

DEMOKRATIE WERKSTATT AKTUELL

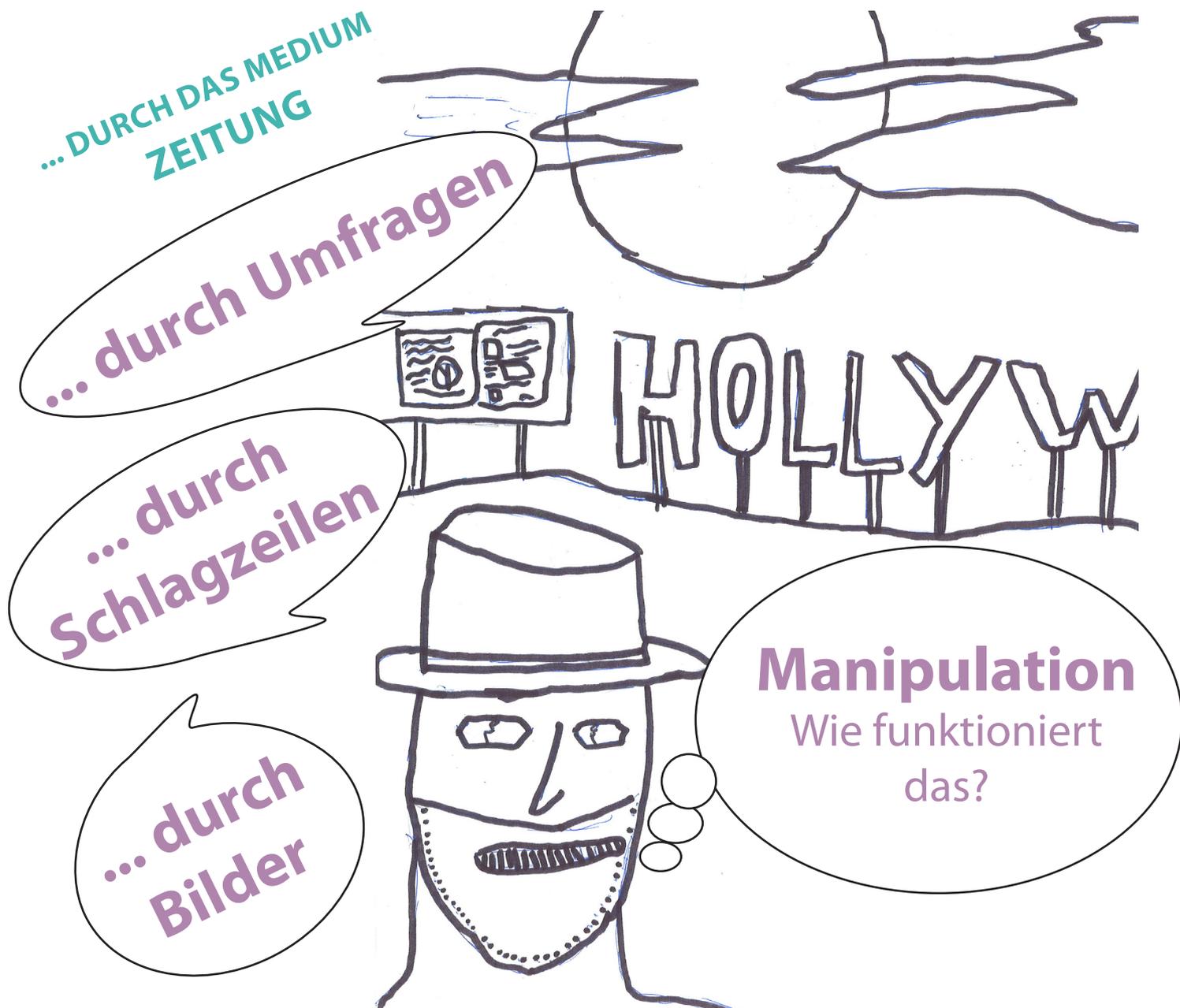


Mitmachen • Mitbestimmen • Mitgestalten!

Nr. 601

Dienstag, 29. November 2011

MANIPULATION - ABER WODURCH?



Manipulation in den Medien, gezeichnet von Manuel.



Ibrahim (14)

Wir, die 4B der NMS 8 Wels, besuchten am 29. 11. 2011 im Rahmen unserer Wien-Tage die Demokratiewerkstatt im Palais Epstein. Hier machten wir einen Medienworkshop zum Thema „Manipulation“. Die einzelnen Teams haben sich mit folgenden Bereichen beschäftigt: „Manipulation“, „Umfragen“, „Bilder“ und „Schlagzeilen“. Wie dabei manipuliert werden kann, könnt ihr in unserer Zeitung nachlesen. Viel Spaß!



REPUBLIK ÖSTERREICH
Parlament

VORWEIHNACHTLICHE MANIPULATION

In der Vorweihnachtszeit wird viel über die Geldverschwendung diskutiert. Schon vor dem Einkauf werden wir kräftig manipuliert.

Manipulation bedeutet jemanden zu beeinflussen. Man nutzt diese Methode um Menschen zu überreden oder zu überzeugen. Dies kommt in den Medien (Fernsehen, Radio, Plakate, Internet, Zeitungen) vor.

Ein weiteres Beispiel für Manipulation sind die Verführungen im Supermarkt: Besonders in der Vorweihnachtszeit sind die Geschäfte mit Weihnachtsdekorationen, Werbeständen und Plakaten bestückt. Magisch fühlen sich kleine Kinder, die sich nach Süßigkeiten und Spielzeug sehnen, davon angezogen. Wenn man genauer hinschaut, erkennt man, dass die Leckereien in Augenhöhe der Kinder sind, sie beginnen zu quengeln und lästig zu sein. Gestresste Eltern kaufen den gewünschten Artikel. Das System funktioniert perfekt. Auch bei Kindern und Jugendlichen. Die Werbung wirkt anregend und verlockend.

Der typische „Last Minute Effect“ ist, wenn wir uns dazu verleiten lassen, in der letzten Minute noch Kaugummis und andere Leckereien an der Kassa zu ergattern.

Anziehende Düfte am Weihnachtsmarkt - derzeit alltäglich zu riechen. Fast jeder mag natürlich den geschmackvollen Geruch von Zimt, Punsch und frisch gerösteten Mandeln. Das lockt jedes Jahr viele Menschen nach Draußen, um die Weihnachtsstimmung zu spüren. Der Duft, die himmlische Musik, die tolle Weihnachtsdekoration - all das bewegt die Leute etwas zu kaufen.

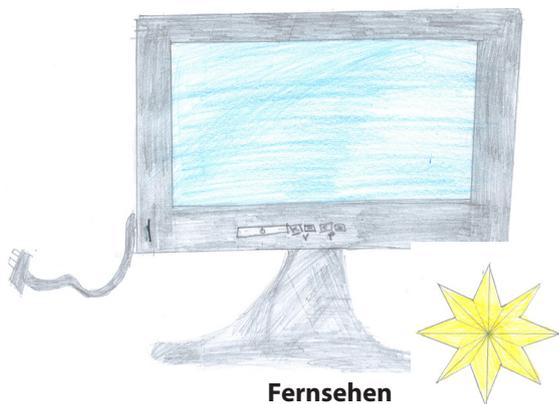
Manipulation ist auch überall in den Medien zu finden - nicht nur zu Weihnachten!



Internet



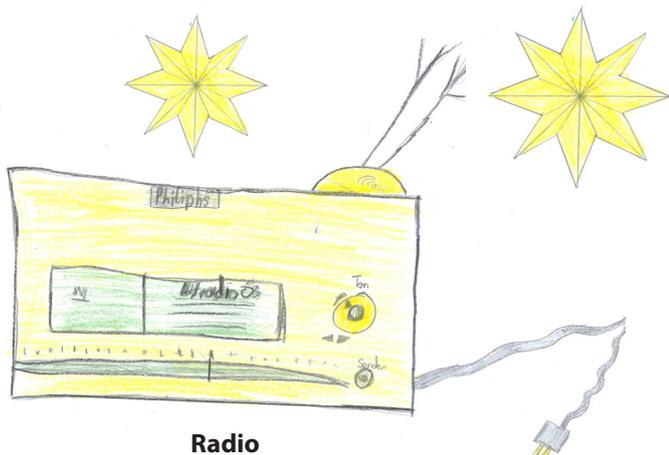
Zeitungen



Fernsehen



Werbungen



Radio



Melisa (13), Miles (14), Diren (15), Alan (13)

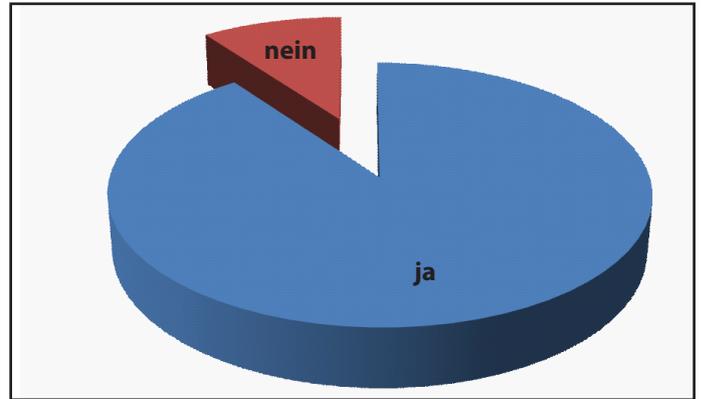
KÖNNEN UMFRAGEN MANIPULIEREN?

Diese Frage haben wir uns heute gestellt und auch selber eine Umfrage gemacht. Das Ergebnis können Sie in unserem Artikel lesen.

Wir haben am 29. November 2011 einige Passanten an einer Straßenbahnhaltestelle in Wien zum Thema Manipulation befragt. Das Ergebnis ist, dass 90% der Befragten der Meinung sind, dass der Großteil der Medien Informationen manipuliert. Außerdem wollten wir einige Beispiele wissen. Eine Passantin hat uns gesagt, dass man durch die Auswahl der Themen manipulieren kann (z. B. über bestimmte Länder wird mehr berichtet als über andere). Schlagzeilen mit reißerischen Wörtern (z. B. Mord, Totschlag, Explosion).

Auch wir sind der Meinung, dass Medien Menschen beeinflussen können. Durch Umfragen kann auch manipuliert werden. Die Veröffentlichung von Umfragen und das Aufzeigen von Mehrheiten (z. B. 90% der Befragten sind der Meinung, dass Informationen manipuliert werden) kann vor allem ein motivierendes, werbendes Instrument sein, welches genutzt werden kann, um WählerInnen und KäuferInnen zu beeinflussen.

Unsere Umfrage ist nicht repräsentativ, weil wir viel zu wenig Leute befragt haben. Eine gute Umfrage sollte möglichst viele Meinungen beinhalten und



Das Ergebnis der Umfrage.

auch Menschen aus verschiedenen Altersschichten müssen berücksichtigt werden. Die Zahl der befragten Personen wird oft direkt unter dem Diagramm angezeigt (z. B. n=10).

Eine Umfrage ist repräsentativ, wenn eine Vielzahl an Leuten befragt wurde, um die Meinung der Zielgruppe (z. B. der österreichischen Bevölkerung) zu erhalten.



Wir befragen einen Passanten.



Wir schreiben unseren Bericht.



Heling (14), Amanda (14), Kristian (14), Katharina (15)

KANN MAN BILDERN IMMER GLAUBEN?

Wir geben euch Ratschläge!!!!

MANN IN NOT?

Wenn sie das Bild betrachten, wirkt es vermutlich etwas erschreckend. Weil ein Mann ein schmerzverzerrtes Gesicht hat. Er wird gerade von einer unbekannt Person gewürgt. Man weiß nicht warum, wahrscheinlich wurde er wegen hohen Schulden angegriffen. Jemand wollte endlich sein Geld wieder sehen und deshalb hat er diese Tat an dem Mann verübt.



Mann wurde gewürgt.

Quellennachweis:

beide Bilder: Tiroler Tageszeitung (Montag, 28.11.2011)



Profitänzer bei ihrer Arbeit.

Hier die Lösung

TANZWETTBEWERB

Auf diesem Bild sehen Sie einen Profiweltmeister-tänzer mit seiner Partnerin. Auf dem oberen Bild schaut es so aus, als würde er gewürgt, aber das ist eine Manipulation. Auf diesen Bildern sieht man, dass es nur eine Showeinlage war. Die Wahrheit ist, dass er mit einer Frau an einem Tanzwettkampf teilnimmt.

WARUM IST LAURA SO TRAUIG?

Laura ist traurig, weil sie ihre Geldtasche verloren hat. In dieser Geldtasche waren 150 Euro drinnen und ihre Kreditkarte war auch dabei. Sie hätte das Geld sehr dringend gebraucht, weil sie noch Weihnachtsgeschenke kaufen muss.



Laura - traurig

Hier die Lösung

WEITERBILDUNG

Laura hat gar nicht ihre Geldtasche verloren. Sie war gar nicht traurig, sie hat sich durch ein Buch weitergebildet. Laura lernte für eine Prüfung.



Laura beim Lesen



Manuel (14), Njegos(15),
Laura (15), Ivona (14)

ERKLÄRUNG

Bildmanipulationen funktionieren unterschiedlich. Es kommt oft auf die Auswahl des Bildausschnitts an. Fotos können im Hoch- oder Querformat dargestellt werden. In unserem Fall haben wir euch immer zwei gleiche Bilder gezeigt, die anders aussehen. Auf dem ersten Foto ist nur ein kleiner Ausschnitt zu sehen, das zweite Bild ist das ganze Bild.

WAS BEWIRKEN SCHLAGZEILEN?

Eine Schlagzeile ist eine Überschrift in einer Zeitung bzw. in einer Zeitschrift. Eine Schlagzeile soll das Interesse der Leser/innen wecken.

Schlagzeilen sind keine vollständigen Sätze, sondern kurze Satzteile, die auf den Inhalt der Artikel hinweisen sollen. Mit Eigenschaftswörtern werden die Schlagzeilen spannend gemacht. Zusammengesetzte Hauptwörter wie z. B. Wutbürger, Schuldenbremse, Strohfeuer,... sollen Bilder in den Köpfen der Leser/innen erzeugen. Sie weisen auf aktuelle Themen hin. In Radio und Fernsehen werden Schlagzeilen von Moderator/innen präsentiert, um ein Thema anzukündigen. Wir haben uns ein paar

Zeitungen angeschaut und Schlagzeilen für euch ausgeschnitten. Findet ihr die spannenden Wörter? In Zeitungen wird oft mit Schlagzeilen manipuliert, indem Wörter verwendet werden, die den Artikel spannender machen sollen. Das sind meist Eigenschaftswörter, die Gefühle ausdrücken und dabei die Meinung der Leser/innen darüber verstärken. Also, immer gut aufpassen, wie Schlagzeilen formuliert worden sind. Wichtig ist vor allem, dass man nicht nur eine Zeitung liest, sondern verschiedene.

DIESE SCHLAGZEILEN HABEN WIR GEFUNDEN

„Bibliotheken haben eine Dorfbrunnenfunktion“

Damit ist gemeint, dass der Dorfbrunnen früher ein Treffpunkt der Leute war.

Im goldenen Herbst

Dabei denken die Leser/innen eventuell an die goldenen Herbstblätter.

Wunderkinder unter sich

Wir = Wunderkinder = 4.b?!

Das Strohfeuer der „Wutbürger“

Mit dem Ausdruck „Wutbürger“ sind Demonstranten gemeint.

**Glocken
spielten
verrückt**

Das bedeutet, dass sie wahrscheinlich kaputt waren.



Ibrahim (14), Michi (13), Jessica (13)

IMPRESSUM

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



REPUBLIK ÖSTERREICH
Parlament

4B, NMS 8 Wels, Zeileisstraße 1, 4600 Wels

