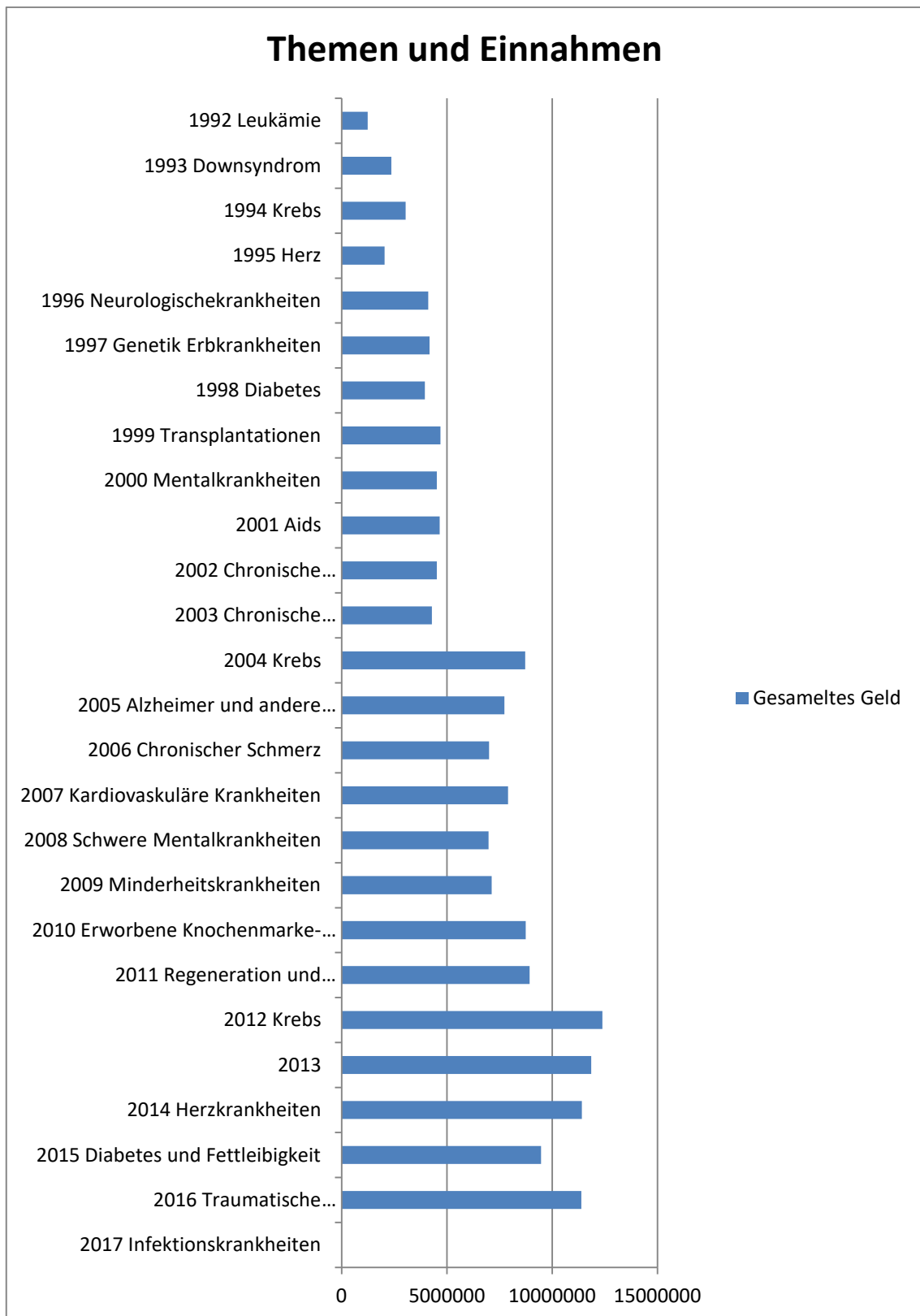
Ich persönlich habe zum ersten Mal von der Marató 2009 bei einer Konferenz in meinem Gymnasium gehört. Damals war die Thematik Minderheitskrankheiten, und zwar lautete das Marathonmotto "Vull saber contra que lluito"⁴¹.

Die Summe der gesammelten Gelder wuchsen ständig an, besonders in den Jahren, in denen zu Gunsten von Krebserkrankten gesammelt wurde. „La Marató“ für Krebserkrankte von 1994 brachte 700.000,- mehr als der des Vorjahres und 1.000.000 mehr als zwei Jahre zuvor. Die Zahlen für das Ende des vorherigen Jahrhunderts und den Beginn des 21. Jahrhunderts waren ähnlich hoch. Bis im Jahr 2004 konnte eine weitere Spendengala zum Thema Krebs die Summe des Vorjahres verdoppeln. 8.712.000,- wurden gespendet, eine Summe, die bis 2011 - wenn auch nur mit kleiner Differenz - nicht übertroffen wurde. Im Jahr 2012 war Krebs erneut Thema bei „La Marató“ und brachte eine Rekordsumme: 12.387.000,- wurden gespendet.

Man muss beachten, dass es ab 2008 in Europa und besonders in Katalonien eine riesige Wirtschaftskrise gab. Daher ist ein hervorstechender Aspekt die Solidarität, die die Leute mit ihren Spenden in allen diese Krisenjahre gezeigt hat.

In der folgenden Grafik kann man die jährlichen Zahlen der Spenden sehen und welcher Krankheit sie gewidmet waren. In den Jahren wo die Thematik „Krebs“ war, ist eine klare Wirkung zur erkennen.

⁴¹Übersetzung: „Ich will wissen, wogegen ich kämpfe“.



Grafik 14: "Themen von La Marató pro Jahr und ihre Einnahmen"⁴²

⁴²<http://www.ccma.cat/tv3/marato/totes-maratons/mira-el-que-has-fet-possible/recaptacions/>

Die Marató von 2017 wird am 17. Dezember ausgestrahlt. Unter dem Motto "La investigació pot canviar la història"⁴³, wird die Marató dieses Jahr Geld für die Untersuchung ansteckender Krankheiten sammeln. Darunter wird das Geld für die Untersuchung von Aids, Hepatitis, Sepsis, Hirnhautentzündung, Bronchitis, Lungenentzündung oder Tuberkulose gesammelt.⁴⁴ Das Programm wird den ganzen Tag dauern, von 8.00 Uhr vormittags bis 22.00 abends und wird auch auf TV3 gesendet.

Wie schon erwähnt, wird das Geld nicht nur von den Spenden der Stiftung La Marató und während die Sendung, sondern auch dank der Herausgabe vom CD und das Buch der Marató gesammelt.

- Die CD der Marató kann man für 10€ mit jeder katalanischen Zeitung kaufen - so gibt es viel Werbung- oder auch per iTunes. Die CD enthält Lieder verschiedener Genre, die über Solidarität, Hoffnung, Freundschaft aber auch von Schmerzen, Ungewissheit und Angst sprechen. 33 Sänger beteiligen sich mit 19 Lieder an der neuen CD. Diese Lieder werden dann am Tag der Gala.



Abbildung 16: "Die CD von diesjähriger La Marató"⁴⁵

- Dieses Jahr feiert das Buch der Marató sein 10. Jubiläum. Es kostet auch, wie die CD, 10€ und man kann es als normales Buch sowie als Digital- und

⁴³Übersetzung: „Die Forschung kann die Geschichte ändern“

⁴⁴<http://www.ccma.cat/tv3/marato/livre/2017/1110/>

⁴⁵https://www.google.es/search?hl=ca&biw=1366&bih=656&tbm=isch&sa=1&ei=3bZQWvTzCor1UrrUjagL&q=cd+marato+tv3+2017&oq=cd+marato+tv3+2017&gs_l=psy-ab.3..0i24k1.84070.90322.0.90602.11.11.0.0.0.91.886.11.11.0....0...1c..64.psy-ab..0.9.721...0j0i67k1j0i30k1j0i8i30k1.0.1sfQObsdvBg

Audiobuch finden. Das Buch ist eine Erzählung , Sammlung mit Bilder von 10 verschiedene Autoren –betroffene Persönlichkeiten des Landes, die an der Krankheit des Jahres leiden-. Das bringt dem ganzen Publikum die Krankheiten näher.



Abbildung 17: "Das Buch von diesjähriger La Marató"⁴⁶

Um diese Solidarität der Menschen besser zu verstehen, ist hervorzuheben, dass alle Leute, die sowohl in der Buchproduktion als auch in der CD-Produktion teilnehmen, es solidarisch und freiwillig, nur mit dem Wunsch an diesem riesigen solidarischen Projekt von La Marató TV3 teilzunehmen machen.

Jahr	Thema	Dauer	Telefonlinien	Geld
1992	Leukämie	6 Stunden	150	1.230.128€
1993	Downsyndrom	10 Stunden	350	2.352.669€
1994	Krebs	13 Stunden	400	3.035.311€
1995	Kardiovaskuläre Krankheiten	13 Stunden	550	2.040.443€

⁴⁶https://www.google.es/search?hl=ca&biw=1366&bih=656&tbm=isch&sa=1&ei=OLdQWu30LI-0UNWHqagL&q=llibre+marato+tv3+2017&oq=llibre+marato+tv3+2017&gs_l=psy-ab.3...15054.15999.0.16580.7.7.0.0.0.97.610.7.7.0....0...1c.1.64.psy-ab..0.2.185...0i13k1.0.Zj0jMi9T5s

1996	Neurologische Krankheiten	13 Stunden	550	4.107.795€
1997	Genetik Erbkrankheiten	13 Stunden	550	4.172.090€
1998	Diabetes	14 Stunden	700	3.945.421€
1999	Transplantationen	14 Stunden	700	4.685.110€
2000	Mentalkrankheiten	14 Stunden	707	4.511.808€
2001	Aids	16 Stunden	707	4.653.496€
2002	Chronische Entzündlichkrankheiten	14 Stunden	707	4.518.315€
2003	Chronische Atemungskrankheiten	14 Stunden	707	4.279.265€
2004	Krebs	14 Stunden	728	8.712.000€
2005	Alzheimer und andere Gehirnkrankeheiten	13 Stunden	854	7.145.000€
2006	Chronischer Schmerz	15 Stunden	717	6.993.481€
2007	Kardiovaskuläre Krankheiten	13 Stunden	900	7.897.678€
2008	Schwere Mentalkrankheiten	15 Stunden	934	6.972.342€
2009	Minderheitskrankheiten	15 Stunden	1038	7.120.560€
2010	Erworbene Knochenmarke- und Gehirnverletzungen	15 Stunden	1037	8.735.103€
2011	Regeneration und Transplantation von Organe und Gewebes	15 Stunden	1037	8.931.418€
2012	Krebs	15 Stunden	1001	12.387.643€
2013		15 Stunden	1001	11.848.986€
2014	Herzkrankheiten	15 Stunden	1001	11.403.593€
2015	Diabetes und Fettleibigkeit	15 Stunden	1001	9.469.226€
2016	Traumatische Ichthyophagie und Muskel- und Gehirnverletzungen	15 Stunden	1026	11.384.148€
2017	Infektionskrankheiten	15 Stunden	1020	7.215.676€

Tabelle 3: "Zusammenfassung der Geschichte von La Marató"⁴⁷

⁴⁷<http://www.ccma.cat/tv3/marato/>

Die Vorteile der Maratons von TV3 sind:

- Jedes Jahr wechselt die Krankheit, die Unterstützt wird
- Die Marató widmet sich dem ganzen Publikum, egal ob sie Kinder, Erwachsene oder ältere Leute sind
- Sie ist konsolidiert und erreicht viele Spenden.

Die Nachteile sind:

- Sie ist nicht international. Sie wird auch nicht in den Rest des spanischen Staates gesendet.
- Ihr Bevölkerungsradius erreicht nur das katalanische Territorium und ist viel niedriger als die anderen erwähnten Galas.

4.6 El torró de RAC1

Nicht nur das Fernsehen organisiert sozial solidarische Bewegungen, um Geld für Krankheiten zu sammeln. Im Fall von Katalonien zählt seit einigen Jahren auch das Radio dazu. RAC1, eine private Radiosendung, und zwar die meist gehörte Radiosendung in der autonomen Region Katalonien. RAC1 setzt zu Weihnachten in Zusammenarbeit mit der Firma Torróns Vicenç den solidarische Torró –das ist eine Art von Weißem Nougat mit Mandeln und anderen Zutaten, die man zu Weihnachten in Katalonien als Nachspeise isst- in Bewegung.⁴⁸

Diese Aktion folgt der Idee der Marató TV3 und nutzt die Weihnachtsfeste um Geld für kranke Kinder zu sammeln. Alle Spenden gehen an das Kinderkrankenhaus Hospital de Sant Joan de Déu in Barcelona. Damit fördert man die Untersuchung von seltsamen Kinderkrankheiten.

⁴⁸<https://www.rac1.cat>

DIGUES BON NADAL
AMB EL TORRÓ SOLIDARI

El torró solidari
En benefici de:
Sant Joan de Déu
HOSPITAL MATERNOINFANTIL - UNIVERSITAT DE BARCELONA

#torróRAC1
Entra a rac1.cat i a vicens.com per saber en quins punts de venda i supermercats trobar-lo.

En benefici de:
Sant Joan de Déu
HOSPITAL MATERNOINFANTIL
UNIVERSITAT DE BARCELONA

Hi col·labora:
Vicens
MAGNET

RAC1
rac1.cat

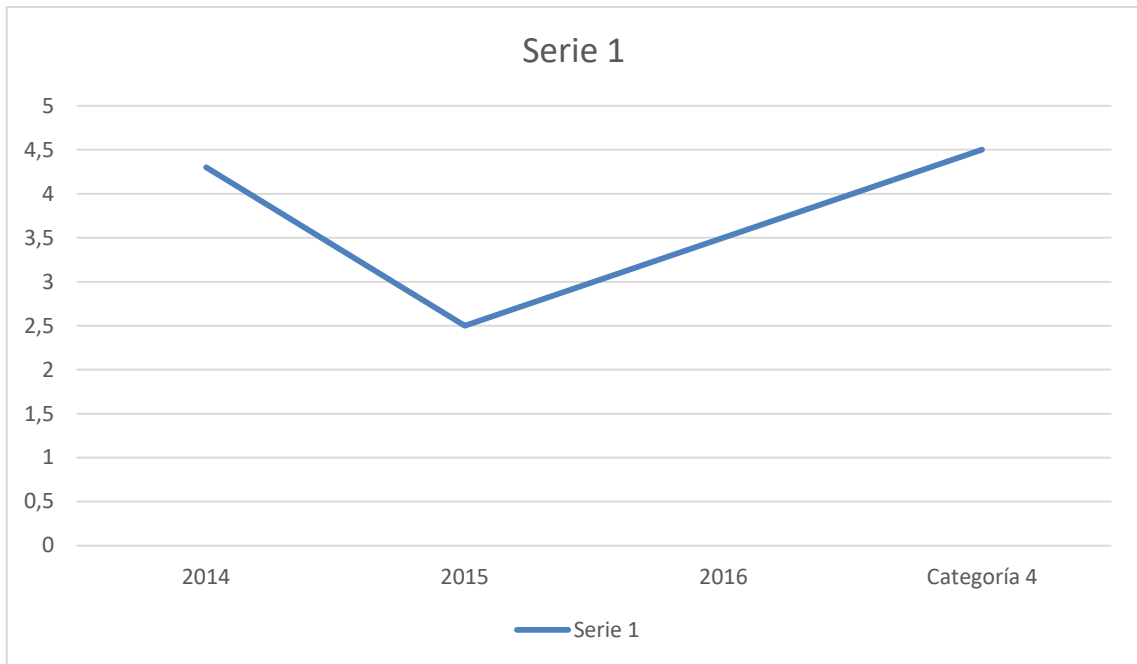
Abbildung 18: "Der Torró Solidari"⁴⁹ von RAC1⁵⁰

Dieser Torró wird mit von dem Zuhörer der Radiosendung RAC1 ausgewählten Zutaten gemacht. Die leckere Nachspeise kann man in zahlreichen Supermärkten in Katalonien kaufen. Es kostet 7,00€ und, wie schon erwähnt, wird der gesamte Betrag an das Krankenhaus Hospital de Barcelona geschickt.

Bis jetzt hat man damit das folgendes Geld gesammelt:

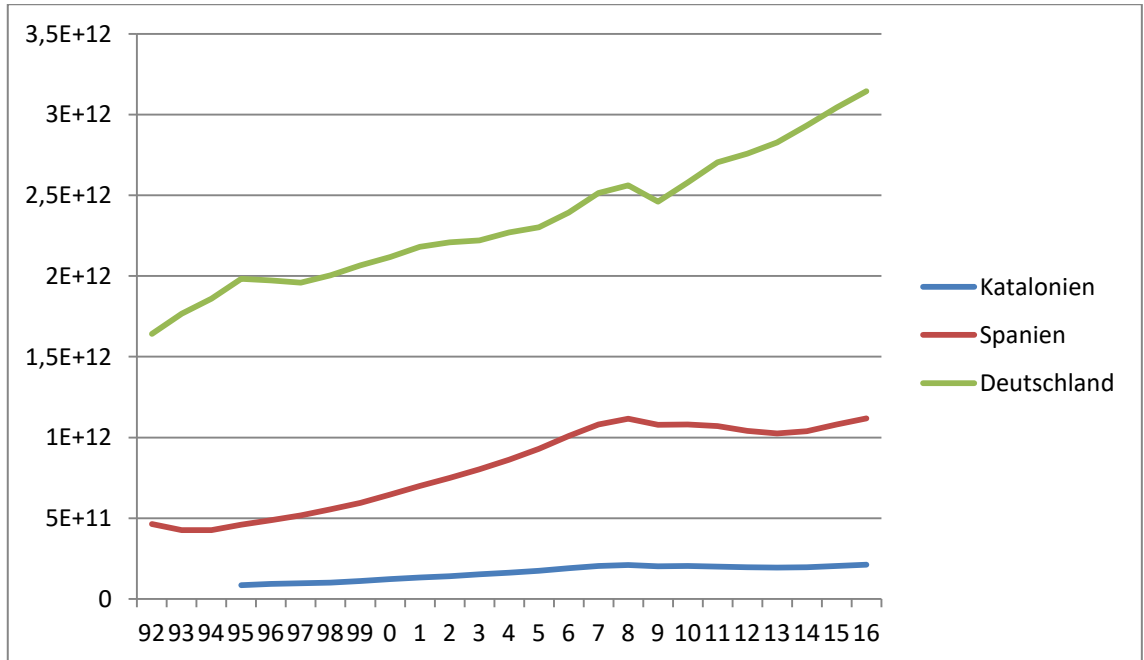
⁴⁹Harte oder weiche Nuss-, Mandel- oder Nugathonigtafeln als Weihnachtsspezialität.

⁵⁰<https://www.bing.com/images/search?view=detailV2&ccid=0csy6yl%2b&id=D01276C3D98E768E328A5BAAD6B70EDA5EF2F2C9&thid=OIP.0csy6yl-rj5urkkNYYGJNgFmCu&q=torro+solidari+rac1&simid=608055938102133780&selectedIndex=5&ajaxhist=0>



Grafik 15: "Entwicklung des Einnahmens von Torró Solidari de RAC1"⁵¹

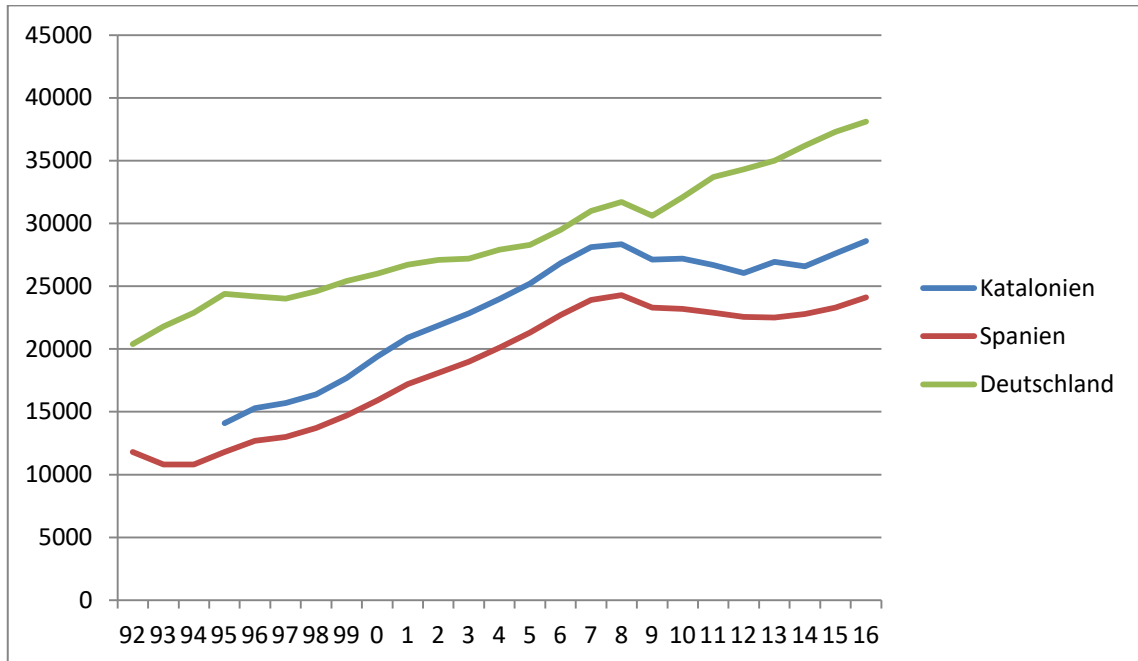
4.7 Vergleich der drei Länder



Grafik 16: "Vergleich des BIP von Katalonien, Spanien und Deutschland"⁵²

⁵¹Eigene Herstellung.

Grafik betrifft müssen wir berücksichtigen, dass Katalonien kein selbstständiges Land ist sondern nur eine autonome Region Spaniens. Daher ist das BIP Kataloniens ein Teil des BIP Spaniens. Wie wir sehen war das BIP Deutschlands in diesen zwei Jahren doppelt so hoch wie das spanische BIP und sehr weit über dem katalanischen BIP.

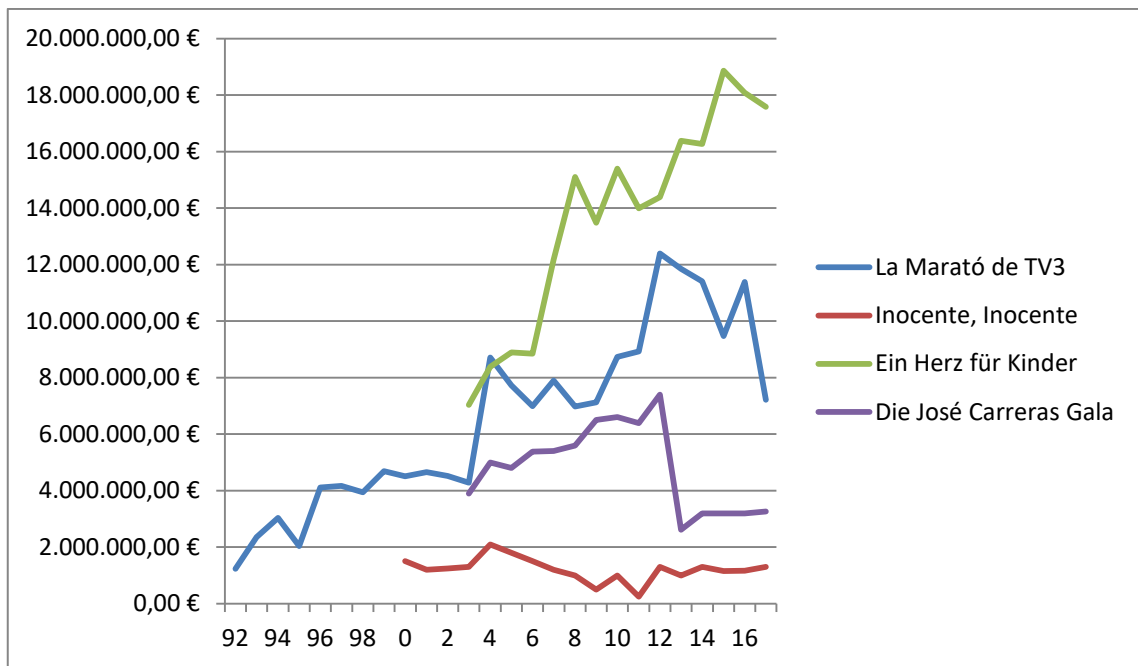


Grafik 17: "Vergleich des Bruttoinlandsprodukt per capita von Katalonien, Spanien und Deutschland"⁵³

Auf der Grafik mit dem BIP Pro Kopf sieht man, dass die Zahlen näher beieinander liegen. Diese und die Bevölkerungsgröße müssen wir beachten Um das Solidaritätsniveau der Länder zu bewerten.

⁵²<https://www.datosmacro.com/pib/>

⁵³<https://www.datosmacro.com/pib/>



Grafik 18: "Einnahmen der Schenkungen pro Jahr"⁵⁴

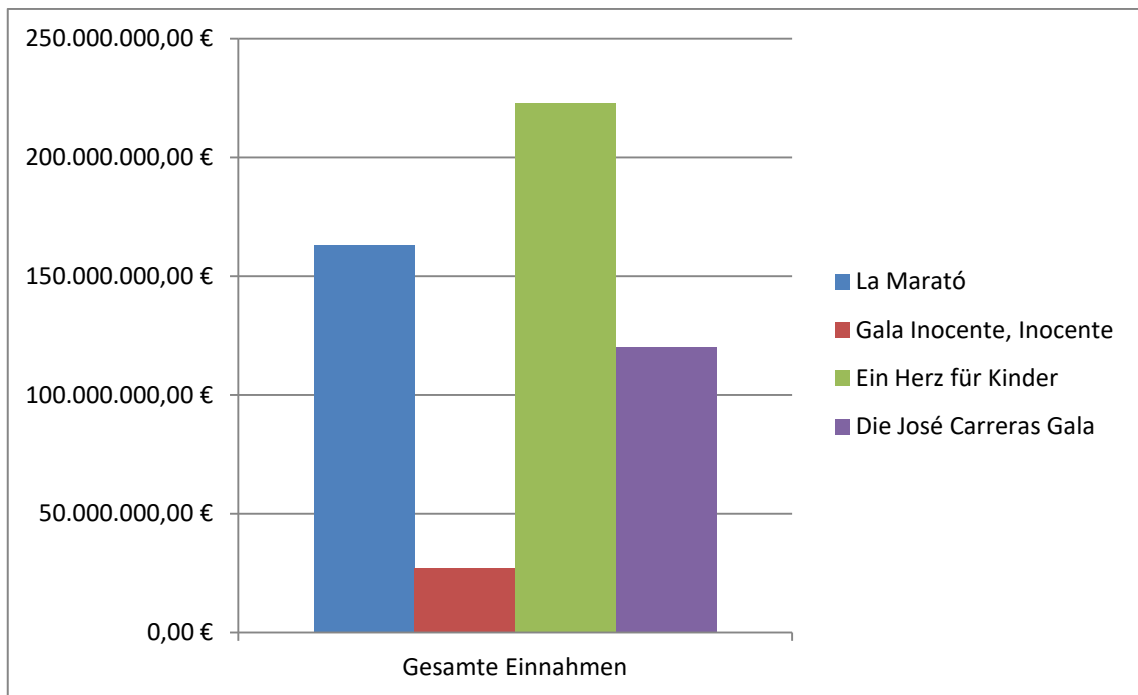
Diese Grafik zeigt, dass die Spendeneinnahmen von ein Herz für Kinder sehr hoch sind. Wahrscheinlich weil die Gala International bekannt ist und sich den Kindern widmet, was eine höhere Solidarität anregt. Das Wachstum, das man an dieser Grafik erkennen kann ist ein sehr gutes Zeichen.

Überraschenderweise erzielt La Marató de TV3 de Catalunya, obwohl sie sehr viel kleiner ist, viel höhere Spendensummen, als Inocente, Inocente und Die José Carreras Gala, die zudem jährlich steigen. Diesen Erfolg kann man darauf zurückführen, dass sie jedes Jahr eine andere Krankheit zum Thema macht und dieser viel Aufmerksamkeit widmet.

Inocente, Inocente andererseits widmet seine Spenden einer sehr konkreten und damit kleineren Gruppe. Genau wie ein Herz für Kinder, jedoch nicht so International.

Die José Carreras Gala, richtet sich an eine einzige Krankheit und ihre Zuwendungen bekommen nur Menschen, die die Krankheit direkt oder indirekt erlitten haben.

⁵⁴<https://www.datosmacro.com/pib/>



Grafik 19: "Steigerungsstufe der gesamten Einnahmen"⁵⁵

In der oben dargestellten Grafik beobachtet man, dass nicht alle Galas im selben Jahr anfangen. Man soll auch darauf aufmerksam machen, dass "Ein Herz für Kinder" im Jahr 2010 zweimal, wegen des tragischen Erdbebens in Haiti, stattfand.

Jede Gala hat ihre eigene Eigenschaft und das kann bei jeder einen große und verschiedene Spendeneinfluss herbeiführen, wie schon erwähnt wurde. Trotzdem sehe ich, dass es bei den 3 Spendengalas gewisse Übereinstimmungen gibt, beispielsweise finden die drei Galas immer in derselben Saison statt, die zwei letzten Wochen im Dezember, in der Weihnachtszeit (1. Dezember bis 6. Januar).

Außerdem finde ich es positiv, dass es bezüglich der Spenden bei den drei Galas entweder eine zunehmende Tendenz gab oder das sie wie in den vorherigen Jahren stabil geblieben sind. Das ist ja ein gutes Zeichen für die Zukunft, um in diese Richtung zu arbeiten, wenn man Geld für die Krankheiten sammeln will und auch, wenn man diese solidarische Taten fördern und gleichzeitig die Bevölkerung aufklären und sensibilisieren möchte.

⁵⁵<https://www.datosmacro.com/pib/>

Meiner Meinung nach muss man aber noch viel tun, um einen noch größeren sozialen Einfluss in der Gesellschaft zu bewirken. Und das nicht nur im Fernsehen, sondern auch im Radio, in Zeitungen und sozialen Netzwerken. Die Massenmedien sollen Handlungen wie diese fördern, um die Gesellschaft bewusster zu machen und um gegen diese Krankheiten zu kämpfen.

5 Abschluss

Wie man in dieser Arbeit sehen konnte, waren die Medien bis jetzt ein Mittel um grundlegend zu informieren, und werden es auch in Zukunft immer mehr sein. Daher ist es so wichtig darauf zu achten, wie die Weitergabe des Wissens abläuft.

Für das Gesundheitswesen können die Massenmedien ein wichtiges Werkzeug sein, um aufzuklären und zu informieren, vorausgesetzt die Informationen werden gründlich geprüft. Und zwar nicht nur von Seiten des Senders sondern auch vom Konsumenten. Als Zuschauer muss der Bürger die Nachrichten auswerten. Er muss unterscheiden können, welchen Quellen man vertrauen kann und nicht nur die Überschriften lesen, die normalerweise übertreiben, um Aufmerksamkeit zu erregen, Meinungen nicht für wissenschaftliche Beweise halten, usw.

Die Medien sind verpflichtet die ganze Gesellschaft genau, wahrheitsgetreu und verständlich zu informieren, doch der Zuschauer muss auch seinen eigenen Verstand benutzen, um alle Informationen zu interpretieren und auszuwerten, die uns durch die Medien erreichen.

Natürlich müssen die Sender journalistische Kriterien erfüllen, beispielsweise Aktualität, allgemeines Interesse... doch sollten sie die Nachrichten für alle verständlich vermitteln, gerade im Gesundheitsbereich. Diese Themen sind von großem Interesse für die Gesellschaft, jedoch sind nicht alle Zuschauer Experten auf diesem Gebiet. Daher muss ein Mittelweg zwischen technisch-wissenschaftlicher und pädagogischer Sprache gefunden werden, um die Nachricht für alle verständlich zu machen, ohne wichtige Informationen auszulassen.

Themen wie Gesundheit Krankheiten, die alle Bürger betreffen müssen sehr sensibel behandelt werden, um niemanden zu verletzen und zu Stigmatisieren. Die Mitteilung einiger Nachrichten muss wohl überlegt geschehen, um keine Kontroverse auszulösen.

Andererseits sind Wohltätigkeitsveranstaltungen ein Vorbild, nicht nur um Spenden für gute Zwecke einzunehmen, sondern auch um zu informieren und aufzuklären. Seit Jahren sind sie ein Mittel der Solidarität und bringen dank ihres großen Erfolges, Themen wie Prävention, gesunde Lebensweisen, seltene Krankheiten, schädliche Gewohnheiten,... in die Öffentlichkeit.

Es ist zu beobachten, dass der jährliche Erfolg der Wohltätigkeitsveranstaltungen kein Einzelfall in einem Land bleibt, sondern immer internationaler ist. Ihre Vorgehensweise

ist ein gutes Beispiel für die Verwendung der Medien um die Gesellschaft über Gesundheit zu bilden.

Die gelungene Verbindung zwischen Fernsehen und Gesundheit sollte als Vorbild für die Thematisierung der Gesundheit in den anderen Medien dienen.

Es ist zu erkennen, dass man mit einem akkuraten Umgang mit den Medien wichtige Ziele erreichen kann, um die Gesundheit der Gesellschaft zu verbessern. Zum Beispiel indem man sie zu guten Gewohnheiten erzieht, über Risiken und Prävention informiert, die Forschung finanziell unterstützt und die Ausstattung der Krankenhäuser verbessert.

Natürlich gibt es noch viel zu tun, um die Zusammenarbeit Medien und Gesundheit zu verbessern, doch meiner Meinung nach sollte man dem Weg folgen, den die Wohltätigkeitsveranstaltungen vorgeben.

Die Medien sind eine stützende Säule der aktuellen Gesellschaft sowie auch der Gesundheit. Gut funktionierende Medien können dabei helfen eine gute Gesundheit zu gewährleisten.

Literaturverzeichnis

COBRA Marcos: Marketing de servicios: estrategias para turismo, finanzas, salud y comunicación. McGraw-Hill 2000.

GIL REBOLLO Ana María: Breve historia de la radio. 2011. URL: <https://anagilrebollo.wordpress.com/2011/03/07/breve-historia-de-la-radio-2/>

HÜBNER Edwin: Medien und Gesundheit: Was Kinder brauchen und wovor man sie schützen muss. Mayer 2006.

HÜBNER Edwin: Der gespaltene Mensch: Medien und Gesundheit (Beiträge zur Gegenwart). Heidelberg 2005.

KOBLISCHKE Heinz: Abkürzungslexikon internationaler Organisationen und Institutionen. Leipzig 1987.

MARCHENA MORÓN Juan Agustín: La educación para la salud en el ámbito comunitario. Sevilla 1995.

MENDOZA Iván: Historia de los medios de comunicación. 2013. URL: <http://www.uteledu.mx/blog/10-consejos-para/historia-de-los-medios-de-comunicacion/>

MORENO FERIA Antonio. Artículo publicado en: La educación para la salud en el ámbito comunitario. Sevilla 1995.

MOSCOSO Gabriela: Determinantes de la salud según el modelo Lalonde. 2014. URL: <https://prezi.com/f9hcfwir2wf/determinantes-de-la-salud-segun-modelo-lalonde/>

OLIVERI Nora, SOSA-IUDICISA Marcelo, GAMBOA Carlos: Internet, telemática y salud. Madrid 1997.

PUYAL Alonso: Teoría de la comunicación audiovisual. Fragua 2006.

RENAUD Lise: Les médias et la santé: de l'émergence à l'appropriation des normes sociales. Québec 2010. URL: http://doc.hubsante.org/doc_num.php?explnum_id=9440

VERA GONZÁLEZ Emanuel: Breve historia de la TV. 2008. URL: <https://uscinfotv.wordpress.com/2008/04/26/breve-historia-de-la-tv/>

<http://www.ccma.cat/tv3/marato/>

<http://www.ccma.cat/tv3/marato/l libre/2017/1110/>

<http://www.ccma.cat/tv3/marato/totes-maratons/mira-el-que-has-fet-possible/recaptacions/>

<http://www.inocente.com/datos-economicos/>

http://www.josecarrerasgala.de/wp-content/uploads/2017/12/2017_12_14-JCG-Bilanz-Final.pdf

https://de.wikipedia.org/wiki/Deutsche_Jos%C3%A9_Carreras_Leuk%C3%A4mie-Stiftung

https://de.wikipedia.org/wiki/Ein_Herz_f%C3%BCr_Kinder

https://es.wikipedia.org/wiki/Gala_Inocente,_Inocente

<https://www.datosmacro.com/paises/alemana>

<https://www.datosmacro.com/paises/espana>

<https://www.datosmacro.com/pib>

<https://www.datosmacro.com/pib/espana-comunidades-autonomas/cataluna>

<https://www.ein-herz-fuer-kinder.de/ueber-uns-team>

<https://www.rac1.cat>

<https://www.saberespractico.com/demografia/poblacion-de-los-paises-de-europa-actualizado/>

www.inocente.com/20-años/

Eigenständigkeitserklärung

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und nur unter Verwendung der angegebenen Literatur und Hilfsmittel angefertigt habe. Stellen, die wörtlich oder sinngemäß aus Quellen entnommen wurden, sind als solche kenntlich gemacht. Diese Arbeit wurde in gleicher oder ähnlicher Form noch keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt.

Olesa de Montserrat, 05/01/2018

Pau Figueras Bartés

Ort, Datum

Vorname Nachname