

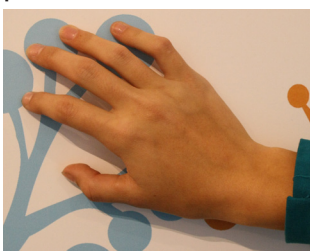
LIEGT DOCH AUF DER HAND



Manipulation liegt auf der Hand und trotzdem stolpern wir oft darüber. Es fällt uns oft sehr schwer, sie in den Medien zu erkennen. Sinn der Sache ist: Unser Unterbewusstsein zu beeinflussen und uns so zu etwas bewegen, dass nicht unser eigentlicher Wille war. Typische Formen der Manipulation sind z. B. die

Werbung oder das Werben für PolitikerInnen vor einer Wahl.

Das Thema der Manipulation in Medien wurde heute von der 4A der HS Bad Mitterndorf bearbeitet. Wir SchülerInnen wünschen viel Spaß beim Lesen dieser Ausgabe der Demokratiewerkstattzeitung und hoffen, sie können unsere Manipulationen erkennen.



Die Hand von Miriam (13),
unserer Autorin des Leitartikels



SCHLAGZEILEN VERÄNDERN DEN INHALT!

Hier zeigen wir euch ein Beispiel von der Wirkungskraft der Schlagzeilen.

ÜBERMÜDETE LENKERIN AM STEUER - EIN Toter

Gestern ist in der Obersteiermark ein Unfall passiert. Eine junge Frau ist während der Fahrt eingeschlafen und auf die falsche Fahrbahn geraten. Es kam zu einem Zusammenstoß mit einem entgegenkommenden Auto. Drei Menschen wurden schwer verletzt, und eine Person kam ums Leben. Die Verletzten wurden in das Krankenhaus nach Schladming eingeliefert. Die beiden Autos haben einen Totalschaden. Die Person ist noch am Unfallort gestorben.

SCHLAFLIED IM RADIO FÜHRTE ZUM UNFALL

Gestern ist in der Obersteiermark ein Unfall passiert. Eine junge Frau ist während der Fahrt eingeschlafen und auf die falsche Fahrbahn geraten. Es kam zu einem Zusammenstoß mit einem entgegenkommenden Auto. Drei Menschen wurden schwer verletzt und eine Person kam ums Leben. Die Verletzten wurden in das Krankenhaus nach Schladming eingeliefert. Die beiden Autos haben einen Totalschaden. Die Person ist noch am Unfallort gestorben.

Ist euch eigentlich aufgefallen, dass durch die Veränderung der Überschriften ein und derselbe Text eine andere Bedeutung bekommt. In Wirklichkeit ist keine von den beiden Überschriften neutral. Die eigentliche Überschrift sollte „Unfall in der Obersteiermark“ heißen. Wenn man die Überschrift verändert, beschuldigt man automatisch Personen oder erzeugt eine Ablenkung von einer Person, wenn man das will. Das nennt man Manipulation.

Diese Art der Manipulation funktioniert deshalb so gut, weil viele Leute, die die Zeitung durchlesen, nur die Überschriften beachten. Man sollte eigentlich immer den ganzen Artikel lesen und sich dabei bewusst sein, dass die Überschrift am wenigsten Informationen enthält. Sie kann somit gut benutzt

werden, um den LeserInnen eine Meinung „aufs Auge zu drücken“.



Schlagzeilen können auch die Wahrnehmung von Bildern beeinflussen.



Vanessa (13), Jakob (13), Anja (13), Manuel (14)

MÄNNER IN FRAUENKLEIDERN- SO KÖNNEN BILDER LÜGEN

Das sieht man nicht jeden Tag, ein Mann in einem Frauenkleid. Hat sich Peter Unschuldig dabei erwischen lassen, wie er seinem heimlichen Hobby nachgeht? Oder fehlt dem Bild einfach Clara Kontext.

14. Oktober 2013, der berühmte Peter Unschuldig wurde beim Einkaufen fotografiert. Er kaufte allerdings nicht einen neuen Anzug, sondern ließ sich mit einem Frauenkleid erwischen. (Siehe Bild rechts).

Oder wahr es doch anders?

Wenn die Redaktion sich entscheidet, Peters Freundin Clara Kontext aus dem Bild und aus der Geschichte zu schneiden, bekommen die LeserInnen einen falschen Eindruck von ihm. Es entsteht ein falscher Kontext. Hier haben wir einen fiesen Medientrick angewandt: Wir haben die Hälfte des Bildes (rechts unten) weggeschnitten und somit Peter Unschuldig in einen anderen Zusammenhang gestellt. Dies passiert im wahren Leben auch sehr oft, um verschiedene Meinungen zu „untermauern“. Aus der Sicht der LeserInnen sehen viele nicht, dass die Bilder meist gefälscht oder manipuliert sind, aber trotzdem traut man ihnen leichtfertig. Man sollte immer kritisch hinterfragen, ob es wirklich so ist, wie es aussieht.



Peter Unschuldig beim Kleider kaufen - Eine heimliche Leidenschaft?



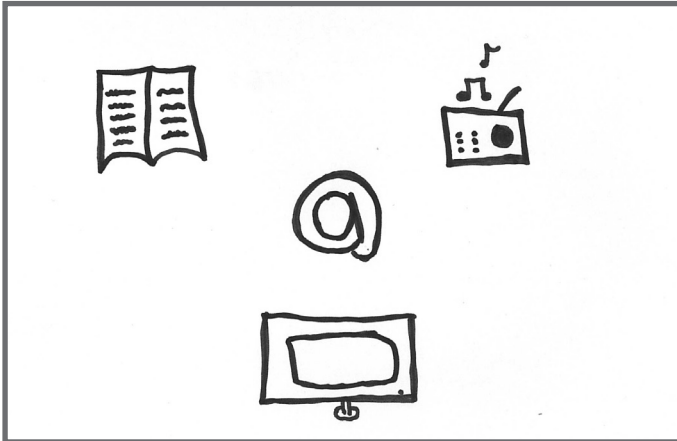
**David (13), Monja (14), Marcel (15),
Jessica (13), Ricarda (13)**



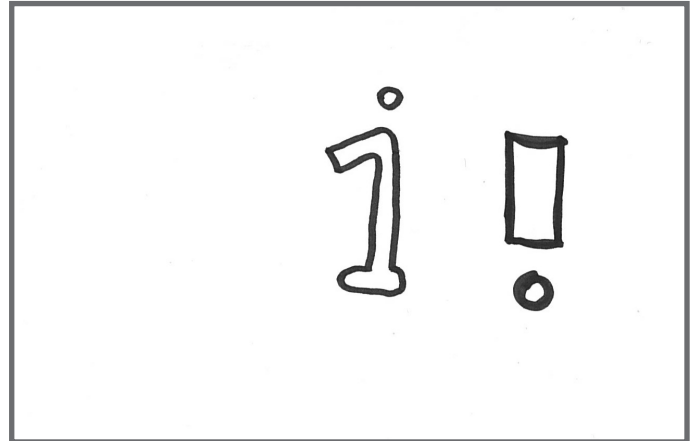
Peter Unschuldig der Kavalier - so war's wirklich. Hier mit seiner Freundin Clara Kontext beim Shoppen.

MANIPULATION DURCH MEDIEN

Manipulation kommt in Medien vor. Die Medien bieten uns Informationen über aktuelle Ereignisse. Da wir gerne informiert werden wollen, könnte uns die Manipulation treffen. Was ist das? Wir würden Manipulation so erklären: Manipulation ist, wenn das eigene Unterbewusstsein zu etwas gezwungen wird, das aber gar nicht merkt. Weitere Infos erfahren sie durch unseren Comic.



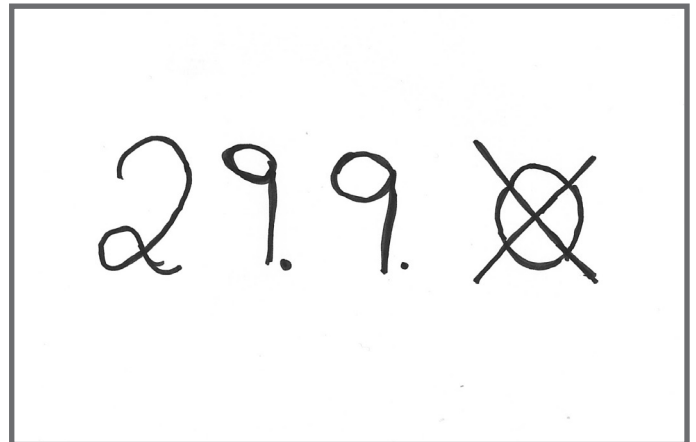
Medien kommen in unserem Alltag oft vor.



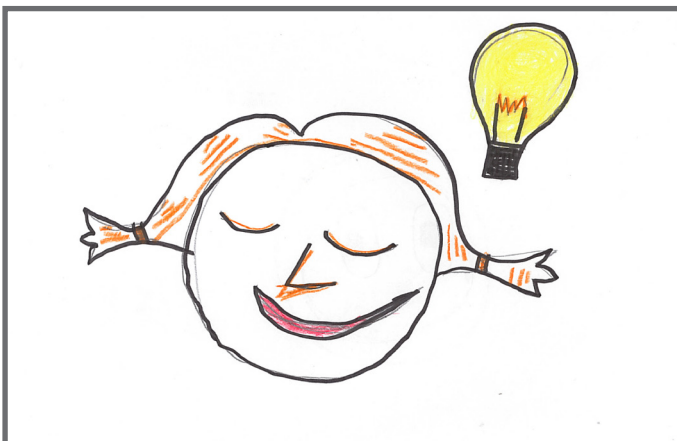
Medien liefern Informationsstoff.



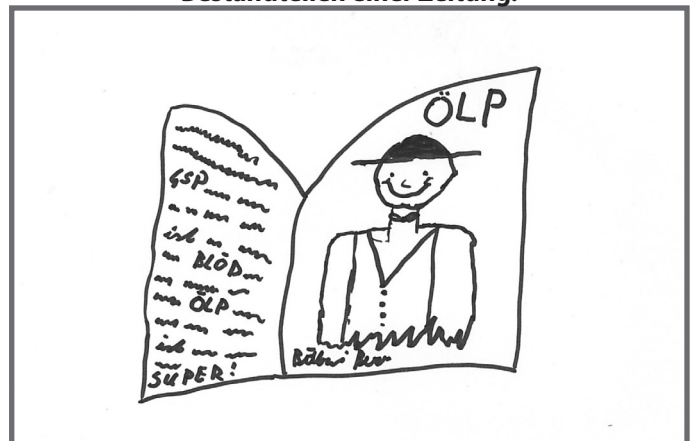
Weltweite Ereignisse werden uns mitgeteilt. Es fördert das Interesse am Lesen.



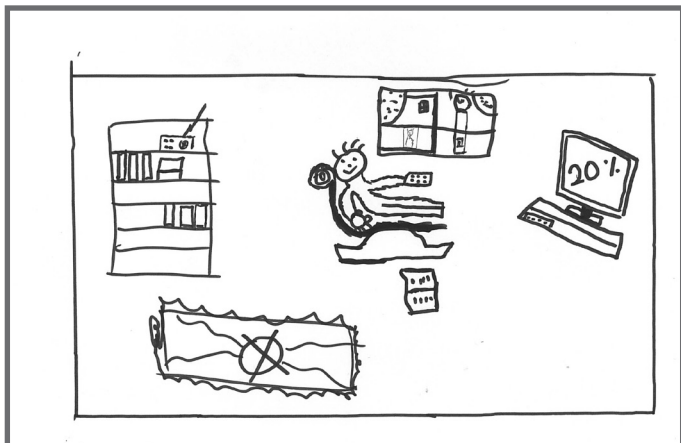
Am 29.09.2013 fand die Nationalratswahl statt. Politische Informationen gehören zu den wichtigen Bestandteilen einer Zeitung.



Medien helfen uns, Entscheidungen leichter zu treffen. z. B. bei der Wahl.



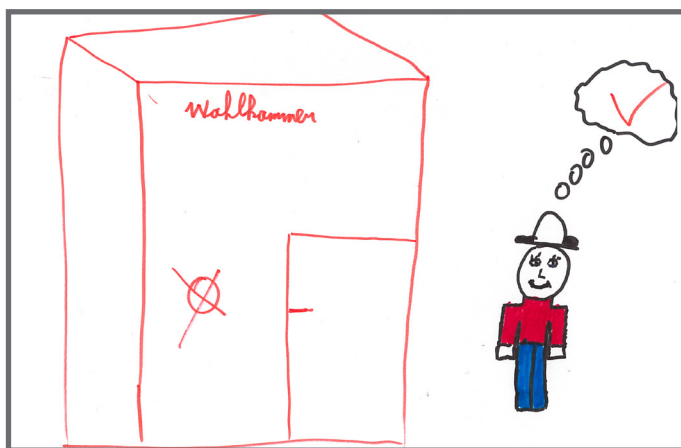
ABER: Genügen die Infos aus einer einzigen Zeitung? Nein.



Durch das Vergleichen von mehreren Quellen, erhält man viele verschiedene Perspektiven.



Wer es genau wissen will, kann sich das Wahlprogramm durchlesen.



Schlussendlich kann man sich eine eigene Meinung bilden und nur die zählt.



Miriam (13), Janine (14), Noel (14) und Florian (13)



Eine Zeitung entsteht nicht von selbst.

IMPRESSUM

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



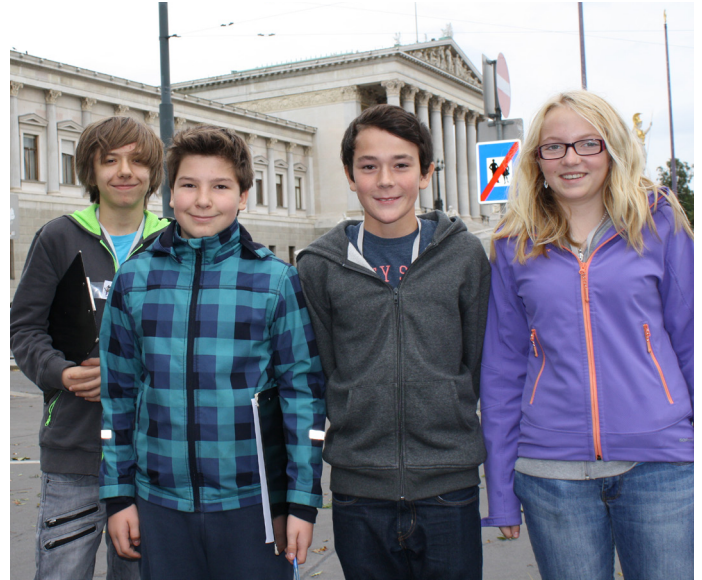
REPUBLIK ÖSTERREICH
Parlament

4A,
Hauptschule Bad Mitterndorf,
8983 Bad Mitterndorf 309 Bad Mitterndorf

DAS INTERNET - INFORMATIONSQLLE NUMMER EINS!

Glauben Sie, dass Umfragen Sie beeinflussen können? Wir geben einen Einblick in die Welt der Umfragen.

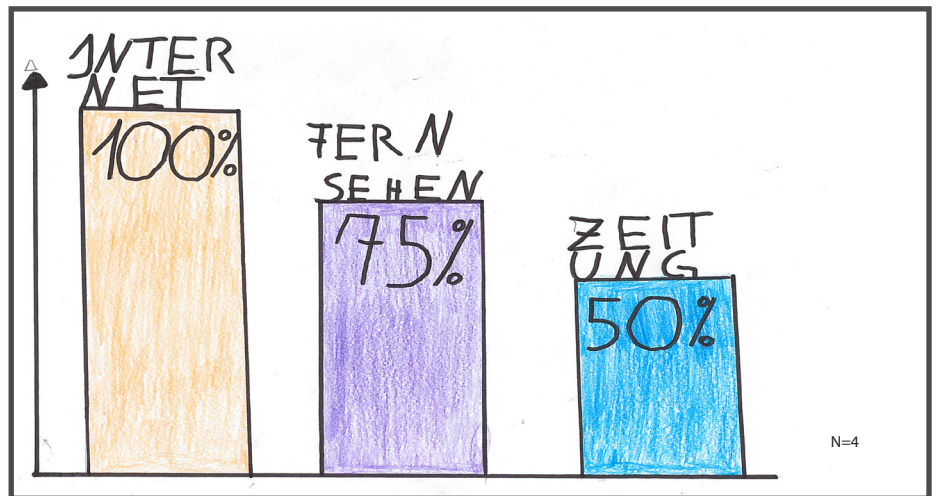
Es gibt Menschen, die treffen Entscheidungen aufgrund von Umfragen, die sie gelesen haben. Warum ist das so? Warum machen sie das? Die Antwort: Umfragen sind übersichtlich. Umfragen bieten genaue Zahlen, Diagramme und Grafiken, die man sich gut anschauen kann. Aber woher weiß man, dass es wirklich so ist? Es gibt ein paar Sachen auf die man achten muss, wenn man sich eine Umfrage ansieht. So gibt zum Beispiel Das N=..., welches bei einer Umfrage stehen sollte, an, wie viele Personen befragt wurden. Es gibt verschiedene Möglichkeiten, wie man Leute manipulieren kann. Hier einige Beispiele: Die Anzahl der Befragten, *was* man fragt, *wie* man es fragt, *welche* Antworten nimmt man heraus und *wen* befragt man. Alle diese Punkte beeinflussen das Ergebnis der Umfrage. Hier seht ihr ein weiteres Beispiel.



Marcel (14), Sebastian (13), Niklas (13), Christina (13)

Wir haben eine österreichweite Umfrage gemacht. Wir haben ÖsterreicherInnen gefragt, woher sie sich ihre Informationen holen. Das Ergebnis war erstaunlich, da fast alle das Internet benutzen. 100% benutzen das Internet, 75% das Fernsehen und 50% die Zeitung. Das Radio nimmt jedoch niemand zur Hand.

Hintergrundinfo eins: Grafiken und Prozentangaben sind ein gutes Mittel, um Ergebnisse übersichtlich darzustellen. Aber wie viele Leute befragt worden sind, sagen sie nicht.



Hintergrundinfo drei: Die Frage, die wir gestellt haben, war eine Suggestivfrage. Das heißt, dass die Frage einen Vorschlag für die Antwort enthalten hat. Wir haben nämlich gefragt: „Wie informieren sie sich? Verwenden sie das Internet?“ Die Leute haben eher auf die zweite Frage geantwortet.

Hintergrundinfo fünf: Haben sie das kleine N in unserem Bericht entdeckt? Es steht für die Anzahl der Personen, die wir befragt haben. Bei uns steht 4. Halten sie das für aussagekräftig? Nein? Wir auch nicht. Darum haben wir anhand der Prozentangabe verschleiert, um wieviele Leute es sich wirklich handelt. Wer nicht genau hinschaut wird es nicht entdecken.



Passant 2: „Ich informiere mich eigentlich ausschließlich über das Internet.“

Hintergrundinfo zwei: Herausgegriffene Antworten können die Meinung der LeserInnen in eine Richtung lenken.

Hintergrundinfo vier: Wen haben wir gefragt? Wir wollten das Internet gut dastehen lassen und haben deswegen nur junge Leute gefragt, die eher das Internet verwenden. (Siehe: Bild rechts.)

