

Medienmanipulation

von

Philipp Lenz
<plenz@flip-design.de>

Fach: Politik
Datum: 08.05.2004

1	Einleitung.....	2
2	Definiton: Manipulation.....	2
3	Wer manipuliert?.....	2
4	Methoden.....	3
5	Medienmanipulation, oder wie man Meinung macht.....	3
5.1	Werbung.....	3
5.1.1	Fernsehen, Radio, Druck, Internet.....	3
5.1.2	Beispiel: TCPA.....	4
5.2	Politik.....	4
5.2.1	Illusionen.....	4
5.2.2	Imagebildung.....	4
5.2.3	Grundrechte.....	4
5.3	Presse.....	4
5.3.1	Beispiel: Krieg / Feindbildung.....	4
5.3.2	Beispiel: Boulevardpresse.....	5
5.3.3	Beispiel: Statistiken.....	5
5.3.4	Beispiel: Fachpresse.....	6
5.4	Internet.....	6
5.4.1	Verborgene Manipulation.....	6
5.4.2	Zensur.....	6
5.4.3	Benutzersteuerung und Kontrolle.....	6
6	Worüber geschwiegen wird.....	7
7	Folgen, Ziele.....	7
8	Literaturliste.....	8

1 Einleitung

Medienmanipulation ist mittlerweile ein fester Bestandteil unserer Gesellschaft geworden. Sie steht im Hintergrund und ist transparent zu den Informationen.

Klare, unverfälschte und nicht aufbereitete Informationen zu erhalten, die nicht mit einer Meinung einer Organisation, einer Firma oder Konzerns, oder von sonstigen mächtigen und einflussreichen Menschen verbunden sind, ist in der heutigen Welt so gut wie unmöglich geworden. Auch wenn man nicht einmal die Absicht hat Informationen aufzunehmen, werden sie einem untergeschoben: sei es im Radio, Fernsehen, Zeitungen oder sonstigen Medien.

Ständig wirkt der Steuerapparat auf uns ein: z.B.

Im Radio werden die neusten Songs gespielt die einem den rechten Weg in der Musik-Szene zeigen sollen.

Im Fernsehen wirkt die Werbung auf uns ein und setzt dort ebenfalls mit jedem Spot einen Meilenstein in unserer Meinung in dem sie uns sagt, was gut für uns ist, z.B. welche Herrenmode in diesem Frühling getragen wird.

Die Zeitungen überfluten uns mit Nachrichten und Informationen.

Prospekte geben uns einen einseitigen Einblick in die Produktwelten der jeweiligen Firmen und formen unser Vorstellungsvermögen.

Boulevard Print-Medien teilen uns weitere Informationen über teilweise belanglose Dinge mit, die weniger elementar für unsere Welt sind, und nehmen uns mit jenen Schriften und Aussagen jegliche Diskussionsgrundlagen durch den einseitigen Einblick.

Die Medien gehen einen indirekten Dialog mit uns ein. Sie führen mit uns scheinbare Diskussionen, wobei unser Handlungsteil schon vorbestimmt ist. Sie bieten uns Identifikation mit den Informationen, dass so wenig Kritik und Anspruch an die Zielperson gestellt wird.

2 Definiton: Manipulation

Was ist Manipulation? Manipulation ist ein weit gestreckter Begriff, denn schon das herbeiführen einer Veränderung ist eine Manipulation. Hier wird der Begriff für den folgenden Sachverhalt verwendet: Manipulation ist das Steuern und die trickreiche Beeinflussung von Personen. Die Zielsetzung ist stets die Herbeiführung einer gewollten Meinung oder Handlung.

3 Wer manipuliert?

Manipulation erlangt in der Masse erst an Bedeutung wenn es professionell durchgeführt wird. Das einfache Manipulieren dagegen beschränkt sich mehr auf kleine Gruppen, wie in der Firma oder in der Familie. Da diese aber meist an mangelndem Umfang an Bedeutung verlieren, fallen sie weniger ins Gewicht, da der Personenkreis überschaubar bleibt.

Manipulation in den Medien ist dagegen professioneller und organisierter und somit auch wirksamer, da hinter diesen Mitteln Konzerne, Banken, Kirchen, Militär, Parteien, Adel, einzelne Politiker, Industrielle oder Reporter stehen.

All diese Personen haben Interesse daran Ihre Meinung oder Ihre Ziele auf andere zu übertragen. Die wirklichen Ziele bleiben hierbei meist unentdeckt da die eigentlichen Ziele über Etappen erreicht werden. Eine Manipulation ist kein Prozess von Minuten, sondern vielmehr ein Produkt von vielen Jahren.

4 Methoden

Manipulation kann in zwei verschiedene Arten unterteilt werden: Die direkte und die indirekte Manipulation.

In der direkten ist der Manipulator auch als solcher zu erkennen. Er führt meist eine persönliche Beeinflussung herbei, wie z.B. der Zeitungsverkäufer der professionell Abonnements verkauft und dazu persönliche (wahre und unwahre) Erfahrungen mitteilt. Durch eine engere Bindung mit der Zielperson ist eine präzisere Manipulation möglich.

Die indirekte Manipulation finden wir am häufigsten vor. Sie wird in jeglichen Medien eingesetzt und hat einen klaren Vorteil: Die Manipulatoren treten nicht direkt auf und müssen somit auch nicht ihre Ziele offenlegen. Ein langwieriger Prozess kann somit auf eine Masse übertragen werden, indem z.B. ständig Informationen wiederholt werden.

5 Medienmanipulation, oder wie man Meinung macht.

5.1 Werbung

5.1.1 Fernsehen, Radio, Druck, Internet

Die Werbung in den Medien verfolgt eine der extremsten Manipulationen. Sie beeinflusst im Konsumverhalten und steuert somit die Zielgruppen zu weiteren Vergehen.

Durch ständigen Wiederholen von Werbung und dem Appellieren an verborgene Wünsche des Menschen eröffnen sich die Manipulatoren Wege in unser Verhalten.

In in der Werbung werden uns die schlechten Seiten und Eigenschaften des Lebens vorgeführt und verdeckte Ängste werden sichtbar gemacht. Zum Beispiel führen die Hygieneprodukte Hersteller ständig Werbekampagnen mit Krankheiten und bieten uns in diesem Zuge eine Lösung dazu an.

Ein gutes Beispiel geben auch die Software-Hersteller ab:

Sie produzieren ein neues Betriebssystem mit wenigen Erneuerungen zum vorherigen. Diese neue Software benötigt aber auch mehr Systemressourcen als die alte und neue Gerätetreiber werden ebenfalls verlangt. Da aber immer mehr neue Software-Produkte auf den Markt kommen die dann dieses Betriebssystem voraussetzen, werden diese von dem Konzern gefördert, und der Support für das alte System eingestellt. Damit zwingt der Hersteller einen dazu, diese Umstellung auf das neue Betriebssystem vorzunehmen.

Die alte, teuer erkaufte Software funktioniert dann meist nur noch teilweise auf dem neuen Betriebssystem und zwingt den Kunden zu weiteren Investitionen.

Diese Prozesse werden ebenfalls durch großangelegte Werbekampagnen unterstützt, die einen auch wieder den scheinbar hohen Nutzwert der Software nahelegen. In der Werbung werden auch nur die Vorteile der neuen zu der alten Software aufgezeigt, so dass man sich nach und nach nicht mehr mit bisherigen zufrieden geben mag oder kann.

5.1.2 Beispiel: TCPA

Die Medien führen uns direkt durch ausgeklügelte Marketing Methoden in eine absolute Kontrollierbarkeit im Computer-Sektor.

Durch zunehmenden Wunsch an Stabilität und Kompatibilität an und in EDV-Systemen, präsentieren uns die Soft- und Hardware-Industrie ein System,

welches genau das bewirken soll. Es passt nur noch zertifizierte Hardware zusammen mit der dazu lizenzierten Software. Eine Möglichkeit, von einem solchen System in Zukunft für einen kleinen Entwickler eigene Applikationen zu schreiben, gibt es nicht. Ausser er besitzt über genügend finanzielle Ressourcen für eine entsprechende Lizenz. Desweiteren wird es nicht mehr möglich sein, freie, nicht lizenzierte Software oder Betriebssysteme sowie Hardware auf einem solchen System zu installieren.

Jedoch solche Nachteile werden in der Werbung nicht einmal erwähnt sondern nur durch die wahnsinnig vielen Vorteile regelrecht „weggeschwemmt“.

5.2 Politik

5.2.1 Illusionen

Politiker treten in den Medien immer äusserst souverän und spontan auf. Sie reagieren auf jede Frage mit der richtigen Antwort. Das die Fragen auf Pressekonferenzen bereits vorbereitet und die Antworten einstudiert sind, wird uns in den Medien nicht gezeigt.

5.2.2 Imagebildung

Politiker handeln meist nach folgendem Prinzip: Begehe alle schlechten Taten am Anfang der Legislaturperiode und verteile alle guten Stück für Stück auf die restliche Zeit. Somit werden die guten Taten fest im Bewusstsein des Volkes verankert und die schlechten verdrängt.

Desweiteren zeigen sie sich gern auf Veranstaltungen und stellen sich dort im Mittelpunkt als „Mann des Volkes“. So wird Volksnähe hergestellt und das Vertrauen der Wähler gewonnen. Jedoch darf ein Politiker sich auch nicht zu nah an das Volk binden, sondern sich vielmehr öffentlich mit den anderen tragenden Personen unserer Gesellschaft zeigen. Das zeugt von Engagiertheit, Weitblick und Grösse.

5.2.3 Grundrechte

Durch dem Anschlag am 11. September 2001 auf die USA verlieren wir immer mehr Grundrechte und Privatsphäre. Durch die Rasterfahndung und die geplante Aufnahme des genetischen Fingerabdrucks in unseren Personalien. Werden wir immer überschaubarer. Fliegen wir z.B. in die USA, werden unsere Daten bei den amerikanischen Behörden gespeichert. Die Daten werden also gegen das Datenschutzgesetz, was auch in den USA gelten sollte, an externe Behörden zur Überprüfung weitergegeben.

Kriegsgefangene, die eigentlich ein Recht auf menschengerechte Behandlung haben, werden von den USA als Verbrecher bezeichnet und in abgeschottete Lager gesperrt, wie es z.B. mit den Gefangenen aus Afghanistan geschehen ist. Da aber diese Vorfälle für die Medien scheinbar uninteressant geworden sind, werden wir auch nur noch unzureichend darüber unterrichtet.

5.3 Presse

5.3.1 Beispiel: Krieg / Feindbildung

Hierzu ist das aktuellste und passende Beispiel die USA.

Angefangen hat alles mit dem Terror-Anschlag am 11. September 2001 in den USA. Zuvor wurde die restliche Welt wenig von den USA im Thema Terrorismus informiert, jedoch nach diesem besagten Tag wurde von einem Krieg gegen die USA gesprochen und der NATO-Verteidigungsfall müsse ausgerufen werden.

Noch nichteinmal bewiesen wer für die Anschläge nun wirklich verantwortlich ist, wurden immer wieder die Bilder vom Top-Terrorist Usama Bin Laden im

Zusammenhang mit dem Einsturz der WTC-Türme gezeigt.

Immer wieder mussten wir Augenzeuge werden, wie die beiden Flugzeuge in die Türme rasten und diese zu Fall bringen. Schon nach kurzer Zeit waren wir davon überzeugt dass das Land Afghanistan, welches die Terrororganisation Al-Qaeda und Usama Bin Laden beherbergte, angegriffen werden müsse.

Nachdem die NATO-Mitgliedsstaaten ihre uneingeschränkte Solidarität den USA zusicherten und dieses auch in den Medien kundgaben, schlossen die Amerikaner schon wieder das Medientor, indem allein die Briten und Amerikaner das Land angriffen und wir nur wenig über genauere Hintergründe informiert wurden.

Statt dessen bekamen wir nur Bilder und Informationen von der Schlagkraft der Amerikaner und deren neuen Waffen, die nur zum Schutze der Bevölkerung eingesetzt würden.

Dazu tauchten immer wieder die Bilder vom Zusammensturz des WTC's in den Fernsehsendern auf gemischt mit den hinterbliebenen Menschen und Familien die ihre Angehörigen bei den Anschlägen verloren haben. So wurde jede einzelne Kugel und Bombe in Afghanistan gerechtfertigt und wir hatten auch keinerlei Zweifel an der Notwendigkeit des Krieges. Doch welche Vorgeschichte und was es für Auslöser zu diesem vergangenen Anschlag gab, wurden in den Medien totgeschwiegen.

5.3.2 Beispiel: Boulevardpresse

Ein Politiker oder eine sonstige einflussreiche Person soll „abgesägt“ werden? Nichts leichter als das. Schnell werden jegliche Skandale, Ungereimtheiten oder Gerüchte einer Person ausgegraben, mit sogenannten Aussagen und Informationen von angeblich vertrauten Personen (z.B. der „direkte“ Nachbar aus dem nur 20 km entfernten Wohnblock) ausgeschmückt und schon ist ein gefährlicher Mix aus Informationen und Halbwahrheiten erstellt.

Diese Geschichten werden mit einschlagenden Überschriften und Einleitungen versehen die einem jegliche Diskussion über wahr oder unwahr nehmen, indem sie eine einseitige Information liefern, ohne das nur ein einziger Anhaltspunkt für ein Kontra vorhanden ist.

Ob diese Geschichten nun wahr sind, interessiert im nachhinein nur die wenigsten. Auch wenn eindeutige Beweise geliefert werden, kommen diese nur schwer in das heutige Unterhaltungsprogramm und verhindern somit eine ausreichende Aufklärung.

Liest man Sonntags die „Bild am Sonntag“ oder ein ähnliches Blatt, findet man immer wieder kleingedruckte Dementis von vorausgegangenen Artikeln, die jedoch durch die ungemaine Informationsflut in diesen Blättern keine Chance auf Beachtung finden können.

5.3.3 Beispiel: Statistiken

Immer wieder sieht man im Fernsehen Umfragen und Statistiken. Am populärsten sind wohl die Strassenumfragen die am leichtesten manipuliert werden können. Zu diesen Umfragen finden sich selten Informationen zu den Befragten, Orts- oder Zeitangaben und die Anzahl der befragten Personen. Desweiteren werden auch nur schwammige Informationen über die Menge der Pro- oder Kontra-Argumente gemacht, die von den Befragten abgegeben werden. Hier zählt allein nur der Sensationseffekt.

Aber auch zu den Zahlen die bei einschlägigen Informationssendern wie N-TV oder N24 gesendet werden, bekommt man selten genauere Daten, sondern auch viel zu oft die Überschrift: „Die aktuellen Umfrageergebnisse“. - Die Definition von „aktuell“ und welche Bevölkerungsgruppen befragt worden sind, wird nur selten

erläutert.

Soll so eine Umfrage noch deutlicher unterstrichen werden und an Glaubhaftigkeit gewinnen, werden diese immer wieder von sogenannten „Experten“ bestätigt. Nur wer diese sind, bleiben uns die Medien auch schuldig.

5.3.4 Beispiel: Fachpresse

Die Fachpresse vermittelt im Gegensatz zur Boulevardpresse einen äusserst seriösen Eindruck. Sie stellen sich als unabhängig dar mit guten und ausführlichen Recherchen.

Doch immer wieder treten hier auch Ungereimtheiten auf, da ebenfalls einflussreiche Firmen und Konzerne hinter den Verlagen stehen und diese in ihrer Berichterstattung beeinflussen.

Zeitschriften wie z.B. die „c't“ oder die „i'x“, die beide vom Heise-Verlag produziert werden beziehen ihre Artikel und Tests oft von ausserhalb und dort kommt es auch des öfteren vor, dass manche gleichwertige Produkte schlechter bewertet werden als die einer anderen Firma. Meist ist das eine Produkt durch eine Vielzahl von Updates und Feineinstellungen manipuliert, wobei die andere Seite sich weiterhin im Auslieferungszustand befindet. Ein Blick auf die Autoren führt auch meist zum gewünschten Ziel, indem man auf ihren Firmenhomepages die Vertriebszertifikate vom Hersteller des scheinbar besseren Produkt findet.

5.4 Internet

5.4.1 Verborgene Manipulation

Manipulation macht auch nicht im scheinbar freisten Medium der Welt halt. Besonders hier ist Manipulation so einfach wie noch nie. Ein Projekt namens „insert_coin“ an der Merz-Akademie in Stuttgart machte dieses sichtbar: Zwei Studenten programmierten im Rahmen einer Diplom-Arbeit einen Proxy-Server über welchen 250 Studenten das Internet nutzen konnten. Dieser Dienst manipulierte gezielt Inhalte aus ausgewählten Webseiten wie z.B. der Austausch von Namen wie Schröder in Kohl. Die Änderungen an den Seiten waren in manchen Bereichen äusserst offensichtlich wie das obige Beispiel belegt, jedoch bemerkte es nach Angaben der Studenten niemand.

5.4.2 Zensur

Internetzensur wird heute schon betrieben und ist keine Zukunftsmusik mehr. In Nordrhein-Westfalen zum Beispiel, wurden von Internet-Providern auf Wunsch von Regionalpolitikern DNS-Server so manipuliert, dass Internetadressen umgelenkt wurden. Für den Benutzer war es somit nicht nachvollziehbar, ob er denn nun am Ziel seiner Suche war oder nicht wenn er den wirklichen Inhalt nicht kannte. Nach Bekanntwerden dieser Aktionen und mehreren Strafanzeigen von Internetbenutzern wurden die Aktionen gestoppt.

Natürlich wurden diese Seiten nicht umsonst in das Visier der Politiker genommen, schliesslich waren die Inhalte zum Teil rechtsextrem oder in sonstigen Sichten gefährlich oder pervers.

Jedoch kann eine solche Zensur nicht ohne das Wissen der Öffentlichkeit durchgeführt werden, denn wer entscheidet dann, was zensuriert wird und was nicht?

5.4.3 Benutzersteuerung und Kontrolle

Ein Webseite-Besucher verrät manchmal mehr als er denkt und zugeben mag. Er gibt z.B. Auskunft darüber über welches Betriebssystem er verfügt, welchen Internetbrowser er verwendet und welche Sprache er spricht. Desweiteren ist es bei den meisten IP-Adressen möglich, eine Lokalisierung des Aufenthaltsortes auf 20 KM zu begrenzen.

Grosse Internetportale oder Webseiten von Software-Konzernen wissen diese Informationen zu nutzen und speichern ebenfalls das Verhalten der Benutzer auf ihren Websites. Diese Informationen setzen sich z.B. aus folgenden Punkten zusammen: Aufenthaltsdauer, Besuchte Seite, Suchphrasen ...

So kann schliesslich gezielt Werbung für einen Benutzer geschaltet werden und er bekommt auch präzise auf ihn abgestimmte Informationen. Wer sich heute noch irgendwo registrieren lässt, kann auf lange Dauer gezielt manipuliert werden, z.B. indem nur noch Informationen und Tests zu bestimmten Produkten bei diesem Benutzer hervorgehoben oder manch Inhalte gar ausgeblendet werden.

6 Worüber geschwiegen wird

Geschwiegen wird leider allzu oft über die wirklich wichtigen Bereiche in dieser Welt. Anstatt das Aufklärung betrieben wird wieviele Kriege derzeit auf dieser Welt herrschen oder wieviele Menschen täglich sterben, wird lieber in Medien über belanglose Dinge im Vergleich zu diesen diskutiert. Ein gutes Beispiel sind dazu die Talkshows.

Informationskanäle werden nach und nach aus dem TV verdrängt und von Unterhaltungssendern ersetzt. In den noch früher ausführlichen 20:15 Uhr Nachrichten wird länger über einen Prominenten spekuliert als daß auf unsere Politik eingegangen wird.

7 Folgen, Ziele

Nach und nach werden wir für die Medien immer gläserner. Informationen aus den verschiedensten Bereichen fügen sich zusammen und bilden komplette, lückenlose Profile über uns. Der Datenschutz lockert sich paralell zu den Geschehnissen und ermöglicht erst diese Entwicklungen. Unser Mitspracherecht verfällt durch zunehmende Fehlinformationen und Manipulationen.

Das Ziel wird sein, einen komplett kontrollierbaren Menschen zu schaffen, welcher sich den Bedürfnissen der Konzerne und Politikern anpasst.

8 Literaturverzeichnis

Definiton

<http://www.berrymore.de/pslox/thesen/manipulation.htm>
http://home.arcor.de/elias_erdmann/manipulation.htm
<http://ezwi1.uibk.ac.at/konstrukt/cache/i-schmidt.html>

Wer manipuliert

http://home.arcor.de/elias_erdmann/manipulation.htm

Methoden

http://home.arcor.de/elias_erdmann/manipulation.htm

Medienmanipulation, oder wie man Meinung macht.

Werbung

http://home.arcor.de/elias_erdmann/manipulation.htm
<http://www.againsttcpa.com>

Politik

http://home.arcor.de/elias_erdmann/manipulation.htm
<http://www.muenchnernotizen.de/Politik/USA/Propaganda/Falschmeldung/20092001.html>
Chaosradio – Medienmanipulation im Krieg (Folge 80)

Presse

<http://www.heise.de/>
<http://www.ccc.de/>

Internet

<http://www.ccc.de/>
<http://www.ccc.de/censorship/>
<http://www.odem.org/>
<http://www.ordem.org/zensur/>
http://www.ordem.org/insert_coin/
<http://www.bigbrotherawards.de/>

