

3.9

PR und Propaganda verstehen

„Gut, dass in der Welt täglich stets so viel passiert, dass es gerade in eine Zeitung passt.“ *(Karl Kraus zugeschrieben)*

Medien und öffentliche Meinung

Die Berichterstattung in den Medien hat einen entscheidenden Einfluss darauf, welche Themen in einer Gesellschaft als besonders wichtig angesehen werden.

Was in den Schlagzeilen vorgestellt wird, was in den Fernsehnachrichten an erster Stelle steht, ein Thema, über das immer wieder berichtet wird ... – all das beeinflusst die Nutzerinnen und Nutzer der Medien in ihrer Meinung darüber, was wichtig ist.

Von der erreichten öffentlichen Aufmerksamkeit für ein Thema hängt wiederum ab, ob gesellschaftspolitische Maßnahmen ergriffen werden können. Man bezeichnet dieses Setzen von Themenschwerpunkten auch als *Agenda Setting* (Agendasetzung). Medien dienen so – ohne direkter staatlicher Kontrolle zu unterliegen – der gesellschaftlichen Herstellung von Konsens.

In der Funktion des Agenda Settings liegt aber auch eine Gefahr, etwa wenn drängende Probleme (z. B. Korruption, Machtmissbrauch, soziale Probleme) zugunsten des politischen Machterhalts, aus wirtschaftlichen Interessen oder auch aus geostrategischen Gründen konsequent medial vernachlässigt oder verzerrt dargestellt werden.

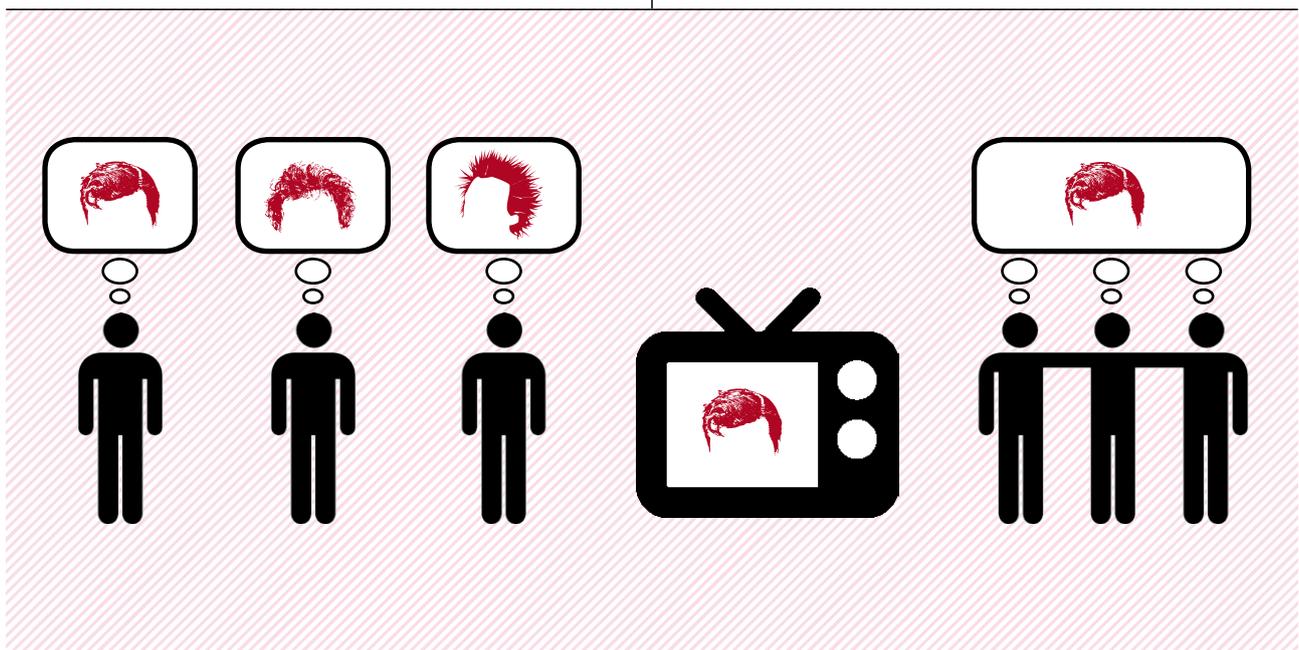
WAS IN DER WELT AN EINEM BESTIMMTEN TAG PASSIERT ...



Der davon in den Nachrichten berücksichtigte Teil ist winzig.

The Propaganda Game

Der spanische Filmemacher Álvaro Longoria widmet sich in „The Propaganda Game“ dem repressiven Regime in Nordkorea. Für seinen Dokumentarfilm erhielt Longoria die Erlaubnis Filmaufnahmen zu machen, allerdings nur unter der Bedingung, dass er von nordkoreanischen Regierungsmitarbeitern begleitet wird. Der Film liefert einen Einblick in das sonst hermetisch abgeriegelte Land, in dem Propaganda an der Tagesordnung steht. Schaut euch den Dokumentarfilm gemeinsam in der Klasse an und diskutiert anschließend jene Fragen, die im Film aufgeworfen werden!



Die Illustrationen wurden mit Bildern folgender Quelle erstellt: <http://www.wcfonts.com> (WC_Hair_Pop Font)

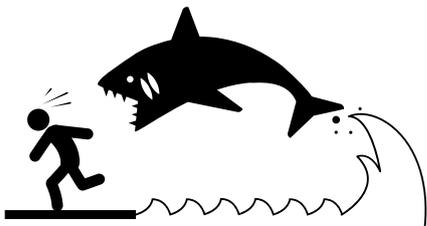
Mediendemokratie, Populismus und Boulevardmedien

Eine Demokratie funktioniert nur dann zufriedenstellend, wenn die Öffentlichkeit tatsachengetreu über wichtige lokale, nationale und internationale Begebenheiten informiert wird, damit sich die Menschen eine unbefangene, unabhängige und kritische Meinung bilden können.

Für die Menschen in der Informations- und Mediengesellschaft ist Medienkompetenz wichtig, um Interessen, Ideologien und Spins (einen „Dreh“ geben, siehe auch *Spin-Doctor*) in den Medien aufspüren zu können, um so vernünftig beurteilen zu können, inwiefern Medienbotschaften verzerrt dargestellt werden oder inwiefern in Nachrichten Vorurteile oder Propaganda verbreitet werden, die sich bei näherer Prüfung als wenig ausbalanciert oder schlicht als nicht tatsachengetreu erweisen. Dabei geht es auch um die wichtige Frage, wie Inhalte aus Politik und Wirtschaft in Medien weitergegeben und präsentiert werden sollen.

In modernen Mediendemokratien gibt es gegenwärtig eine Tendenz zum Populismus. Der Begriff Populismus bezeichnet „eine um ‚Nähe zum Volk‘ bemühte Politik, die Unzufriedenheit, Ressentiments, Ängste, Hoffnung und aktuelle Konflikte ausdrückt oder instrumentalisiert, indem sie Gefühle anspricht und einfache Lösungen vorstellt“.¹⁵

Merkmale von Populismus sind emotionale mediale Darstellungen und Kampagnen, die oft an charismatische Persönlichkeiten gebunden sind. Die medialen Inszenierungen sind darauf ausgerichtet, ein Maximum an Publikumsinteresse zu erreichen. Auch deshalb, um für Werbekunden entsprechend hohe Auflagen, Einschaltquoten oder Klickraten anbieten zu können. Es ist also für MediennutzerInnen wichtig, nicht zu vergessen, dass Medienunternehmen in der Regel marktwirtschaftlich organisiert sind, eigene Interessen verfolgen und primär nach Gewinn streben.



http://de.wikipedia.org/wiki/Agenda_Setting **LINKTIPPS**
www.demokratiezentrum.org/themen/demokratiemodelle.html
<http://de.wikipedia.org/wiki/Spin-Doctor>
www.demokratiezentrum.org/themen/mediengesellschaft.html

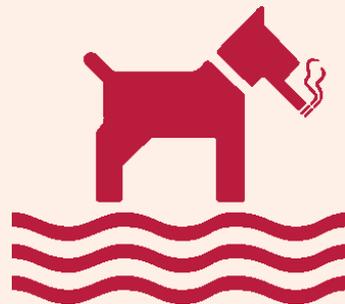
Die Illustration wurde folgender Quelle entnommen: <http://www.freepik.com>

FOLGENDE DREI FILME ZEIGEN AUS VERSCHIEDENEN PERSPEKTIVEN DIE FUNKTIONSWEISE VON PR UND PROPAGANDA:

WAG THE DOG. Eine schwarze Komödie, die die Macht der Medien und die Manipulierbarkeit der Öffentlichkeit thematisiert und zum Nachdenken über Machtmechanismen anregt.

DIE WELLE. Ein Lehrer führt seiner Schulklasse in einem Sozialexperiment vor, wie autoritäre gesellschaftliche Strukturen entstehen. Die Handlung stützt sich auf das Experiment „The Third Wave“, das 1967 in Kalifornien durchgeführt wurde. Auf Basis dieses Experiments schrieb Morton Rhue den Roman *Die Welle* (1981), der zu einem Schullektüre-Klassiker geworden ist.

THANK YOU FOR SMOKING. Eine Satire auf Lobbyismus, Politik, Hollywood und die Boulevardpresse.



➔ **Organisiert eine Filmvorführung zu einem dieser Filme oder einem aus eurer Sicht zur Thematik passenden Film.**

Wie man einen Filmclub organisiert, erfährst du beim Oneworld Filmclub: www.oneworldfilmclubs.at/

➔ **Schreibt nach der Vorführung einen Bericht, in dem ihr den gewählten Film kurz vorstellt und die Diskussion über den Film zusammenfasst.**

SPEICHERT DAS ERGEBNIS AUF EUREM USB-STICK.
DATEINAME:



Die Illustrationen wurden erstellt mit Bildern folgender Quellen:
<http://www.freepik.com>