

JUGEND MANIPULIERT DURCH MEDIEN!



Unfall an der Donau - Frau wurde tot in der Donau gefunden. Oder: Wie Worte wirken!

Am 18.4.2008 ist eine Frau mit ihrem Auto von der Donaubrücke ins Wasser gestürzt. Die Frau ist ertrunken, ihr einjähriger Sohn wurde von einem Passanten gerettet. Der Ehemann der Frau hat Selbstmord begangen, nachdem er von ihrem Tod erfuhr. Von Verwandten des Babys fehlt jede Spur. Tragischer „Brückensturz“ eines

Autos von der Donaubrücke. Am 18.4.2008 stürzte eine junge Mutter mit ihrem Baby in die Donau. Mit einer Geschwindigkeit von 85 km/h, durch den Regen ist ihr Auto ins Schleudern geraten. Ein weiterer Faktor des Unfalls war, dass sie vorher getrunken hatte. Zufälligerweise ging in dem Moment gerade ein Passant vorbei und beo-

bachtete den Unfall. Er riskierte sein Leben und sprang sofort hinterher, für die Mutter war es aber leider schon zu spät. Doch das Kleinkind konnte er gerade noch aus den Fluten retten. Als die Polizei den Vater des Babys ausfindig machen

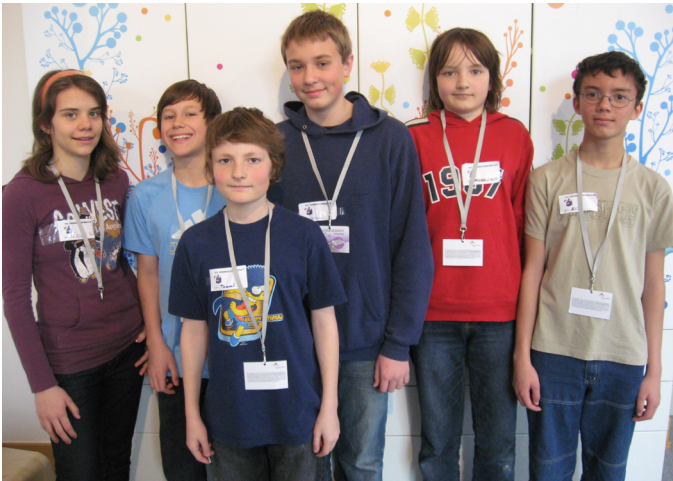
Fortsetzung
Seite 2



REPUBLIK ÖSTERREICH
Parlament

konnte und er die Nachricht von dem Tod seiner Ehefrau erfuhr, erhängte er sich aus Trauer mit einem Strick. Die Polizei fahndet nun nach Verwandten des einjährigen Lukas.

Langweilig-Spannend - wir haben den langweiligen Text mit Adjektiven spannender gemacht. In dem aufregenderen Text haben wir mehr Details preisgegeben, um die von uns ausgedachte Geschichte für die Leser interessanter zu gestalten. Wir wünschen viel Spaß beim Lesen!



Valentin (13), Stefan (12), Florian (12), Damon (12), Louisa (12), Alexander (13)

FREE TIBET!!!

Das Drama in Tibet geht weiter. Was wird weiter passieren?

Schon seit Wochen gehen chinesische Soldaten mit heftiger Brutalität gegen die wehrlose tibetische Bevölkerung vor. Auch die harmlosen tibetischen Mönche wurden bei Demonstrationen brutal von der Straße gejagt. Nun kam es zu Hilferufen der tibetischen Bevölkerung an die europäischen und US-amerikanischen Staaten. Auch der Dalai Lama äußerte sich zu den Protestkundgebungen. Beim olympischen Fackellauf in Paris (FR) kam es zu heftigen Ausschreitungen. Bis heute hat sich die Lage nicht verbessert. Im Gegenteil: Es kam erneut zu De-



Nicole (13), Sophie (12), Theresa (13), Ivo (13), Benjamin (13), Robin (13) (v.l.n.r.)



Straßenkämpfe in Tibet

monstrationen. Der Dalai Lama drohte schon mit seinem Rücktritt. Momentan weiß niemand, was weiter passieren wird. Wird es Tibet schaffen sich von China abzuspalten? Oder wird Tibet auf ewig unterdrückt bleiben?

Olympischer Friede ist wieder eingekehrt



Friedensverhandlungen sind im vollen Gange

Die Lage in Tibet hat sich deutlich verbessert. Die Menschen prügeln sich nicht mehr, sondern gehen friedlich miteinander um. Mittlerweile ist man um eine Lösung des Konflikts bemüht. Zahlreiche Verhandlungen und Diskussionen mit chinesischen Soldaten halfen, Tibet aus der Krise. Scheinbar sind die olympischen Spiele gerettet. Der Fackellauf im Nahen Osten verlief reibungslos. China hat bewiesen, dass die Konflikte auch ohne Einschreiten des Militärs zu lösen sind. Schön, dass sich eine Weltmacht so erholen kann. Hoffen wir: dass auch die olympischen Spiele gewaltlos verlaufen werden.

Anhand dieses Beitrags soll gezeigt werden, wie Bilder den Inhalt von Nachrichten beeinflussen können.

MANIPULATION IST UNTER UNS!

Manipulation kommt überall vor, im Job, im Fernsehen, und überall in der Öffentlichkeit!

Manipulation kann bei Dingen, Daten und Menschen vorkommen. Bei der Manipulation von Menschen versucht man sie zu überreden und zu überzeugen. Menschen die Angst oder mangelndes Selbstvertrauen haben, sind leichter zu manipulieren. Manipulation dient in erster Linie dazu, Menschen in ihrem Verhalten zu beeinflussen. Die manipulierten Menschen handeln fremdbestimmt und nicht aus eigener Überzeugung.

Manipulation kommt auch im alltäglichen Leben vor. Zum Beispiel in den Bereichen Propaganda, Vertrieb und Werbung. In der Werbung ist oft zwischen Manipulation und Betrug kein großer Unterschied.

In der Werbung versucht man vorallem Men-

schen dazu zu bringen ein Produkt zu kaufen. Oft werden wichtige, negative Informationen im Kleingedruckten nicht gut sichtbar festgehalten.



Von Gloria (13), Iris (13), David (12), Moritz (12), Alexander (13)

Diese Bildergeschichte versucht dem Käufer zu vermitteln, dass er glücklicher wird, wenn er das Produkt kauft. Das Produkt ist aber nicht unbedingt wirksam. Sollte es aber tatsächlich eine Wirkung geben, ist diese nur Einbildung und hat nichts mit den Inhaltsstoffen zu tun.



DAS GEHEIMNIS DES BLUEY

Die guten und schlechten Seiten unseres großen, blauen Monsters.

Bluey ist ein blaues, kuscheliges, zutrauliches Wesen. Er lacht gerne mit seinen Freunden und verbringt viel Zeit mit ihnen.

Bluey ist hilfsbereit und hat immer ein freundliches Lächeln aufgesetzt. Am liebsten isst er Blaubeeren.

Viele Leute fällen Vorurteile, weil er so groß und haarig ist und haben Angst vor ihm. In Wirklichkeit ist er ein liebes und kuscheliges Monster. Er kommt zu jedem, der ihn braucht und hilft ihnen.

Jedoch gibt es auch negative Seiten: Bei Vollmond wird er zu einem brutalen, blutrünstigen Monster. Er bricht in Kaufhäuser ein und

transportieren, da er immer kühl gehalten werden muss. Unter dem Licht des Vollmondes wirkt er gespenstisch und erschreckt alle Leute, so dass sie vor Angst wegrennen. Jedoch sobald der Vollmond untergeht, wird er wieder zu einem netten, kuscheligen Monster. So kann man Bluey positiv und negativ beschreiben.



Matthias (13), Alexander B. (13), Davit (13), Debo (13), Sophie (13)

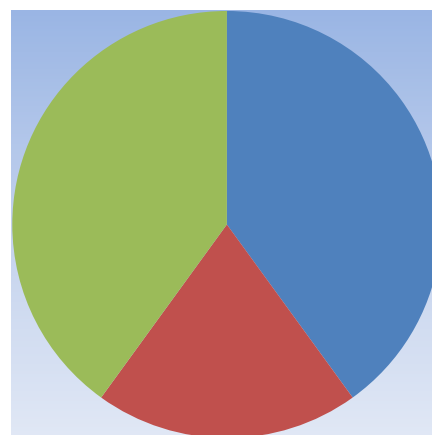


Unsere Bluey an einem schönen Tag.

stiehlt alle blauen Lebensmittel.

Außerdem misshandelt er kleine Kinder (er klaut ihnen die Lollies), lässt sie für ihn Banken ausrauben und für ihn Eiswürfel in seine Woh-

UMFRAGE ZUM ZEITUNGLESEN



■ ja
■ nein
■ manchmal

Wir haben unsere Klassenkameraden befragt, ob sie Zeitung lesen. Der geringste Prozentsatz liest keine Zeitung. Zu gleichen Teilen wurde angegeben, die Zeitung täglich bzw. manchmal durchzulesen. So benutzen 20 Personen von 25 dieses Medium zumindest gelegentlich.

SCHLAGZEILE - DIE ZEILE, DIE INS AUGE SCHLÄGT

Wie erweckt man mit Schlagzeilen das Interesse der Leser?

Das Ziel von Schlagzeilen ist, das Interesse der Leser auf den ersten Blick zu erwecken. Wir wollen der Frage nachgehen, wie die Medien das anstellen. Es gibt zwei Arten von Schlagzeilen, die dramatische und die realistische Art. Die dramatische Schlagzeile will die Gefühle der Leser ansprechen, während die realistische nur Fakten liefert. Schlagzeilen sollten kurz geschrieben sein und nicht zu viel Information preisgeben, aber trotzdem mit einem Satz den ganzen Text beschreiben. Oft sitzen Journalisten länger am Verfassen der Schlagzeile, als am Artikel selbst. Nur wenn die Überschrift eines Textes neugierig macht, lässt sich eine Zeitung gut verkaufen. Ein Beispiel sind zwei Artikel zum gleichen Thema aus zwei verschiedenen Zeitungen. Bei dem einen Artikel von der Tageszeitung Österreich ist die Schlagzeile „ÖBB: Huber geht“, während beim Kurier die Überschrift „Verschub-Chaos im ÖBB-Vorstand“ lautet. Bei diesem Beispiel merkt man, wie man ein Thema verschieden auffassen, bzw. dramatischer gestalten kann. Versuchen Sie einmal, sich eine Schlagzeile für ein Thema auszudenken.

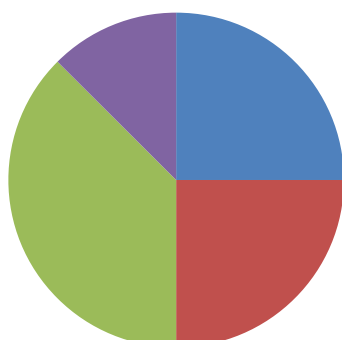


Flo (12), Maksim (13), Lio (13), Tobi (12), Raffael (14) und Valli (13)



Gezeichnet von Lio und Valli

Welche Medien benützt du?

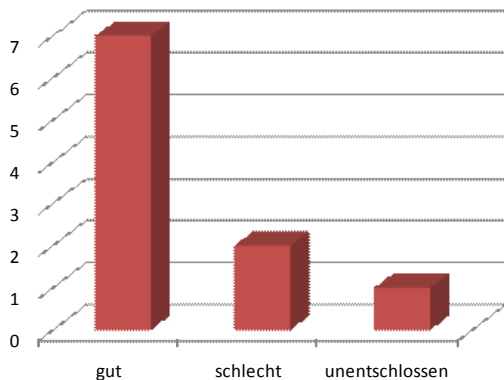


■ Fernseher
■ PC
■ Zeitung
■ Bücher



Die meisten Kinder bzw. Erwachsenen bekommen ihre Information aus der Zeitung bzw. aus dem Internet. Am begehrtesten sind jedoch die Zeitung und die Nachrichten im Fernsehen. Am wenigsten werden Bücher verwendet, da sie oft nicht am aktuellsten Stand sind.

WIE FINDEN SIE WÄHLEN AB 16?



Auf die Frage, was sie zum Thema „Wählen ab 16“ fänden, antwortete die Mehrheit damit, dass dies eine gute Idee sei. Erstaunlicherweise waren nur sehr wenige der Meinung, dass „wählen ab 16“ eine gute politische Veränderung darstelle. Die wenigsten waren unentschieden.



IMPRESSUM

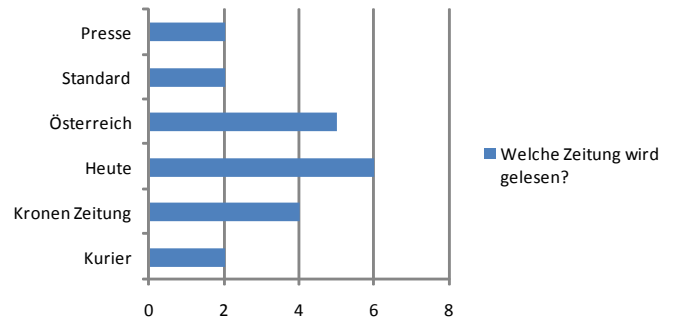
Eigentümer, Herausgeber,
Verleger, Hersteller:
Parlamentsdirektion
Grundlegende Blattrichtung:
Erziehung zum
Demokratiebewußtsein.



REPUBLIK ÖSTERREICH
Parlament

3A/ BG9 Wasagasse/ Wasagasse 10/ 1090 Wien
Altenhuber Louisa, Bammer Lioba, Brunner Alexander,
Burda Gloria, Call Florian, Czernin Alexander,
Demschik Valentin, Einzinger Robin, Findeis Valerie,
Flatscher David, Gil Hawranek Matthias, Holper
Stefan, Kusrini Alexander, Leonowicz Nicole,
Maksimovic Maksim, Mayer Tobias, Neugebauer
Theresa, Pfleger Deborah, Pollak Ivo, Puffler Damon,
Riss Florian, Schachner Iris, Schahnasaryan Davit,
Schlapansky Moritz, Schuchbaur Sophie, Steinwender
Benjamin, Swoboda Raffael, Thomas Sophie

Welche Zeitung wird gelesen?



Wir machten eine Umfrage, welche Zeitung am meisten gelesen wird. Es kam heraus, dass „Heute“ am häufigsten gelesen wird. An zweiter Stelle lag „Österreich“ mit 5 Lesern. An dritter Stelle lag die „Kronen Zeitung“. Am wenigsten gelesen wurden „Presse“, „Standard“ und „Kurier“.

Die Umfrage bewies, dass die meisten Leute Klatschzeitungen aus den U-Bahnen und Straßenbahnen lesen. Am wenigsten beliebt sind die sachlichen Zeitungen, die Geld kosten.

