

Markus, Björn - 2204761

# **Die mediale Konstruktion von Wirklichkeit**

Seminar: „Sprache, Kommunikation, Medien“

Leiter: PD Dr. Thomas Zoglauer

Semester: Sommer 2003

1.1) Aufgabenstellung	3
1.2) Vorüberlegungen	3
2.1.) Beispiel: Film	4
2.2.) Beispiel: Live-Aufnahme	4
2.3.) Beispiel: Radio	5
3.1) Massenmedien konstruieren unsere Wirklichkeit	7
3.2) Massenmedien konstruieren nicht unsere Wirklichkeit	7
3.3) Fazit (Standpunkt)	8
4.1) Quellenverzeichnis	9
4.2) Literaturverzeichnis	9
5.) Eigenständigkeitserklärung	10

### 1.1) Aufgabenstellung:

„Wirklichkeit ist in einer von Massenmedien geprägten Gesellschaft also zunehmend das, was wir über Mediengebrauch als Wirklichkeit konstruieren, dann daran glauben und entsprechend handeln und kommunizieren.“

Setzen Sie sich (kritisch) mit diesem Zitat des Medienwissenschaftlers S.J. Schmidt<sup>1</sup> auseinander und beschreiben Sie anhand von Beispielen, wie Wirklichkeit von Medien vermittelt bzw. konstruiert wird.

### 1.2) Vorüberlegungen

Medien und Kommunikation sind für unsere Gesellschaft unverzichtbar. Sie prägen politische, wirtschaftliche und soziale Prozesse, und immer zunehmender auch unseren Alltag. In dieser Seminararbeit versuche ich anhand von Beispielen zu zeigen, dass eine „objektive“ Berichterstattung bzw. Falldarstellung nicht möglich ist. Außerdem versuche ich zu zeigen, dass unser Handeln und die daraus resultierende Wirklichkeit, maßgeblich, ob bewusst oder unbewusst, durch die Medien beeinflusst werden/wird.

Zu aller erst muss auch geklärt werden, was überhaupt unter den Begriff Medien fällt und auf welche (Begriffe) ich mich hier, in Anbetracht des Umfangs, beschränken werde. Unter den Begriff Medien (Medium) fällt jeder Gegenstand – vom Fernseher, über das Radio, zur Zeitung, selbst der Mensch als solches gehört zu den Medien. Ein Auto, ein Fahrrad oder ein Ventilator sind Medien. Man erkennt nun, dass der bloße Begriff „Medien“ eine zu großen Einteilung entspricht. In der Aufgabenstellung taucht der Begriff „Massenmedien“ auf. Bei Massenmedien unterscheidet man in die zwei folgenden großen Gruppen: Printmedien, dazu gehören Zeitung, Magazine, Bücher etc., und in die audiovisuellen Medien. Zu letzteren gehören das Radio, als reines Audiomedium, sowie Film und Fernsehen, als die eigentlichen audiovisuellen Medien.

In dieser Seminararbeit werde ich mich bei den Beispielen allein auf die audiovisuellen Massenmedien beschränken.

---

<sup>1</sup> Dr. Siegfried J. Schmidt ist Professor für Germanistik/Allgemeine Literaturwissenschaft an der Universität GH Siegen und Direktor des LUMIS-Instituts.

## 2.1) Beispiel: Film

Der Film, auch Spielfilm genannt, hat seit den sechziger und siebziger Jahren des 20. Jh.<sup>2</sup> immer mehr an Bedeutung in der Fernseh- und vorzugsweise in der Kinolandschaft gewonnen. Filme konstruieren anhand ihrer Handlung, ihrer Schauspieler und ihrer Auswahl eines gewissen Bildes der Wirklichkeit eine mediale Wirklichkeit. Dieses Bild, selbst wenn es eine 100%ige Abbildung der Realität sein soll, kann nie wirklich die Wirklichkeit abbilden. Es ist immer konstruiert, da i.A.<sup>3</sup> in Filmen nichts dem Zufall überlassen wird. Filme sind inszeniert, ob durch die Auswahl der Kostüme, der Schauspieler, des Drehortes oder einfach nur des Tages<sup>4</sup>, an dem gedreht werden soll. Der Regisseur (i.A.) bestimmt, wie der Film später aussehen soll und richtet sich dabei auch an gewisse Vorstellungen seinerseits, damit auf der einen Seite sein Film ein Erfolg wird und weil er zum anderen schon durch andere Filme dies als „Wirklichkeit“ aufgenommen hat. Zur Veranschaulichung des Beispiels: in Filmen sind i.A. die weiblichen Darstellerinnen immer schlank, groß, blond und mit großer Oberweite. Das Kinopublikum will solche Frauen lieber sehen, als die kleine Dicke, die zu Hause am Herd steht. Und warum? Weil das Schönheitsideal, das durch die audiovisuellen Massenmedien verbreitet wird, dies so vorgibt.

Filme konstruieren sich ihren Teil von Wirklichkeit und geben diese Wirklichkeit an die Zuschauer weiter, welche wiederum diese konstruierte Wirklichkeit als real, als Wirklichkeit aufnehmen.

## 2.2) Beispiel: Live-Aufnahme (Fernsehen)

In diesem Beispiel möchte ich die sogenannte Live-Aufnahme im Fernsehen betrachten und ihren Beitrag zur Konstruktion einer (verfremdeten) Wirklichkeit.

Die Live-Aufnahme ist durch nicht ganz so durchgeplante Abläufe für die Aufnahme gekennzeichnet, was aber nicht heißt, dass sie nicht da sind. Die Wahl der Darsteller, des Outfits, des Ortes etc. sind zwar nicht zu 100% geplant und gewollt wie in einem Film, jedoch werden diese Faktoren durch die bereits aufgenommenen Vorstellungen durch die Massenmedien beeinflusst. Ein weiteres Beispiel: wir nehmen an, in einer Quizshow sucht der modisch elegant gekleidete Moderator eine Kandidatin aus dem Publikum aus. Dieses besteht nur aus 2 Frauen und 38 Männern<sup>5</sup>. In der ersten Reihe sitzt eine kleine, dicke Frau voll im Bild der Kamera, die aufs Publikum geschwenkt hat. Zwei Reihen dahinter sitzt eine mittelgroße, schlanke, junge Blondine mit guter Oberweite die aber von der Kamerasicht aus nicht zu sehen ist, da die korpulentere Frau in der ersten Reihe sie verdeckt, obwohl der Moderator sie aber gut von seiner Position aus sehen kann. Nun wie wird er sich entscheiden? Er nimmt natürlich die junge Blondine, die mehrere Herren bitten muss aufzustehen, um auf die Bühne zu kommen, da sie ja aus der dritten Reihe vor zur Bühne muss. Die korpulentere Frau aus der ersten Reihe hätte, sofern sie gewählt worden wäre, nur aufstehen müssen.

---

<sup>2</sup> Jh. = Jahrhundert

<sup>3</sup> i.A. = im Allgemeinen

<sup>4</sup> und des Wetters an diesem Tag – sonnig wirkt heiter – regnerisch eher traurig – bedeckt, stürmisch eher düster

<sup>5</sup> wobei hier die Anzahl der Männer nicht relevant ist

Dieses Beispiel soll deutlich machen, dass wir durch die Medien, ob Printmedien oder audiovisuelle Medien, ein gewisses Schönheitsideal zum einen vorgesetzt bekommen, und uns zum anderen auch danach richten und handeln. Man lässt sich bewusst manipulieren, auch in Bezug auf Werbung.

Bei der Live-Aufnahme gibt es noch andere nicht zu vernachlässigende Punkte. So ist man bemüht, die Kameraansicht immer mit der perfekten Sicht zu wechseln. Also wenn Kamera A das Ereignis nicht mehr gut im Bild hat, erfolgt ein Wechsel auf Kamera B, C oder D. bzw. die Kamera als solches wechselt ihre Position. Sie fährt 5m vor, 2m nach links, oder zoomt mit ihrem Objektiv näher heran. Aber insgesamt sieht man immer nur einen Ausschnitt. Es ist richtig zu sagen, der Mensch würde mit seinen Augen auch immer nur einen Ausschnitt der Welt (der Wirklichkeit) sehen, aber das Objektiv einer Kamera (ob im Film oder im Fernsehen) stellt weniger an Spektrum dar als das Auge des Menschen. Der Mensch sieht mit seinen Augen auch nur einen Ausschnitt, er sieht aber mehr als die Kamera.

### 2.3) Beispiel: Radio

Das Radio ist das Massenmedium, das den Menschen nicht visuell, sondern nur über das Gehör anspricht. Die Beiträge, Infosendungen etc. hört man nur, genauer: man hört nur eine möglichst objektive<sup>6</sup> Ansicht eines anderen über einen Sachverhalt. Man hat hier nicht die visuellen Effekte wie z.B. beim Fernsehen, die das Gesagte mit Bildern glaubhaft unterstützen und erweitern bzw. das Gesagte durch Manipulation von Bildern bzw. Fotomontagen zum genannten Sachverhalt untermauern. Im Radio kann man die Glaubwürdigkeit bzw. die Objektivität eines Berichts nur daran einstufen, indem man dem berichtenden Nachrichtensprecher traut oder nicht. Diese Erfahrung ist aber von Mensch zu Mensch unterschiedlich und sehr subjektiv.

Das Radio ist nicht mehr das Mittel zur Konstruktion einer künstlichen Medienwelt. Bevor das Fernsehen als Massenmedium verbreitet war<sup>7</sup>, war das Radio das Mittel schlechthin um Menschen zu beeinflussen und zu kontrollieren. Die Nazis nutzten dies. Das Radio wurde für die Durchsetzung ihrer Politik zweckentfremdet. Über den Volksempfänger wurden vor und während des Krieges bewusst falsche Meldungen an das deutsche Volk verteilt, um den Glauben an einen Endsieg noch bis zum Schluss<sup>8</sup> aufrecht zu erhalten und das Volk glaubte daran. Hier wurde das Massenmedium Radio von Seiten des Staates eingesetzt, um eine falsche, eine konstruierte Wirklichkeit allen glaubend zu machen. Diese Aktionen der Täuschung wurden unterstützt- einerseits durch die deutschen Zeitungen, die ebenso andere Wahrheiten verbreiteten, andererseits wurde die Illusion vom Endsieg auch aufrecht erhalten, dadurch, dass es dem deutschen Volk verboten war, sich eine zweite Meinung einzuholen. Am einfachsten wäre es, BBC London zu hören, aber das Hören dieses Senders wurde als Hochverrat angesehen und so bestraft. Somit konnte man sich keine (halbwegs) objektive Meinung bilden.

Das Radio<sup>9</sup> hat aber einen entscheidenden Vorteil gegenüber dem Fernseher bzw. dem Film: man kann „aktiv“ teilnehmen. Ein weiteres Beispiel zur Verdeutlichung: Nehmen

---

<sup>6</sup> jedenfalls geht man davon aus

<sup>7</sup> also nach dem 2. Weltkrieg, in Deutschland in den fünfziger Jahren

<sup>8</sup> April/Mai 1945

<sup>9</sup> und die Printmedien haben/

wir an, wir lassen 100 Kinder das erste Mal in ihrem Leben das Märchen von Schneewittchen hören<sup>10</sup>. Am Ende haben wir 100 Kinder, die 100 verschiedene Vorstellungen haben, wie Schneewittchen aussieht. Zeigen wir weiteren 100 Kindern den Film, denken 100 Kinder dasselbe über das Aussehen von Schneewittchen. Was ich mit diesem Beispiel versucht habe zu verdeutlichen, ist, dass der Mensch durch den vermehrten Konsum von Fernseh- und Filmangeboten seine Kreativität verliert. Er verdummt und die Geschichte wiederholt sich.

---

<sup>10</sup> ob über das Radio oder aus einem Buch vorgelesen bzw. selbstgelesen, sei hier dahingestellt

### 3.1) Massenmedien konstruieren unsere Wirklichkeit

Zu diesem Standpunkt kommt man, wenn man sich folgende Fakten vor Augen hält: so werden, z.B., alle Filme, die in Hollywood gedreht werden mit einem „Happy End“ ausgestattet. Dies ist nicht etwa Zufall, sondern ein Gesetz, das besagt: „Das in allen ‚Hollywood‘-Filmen am Ende des Films, entweder das ‚Gute‘ zu gewinnen/siegen hat oder der ‚Böse‘ zum ‚Guten‘ wird.“

Es wird eine schwarz/weiß Zeichnung der Welt vermittelt, als ob es nur das abgründig ‚Böse‘ oder das göttlich-gleiche ‚Gute‘ gibt. Der „schöne Schein“ wird hier besonders in den Mittelpunkt des Geschehens gestellt.

Ebenso vermitteln die Massenmedien eine Art Vorgabe von Idealen. Im 19.Jh. gab die ältere Generation ihre Ideale und Wertvorstellungen an die jüngere Generation durch persönliches Erleben und Erzählen weiter. Heute setzen junge Eltern ihre Kinder vor den Fernseher und wundern sich wie sich die Kinder verhalten: Dass sie fünf Nummern zu große Hosen anhaben, mit 12 Jahren rauchen und auf Musik stehen, die sie nicht verstehen<sup>11</sup>. Die Jugend bekommt u.a. durch Sender wie VIVA, VIVA+, MTV etc. vorgesetzt bzw. vermittelt, dass sie, die Jugend, nur dann „cool“ und „hip“ ist, wenn sie bestimmte (Marken-)Klamotten und/oder bestimmte (Marken-)Waren kauft.

Zwei aktuelle Beispiele zu dem Thema: Die eben genannten Musiksender weigern sich, das Musikvideo von DJ Ötzi zu spielen, mit der Begründung „es entspreche nicht unserem Stil“. Komisch nur, dass Bands und sogenannte Künstler wie die No Angels, Janette Biedermann oder Alexander Klaws nebst Daniel Kübelböck bei diesen Sendern quasi im Dauerreplay jede Stunde mind. einmal gespielt werden.

Als zweites Beispiel möchte ich den Musiktitel „Hip Teens don’t wear blue jeans“ anführen. Hier wird der Jugend direkt befohlen (suggestiert): wenn du ein „hipper“ Jugendlicher sein willst, trage keine blauen Jeanshosen. Wenn die Jugendlichen nicht in der Schule gelernt haben mit solchen suggestiven Aufforderungen, ob in Film, Musik oder in der Werbung, umzugehen, werden sie sich daran halten.

### 3.2) Massenmedien konstruieren nicht unsere Wirklichkeit

Zu diesem Punkt gibt es eigentlich nur eines zu sagen: jeder ist selbst für seine Wirklichkeit verantwortlich, jeder konstruiert sich seine eigene kleine Welt bzw. lässt sich seine Anschauung der Welt vermitteln, so wie es jedem selbst passt. Der Mensch ist ein Individuum, er hat selbst die Fähigkeit, eigene Entscheidungen zu fällen. Natürlich kann man sich durch die Massenmedien berieseln lassen und alles glauben was z.B. in der Blöd<sup>12</sup> steht. Oder man denkt darüber nach, und beginnt sich mit den Sachverhalten auseinander zusetzen. Auf diese Weise kann man sich seine eigene und die wohl am objektivste Meinung über einen Sachverhalt bilden.<sup>13</sup>

---

<sup>11</sup> nicht verstehen können, da meistens in anderen Sprachen gesungen wird, die i.A. ein 12jähriger nicht versteht

<sup>12</sup> Blöd = Bild Zeitung

<sup>13</sup> Filmtip: „They live – Sie leben“ von John Carpenter

### 3.3) Fazit (Standpunkt)

Nachdem ich mich jetzt sowohl in den Seminarvorlesungen, als auch anhand meiner benutzten Literatur umfassend informiert habe, komme ich zu dem Schluss, dass Massenmedien in erster Linie zum Informieren da sein sollten. Man kann durch sie Informationen auf unterschiedlichstem Wege und aus unterschiedlichsten Versionen und Fassungen erhalten. In zweiter Linie sind sie meiner Meinung nach zur Unterhaltung geeignet- egal ob in Form von Fernseher oder Film zur Berieselung oder in Form eines PC und des Internets, um hier Unterhaltung auf einem anderen Niveau zu erhalten.

Jeder sollte sich selbst kontrollieren und nicht andere.



#### 4.1) Quellenverzeichnis

Quelle1: Klaus Merten / Siegfried J. Schmidt / Siegfried Weischenberg (Hrsg.): Die Wirklichkeit der Medien, Westdeutscher Verlag, Opladen 1994 (UB: 15.04 / M 575)

#### 4.2) Literaturverzeichnis

Klaus Merten / Siegfried J. Schmidt / Siegfried Weischenberg (Hrsg.): Die Wirklichkeit der Medien, Westdeutscher Verlag, Opladen 1994 (UB: 15.04 / M 575)

Siegfried J. Schmidt: Die Welt der Medien, Braunschweig – Wiesbaden: Vieweg 1996

Informationen zur politischen Bildung 260 – Massenmedien – 3.Quartal 1998 – Franzis' print & media Vertrieb

## 5.) Eigenständigkeitserklärung

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und ohne fremde Hilfe verfasst und keine anderen als die angegebenen Hilfsmittel verwendet habe. Insbesondere versichere ich alle wörtlichen und sinngemäßen Übernahmen aus anderen Werken als solche kenntlich gemacht zu haben.

Mahlow, den 28. August 2003

---

(Björn Markus)