



SO WERDEN WIR VON DEN MEDIEN MANIPU- LIERT.....

Für alle, denen dieser Bericht zu viel zum Lesen ist - hier eine
kürzere Version:

**"Wir Menschen glauben viel leichter eine Lüge, die
wir schon hundertmal gehört haben, als die Wahr-
heit, die uns völlig neu ist."**

Alfred Polgar

Bis 1979 war das Verständnis zwischen Menschen und Hunden mit nur wenig Problemen belastet. In diesem Jahr brachte das Magazin "GEO" einen reisserischen Artikel über Hundekämpfe in Amerika. Der Erfolg war der Dangerous Dogs Act in England, dem tausende Hunde vom "Pit-bull-Typ" zum Opfer fielen ...

Die Rechnung der Medien ging auf

Im Sommerloch 1980 wärmte die BILD-Zeitung dieses Thema auflagenverstärkt auf, der Rest der Boulevardpresse folgte, dann Tageszeitungen und Fernsehen. Der Mensch des 20. Jahrhunderts, übersättigt durch immer grösseren Medieneinfluss, braucht immer stärkeren Nervenkitzel (siehe die täglichen Filme mit Mord und Totschlag im Fernsehen). Die Rechnung der Medien ging auf - Hundebisse, rund um den Erdball, wurden immer mehr publiziert. 1992 war es dann soweit! Der damalige Staatsminister des Inneren des Freistaates Bayern vermutete, wie im Text der Verordnung wechselnd aufgeführt, unwiderleglich und unwiderlegbar, dass diese alten, seit der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts auch in Deutschland vorhandenen ausländischen Rassen besonders gefährlich seien. Es gibt sie, ebenso ohne Probleme wie die meisten urdeutschen Rassen. Die menschliche Urangst vor allem Fremden wurde durch diese "Bayrische Verordnung über Hunde mit gesteigerter Aggressivität und Gefährlichkeit" ab dem 1. August 1992 so offiziell gefördert.

Die von einem Gebrauchshundeführer ohne jede eigene Erfahrung mit diesen Rassen erstellte Namensliste zeigt zwar dem Fachmann sofort dessen Unwissenheit, aber Politik wird, wie man uns allen traurigerweise immer wieder vor Augen führt, sehr oft ohne jegliches Fachwissen und ohne Bedenken der Folgen gemacht.

Eine willkommene Ablenkung

So kam, was durch die Manipulierbarkeit des Menschen kommen musste. Politiker aller Parteien entdeckten das „Kampfhunde“-Thema als willkommene Ablenkung vom eigenen Misserfolg in wichtigen Dingen. Hier konnte man Profil gewinnen und besonders in Wahlkämpfen "etwas für die Bürger tun".

Dieses Thema schwappte auch in die Schweiz über - bei uns bekannterweise, kümmerte sich der BLICK um seine Auflagenzahlen und erzeugte mit gezielten Aktionen und unterschwelligem Informationen beim Leser Unwohlsein. Logischerweise verbreitet sich nun in der breiten Bevölkerung eine massive Verunsicherung und teilweise sogar Angst....

Lieber Leser - seien Sie sich aber bewusst, dass die Zeitungen immer nach dem gleichen Muster vorgehen. Sie können das Wort "Hund" gegen irgendetwas austauschen - das Schema bleibt immer gleich!

Und so geht es.....

Neben den bekannten Fixdaten weist der Kalender auch das sogenannte Sommerloch auf, das gemeinhin als nachrichtenarme Periode unter dem Einfluss aktivitätshemmender Hochtemperatur definiert wird. Im Sommerloch geht deshalb den Medien regelmäßig der Stoff aus, was beim Fernsehen zur Folge hat, dass der Volontär in die Altfilm-Ablage geschickt wird. Bei den Zeitungen hingegen ist es Usus, einen "fundierten" Bericht zu erstellen. So lässt man z.B. ein Känguru entlaufen um es in täglichen Fortsetzungen wieder einzufangen - oder schreibt eben über Kampfhunde und deren scheinbare Gefährlichkeit. Man konstruiert also eine Story oder greift in die Mottenkiste, nimmt alte Fotos, alte Filme - sogar alte Reportagen und veröffentlicht diese wieder mit entsprechenden Headlines (Titel).

Reportagen

Mit den Reportagen beginnt es bekanntermassen. Ich selber habe bereits zweimal miterlebt (einmal bei einem Ereignis und einmal bei einem organisierten Hearing) dass **kein** BLICK-Reporter vor Ort war, **keiner** live dabei war – doch anderen Tags füllte diese Zeitung mehr als eine halbe Seite über das Thema und schrieb mehr oder weniger frei von der Leber weg. Nicht einmal 5% des gesamten Textes entsprachen den Tatsachen - 95% waren rein erfunden - und nicht nur das - als Krönung wurde noch eine entsprechende Meinungsäußerung des verantwortlichen Verlagsleiter dazugefügt.

Das Geschäft mit der Angst ist der beste Garant für Auflagensteigerungen.

So lassen sich Zeitungen verkaufen, so werden Einschaltquoten gemacht.



Der Pitbull und der American Staffordshire Terrier werden in den USA seit ungefähr 150 Jahren liniengezüchtet. Seit Ende der 60er Jahren sind diese Rassen auch in Europa anzutreffen. Es war eine kleine verschworene Gemeinde mit ein paar wenigen Hunden. Bis die Medien auf diese Hunde aufmerksam wurden - dann ging es los.

Kurzerhand gab man den Hunden aufgrund ihrer früheren Aufgabe den Namen "Kampfhund". Diese unterschwellige Botschaft vermittelt dem Leser deutlich - Achtung: Kampf! Da habe ich etwas zu erwarten! Der Mensch hat Angst vor dem Kampf - und wenn dann noch ein Hund dahinter steckt - ein Tier mit Zähnen bewaffnet - dann ist die halbe Miete schon geschafft: einschlägige Kreise beginnen sich für diese Hunderasse zu interessieren. Der Rest ergibt sich dann von allein - für neue Schlagzeilen ist gesorgt!

Unterschwellige Botschaften können aber auch so lauten:

Mann von eigenen Hunden zerfleischt

LÜTTICH (Belgien) - Zwei Rottweiler haben am Samstag in Lüttich ihren Halter angefallen und lebensgefährlich verletzt. Einer der beiden Kampfhunde sprang dabei dem 28-jährigen Mann regelrecht an die Kehle. In einer Klinik kämpften die Ärzte gestern den ganzen Tag um das Leben des Hundebesitzers. Seine beiden Tiere sollen eingeschläfert werden. Die deutsche Regierung hat nach den Kampfhund-Angriffen der letzten Wochen in aller Eile einen Gesetzesentwurf beschlossen. Künftig soll die Einfuhr von Tieren der als besonders gefährlich geltenden Rassen Pitbull-Terrier, American Staffordshire-Terrier und Staffordshire-Bullterrier verboten werden. Auch Verstöße gegen landesrechtliche Zuchtverbote werden unter Strafe gestellt.

BLICK

Publikations-Datum: 20000717

Zeitungs-Nummer: 164 Seite: 6

In diesem Artikel wird darüber berichtet, dass zwei Rottweiler zugebissen haben - liest man den Text aber, wird vermittelt, dass nach dieser Attacke in Deutschland ein Verbot erhoben wurde für die Rassen Pitbull, American Staffordshire Terrier und Staffordshire-Bullterrier. Also schlussfolgert der Leser, dass zwar Rottweiler zugebissen haben, dies aber der Beweis dafür sei, wie hochgefährlich Pitbull & Co. sind.

(**Übrigens:** Wie immer ist auch dieser Bericht schlecht recherchiert - kein Wort wird darüber verloren, warum die Hunde ihren eigenen Meister gebissen haben.)

Im Frühjahr 2001 konnte man lesen "**Kampfhund mit Spezialmunition erschossen**". Nun - für den Leser ist durch die erlogene Vorgeschichte klar, dass Kampfhunde zäh sind und keinen Schmerz verspüren, deshalb muss man diese Tiere ja mit Spezialmunition erschossen....!!

Die Macht des Bildausschnittes

Diesem Hund sieht man zwar seine eindeutige Haltung deutlich an. - Jedoch fehlt das ganze Bild - vielleicht steht gegenüber ein Labrador in der gleichen Haltung - aber eben, ein Labi ist halt kein Pitbull! (oder ist das Foto womöglich gestellt - der Hund also extra provoziert?)



Artikel gefunden bei in-sachen-hund.de

Ihr Partner für artgerechte Hundehaltung und eine harmonische Mensch-Hund-Beziehung

Teilweise wurden sogar Menschen gesucht, die für ein paar Mark oder Franken bereit waren, ihre - eigentlich friedlichen - Tiere als höchst angriffig darzustellen. So waren (gekaufte) Darsteller bereit das eigene Haustier fotografieren oder filmen zu lassen, wie es seinen Herrn (friedlich) anspringt. Der richtige Bildausschnitt, und die Aufnahme sieht wirklich gefährlich aus.

(Bei diesen Tieren, deren Gesicht gut zu erkennen ist, weil sie nur über kurze Behaarung verfügen - sieht das dann schon bedrohlich aus).

Selbst ein absolut friedlicher Hund - der einfach an der Leine zieht, seine Lefzen somit (durch das Halsband) nach hinten gezogen werden - kann mit dem richtigen Bildausschnitt als gefährlich dargestellt werden. Eine Zeitung zeigte genau dieses Bild und titulierte diesen Hund als Angriffshund.

Jeder Hund sieht so aus wenn er an der Leine zieht. Nur wird es bei den meisten Hunden aufgrund des längeren Fells nicht so deutlich, da das Gesicht weitestgehend bedeckt ist.

Die Bullrassen haben, bedingt durch Ihre Hautstruktur, speziell um den Hals mehr "Behang" - und so zieht es ihnen um das Maul herum einfach alles nach hinten.



Der richtige Bildausschnitt ist alles.



(Ein Bild sagt mehr als tausend Worte). Da kann man sogar spielende Hunde (dieses Bild zeigt tatsächlich spielende Hunde) als Hundekampf angeben - wäre das ganze Bild zu sehen, sähe jedermann die tatsächliche Szene - da aber der Bildausschnitt auf ein Minimum begrenzt wurde, ist der genaue Umstand nicht mehr zu erkennen.



Art. 4 des Journalisten-Kodex:

"Sie bedienen sich bei der Beschaffung von Informationen, Tönen, Bildern und Dokumenten keiner unlauteren Methoden. Sie bearbeiten nicht oder lassen nicht Bilder bearbeiten zum Zweck der irreführenden Verfälschung des Originals. Sie begehen kein Plagiat."



(<http://www.presserat.ch/>)

Artikel gefunden bei in-sachen-hund.de

Ihr Partner für artgerechte Hundehaltung und eine harmonische Mensch-Hund-Beziehung



Auch das nebenstehende Bild zeigt einen bösen, angreifenden Hund – **Aber beachten Sie mal seine Zungenstellung - der Hund ist am Gähnen!**

Und hier das **Originalfoto:**



Natürlich reichen Titel und Bildausschnitt nicht aus. Diese Elemente dienen lediglich dem Blickfang. Wichtig ist auch die richtige Positionierung innerhalb der Zeitung. **Die Titelseite und die Seite 3 sind die besten Seiten für reisserische Artikel.**

(Dazu muß man wissen, dass der Leser zuerst immer die rechte Seite anschaut und dann zur Linken schweift - deshalb die Seite 3).

Auch die Schlussseite ist nicht schlecht - aber da kommen schon eher die letzten News - und die sind nicht unbedingt das Diskussionsthema Nummer 1.

Wird also auf Seite 2 einer Zeitung über Mord- und Totschlag berichtet, einen Flugzeugabsturz mit 200 Toten, ein Busunglück mit 50 Toten – wird dies niemals so starke Beachtung finden wie die Seite 3, möglicherweise mit einem Leichtverletzten durch einen Hund. (Beobachten Sie einmal selbst: Ist der Platz für eine Reportage nicht ausreichend, wird in der Regel auf eine gerade Seitenzahl (2, 4, 6 etc.) verwiesen).

Beispiel: Im Blick vom 6. September 2000 fand man auf Seite 1 als Headline (noch über dem BLICK-Logo) "Pitbull beißt Dackel tot". Der Bericht endet, wie immer, auf Seite 2. Ironischerweise steht gleich neben diesem "End"-Bericht ein ganz kleiner Artikel "Hunde fielen Rentner an" - Der Mann musste operiert werden, da die drei Schäferhunde ihn am Bein ziemlich schlimm zurichteten!

Nun, beißt also ein Pitbull zu - egal in wen oder was – so ist es ungleich schlimmer, als wenn andere Hunderassen einen Menschen anfallen. Selbstverständlich hätte auch dieser Vorfall mit dem Dackel nicht passieren müssen - aber wieder einmal mehr wurde der Umstand dazu verfälscht und das Wichtigste ausgelassen. Und leider - wenn der Blick sein Ziel mit seiner unendlichen Rassendiskriminierung erreicht, spielt dieses eine Dackelleben bald keine Rolle mehr - dann wird es auch in der Schweiz zur landesweiten Tierabschlachterei kommen – und somit zu genügend Schlagzeilen..... **Das ist Manipulation!**



Wenn dann nicht nur auf altes Bild- und Archivmaterial zurückgegriffen werden muss, sondern aus aktuellem Anlass noch über einen Unfall berichtet werden kann - dann hat man einen Aufhänger für die nächsten Tage - jetzt kann man richtig hetzen. "Eine Killerbestie hat einen Menschen getötet" - Das Wort "Killer" ist schon recht stark. "Bestie" verkörpert der Mensch als eine allerschlimmste Kreatur - und erst "Killerbestie"? Einen Menschen getötet - na ja - ein Kind - um so besser (abgesehen davon, ist es natürlich eine Tragödie - aber wie bereits beschrieben, zeigen die Medien keine echte Anteilnahme - sondern das ganze dient wirklich lediglich der

Auflagensteigerung resp. der Erhöhung der Einschaltquoten). Wahnsinn - Pitbull - die Schweizer können alle englisch (?) - deshalb versteht man auch gleich - Pitbull – Bit (?) gleich beißen (?), Bull ist ein Bulle - groß, kräftig und bei roten Tüchern aggressiv - also ein „**Beissbulle**“ ???

Artikel gefunden bei in-sachen-hund.de

Ihr Partner für artgerechte Hundehaltung und eine harmonische Mensch-Hund-Beziehung

Es wird dann sogar noch visualisiert - eine Kreuzung zwischen einem Deutschen Schäfer und einem Rottweiler (Sonntagsblick vom 2. Juli 2000). Der Deutsche Schäfer wurde auch lange Zeit in der Presse herumgeschleppt - der Rottweiler ist allen noch im Gedächtnis - also - was muss das für eine Bestie sein, der Pitbull, wenn er aus zwei solch "gefährlichen" Hunden gekreuzt wird. (Trotz verschiedenen Briefen an den BLICK und dem Wissen der Zeitung um den APBT - Club SCHWEIZ, wurde diese Kreuzung angegeben. Unserer Meinung nach ist das Betrug am Leser!

Siehe auch das Logo der Chicago Bulls - es charakterisiert genau dieses Thema. - Was uns Angst macht, kann uns aber auch stärken. Eben zum Beispiel in Form eines Logo's.

Begriffe und Schlagworte (Synonyme)	
Hund	Pitbull, Kampfhund, tödliche Kampfmaschinen, Bestien, Killer. Killer-Maschinen, Angriffshund
Beissen	Todesbisse, zu Tode gerissen, kaltblütig gekillt, ins Gesicht gebissen (auch wenn's nur an der Hose halten war)
Unfall	Blutbad, kaltblütig gerissen, zerfleischt

Anmerkung	<i>Ein Chefreporter vom Blick, bestätigte mir per Telefon, dass jeder gefährliche Hund, egal welcher Rasse - ein Pitbull sei. Das ist kein Witz! Für die Reporter ist der Begriff "Pitbull" tatsächlich ein Angriffshund und hat mit der Rasse "Pitbull" nichts zu tun</i>
------------------	--

Die TED-Umfrage

Steigernd folgt eine TED-Umfrage. Diese Umfragen sind an ein durch diese Zeitung verunsichertes Publikum gerichtet und sagen eigentlich nur aus – ja, ich habe den BLICK gelesen, und die Meldung ist furchtbar. Also eine reine Bestätigung für die Redaktion - wir haben unser Geschäft gut gemacht.

(Der BLICK selber bezeichnet TED-Umfragen als reine "Stimmungsbarometer" [*persönliches Schreiben vom Blick vom 3. Juli 2000, gez. Verlagsleiter*] - also die Bestätigung für die Redaktion).

Der Leser bezahlt sogar noch für die Meinungsumfrage, ob einem die Artikel gefallen oder nicht - für dieses TED-Telefon bezahlt man meist noch 2.-- Fr./min. - und die Internet-Umfragen – auch kein Problem - man drückt immer wieder auf den "Zurück-Button" und stimmt von neuem ab – auch so kann man seine Meinung kund tun.

Manipulation durch Gruppendynamik



Nach Todesbissen auf Schulhof Sie müssen sterben

Würde es heißen: "wir haben einige Leser befragt" ist die Wertigkeit der Aussage nicht so stark, als wenn die Schlagzeile lautet: "Tausende Schweizer sind sich einig..." oder noch stärker - "...die Schweizer sind sich einig..."

Also kann ein Einzelner nur schlecht eine andere Meinung vertreten - nicht nur das – wäre er dennoch in der Lage eine eigene Meinung zu bilden, wäre er womöglich der einzige in der Schweiz - denn der BLICK schreibt ja ganz eindeutig: "die ganze Schweiz zittert..."

Der Textaufbau erfolgt also permanent **im Superlativ**. Von uns nicht direkt wahrgenommen, führt dies zu einem sofortigen Entscheid im Unterbewusstsein aber auch im Bewusstsein, das sich logischerweise diesen Superlativen anschliesst. Eine eigene Entscheidungsfindung wird weitestgehend genommen!

Was bleibt anderes übrig als "mitzumachen" – man möchte ja schließlich dazugehören...

Ein kleines Beispiel der übertriebenen Superlative: Im BLICK vom 27. Oktober 2000 lautet die Schlagzeile "Rottweiler beißt Bub Genick durch" - Diese Meldung hat natürlich eingeschlagen - aber - wenn jemandem das Genick durchgebissen wird, ist jener garantiert tot - in unserem Fall schwebte der Junge (6 Jahre alt) zwar in Lebensgefahr - aber das Genick blieb dabei heil - von durchbeissen keine Rede!

Weitergehende Manipulation (oder wie in der Werbung auch gesagt wird – ein "Verstärker") erfolgt durch

die Wahl der Farben und ihre Zusammenstellung:

**KAMPFHUNDE MÜSSEN
GESTOPPT WERDEN**

**KAMPFHUNDE MÜSSEN
GESTOPPT WERDEN**

Welcher der beiden Titel wird wohl eher beachtet?

Rot ist für uns die Farbe der Leidenschaft, Liebe, Blut, Feuer, Temperament. Schwarz ist gleichbedeutend mit Trauer, Wehmut. Beide Farben in Verbindung ergeben ein Fegefeuer der Gefühle. Erotisch angezogen müssen wir diese Information einfach lesen. (Oder kennen Sie etwas erotischeres als eine schöne Frau in einem schwarzen Slip in schummerig rotem Licht? - Sogar das horizontale Gewerbe kennt das Spiel der Farben in Verbindung mit unserem Unterbewusstsein! - Beachten Sie in diesem Zusammenhang auch das Logo der Chicago Bull weiter oben!)

Ein zusätzlicher Verstärker ist die **invertierte Schrift** (negativ eingelegte Schriften in einen (meist) schwarzen Balken. (siehe oben)). Diese Botschaft muss einfach auffallen - hebt sie sich doch deutlich ab! (Auch das BLICK- und BILD-Logo sind invers in rotem Feld dargestellt!) - Die Manipulation beginnt also schon bei der Wahl der Zeitung - man wird unterschwellig gezwungen dies zu lesen, weil unser Hirnapparat auf diese Signale reagiert und unbewusste Reaktionen auslöst (Es werden Hormone im Hirn ausgestossen - und gegen die kann man sich nicht wehren und hat auch keine Kontrolle darüber). Rot wirkt erotisch, in Verbindung mit Schwarz löst es bei

Artikel gefunden bei in-sachen-hund.de

Ihr Partner für artgerechte Hundehaltung und eine harmonische Mensch-Hund-Beziehung

uns hocherotische Reaktionen aus - und genau deshalb sind wir sensationsgierig - nicht die Sensation ist das Zentrale - sondern das Glücksgefühl, das wir dabei erleben.

Und dann gibt es noch die Sache mit den Statistiken:

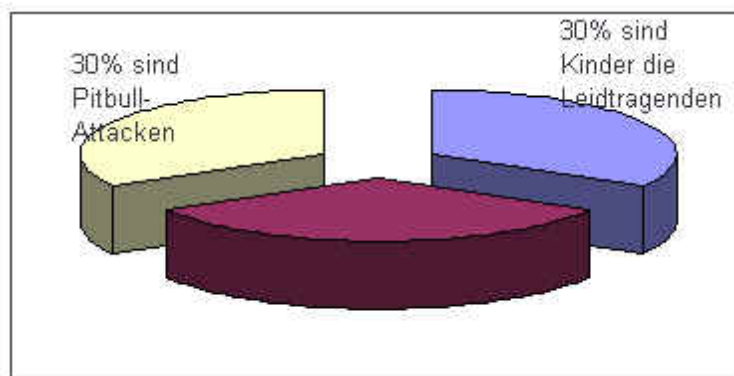
eine Statistik aus Deutschland, aus dem Jahre 1997

Unfälle pro	Jahr	Tag	Stunde
Verkehrsunfälle	3'002'311	8'225	343
tödliche Haushaltsunfälle	6'728	18,5	0,75
tödliche Hundeeunfälle	3	0,008	0,000342

Gezählt sind alle tödlichen Unfälle mit oder durch Hunde aller Rassen, nicht nur verursacht durch Bissunfälle. Diese 3 Unfälle waren wie folgt aufgeteilt:

1 Rottweiler	hat ein Kind zu Tode gebissen (Norddeutschland)
1 Rottweiler	hat seine eigene Herrin gebissen (gleicher Hund wie oben)
1 Pitbull	überquerte die Strasse, wurde überfahren, und durch die harte Bremsung kam das Auto ins Schleudern, und durch den Aufprall kam der Fahrer ums Leben.

Und nun kommt die Presse: Bei über 30% aller Kampfhundeeunfällen sind die Kinder die Leidtragenden (TINA v. 31.3.99, Nr. 14). - Von allen Kampfhundeeunfällen sind über 30% Pitbull's beteiligt. 60% aller tödlichen Attacken gehen auf das Konto der Rottweiler. Es sind immer nur Kampfhunde - keine andere Hunde sind an tödlichen Unfällen beteiligt. Über 30% aller Kampfhunde, greifen den eigenen Meister an - und so weiter, und so fort!



Die Zahlen stimmen zwar - aber mit Statistiken kann man schon sehr viel verfälschen. Jedem Buchhalter ist bewußt: Traue keiner Statistik, es sei denn - man hat sie selbst erstellt!

Wenn eine Story dann auch wirklich eine solche werden soll, müssen die Aussagen noch unterstrichen werden. Hierfür gebraucht man ein **Testimonial**. **Testimonials sind Pressestimmen** von Personen, die das bisher Geschriebene zusätzlich mit ihrem Namen bestätigen. Am effektivsten ist die Pressestimme einer Persönlichkeit - beispielsweise eines Nationalrates (der Hunden möglicherweise nicht sonderlich zugetan ist). So haben sich auch Herr Studer und Herr Jutzer gerne für diese Aktionen bereiterklärt, zumal ihnen dies sicherlich bei den nächsten Wahlen wieder Stimmen bringen wird. (Ich hoffe, die Herren Nationalräte Studer und Jutzer machen die Rechnung dann nicht mit den Hündelern - die werden sie bestimmt nicht mehr wählen).

Natürlich reicht eine Stimme nicht aus - so werden weitere Personen gesucht, die über entsprechende Titel (in unserem Fall, z.B.: Tierärzte, Kynologen usw.) verfügen (so kann auch eine Frau Berlowitz als Hundexpertin herhalten - ob sie nun etwas von Hunden versteht oder nicht - danach fragt letztendlich keiner) und, da sie selbstverständlich die gleiche Auffassung vertreten, zustimmen. Haben die Betreffenden selber keine Zeit ein Testimonial zu schreiben, übernimmt das der Verlag, und der Beitrag muß durch den Auserwählten lediglich noch unterschrieben werden - **so einfach ist Manipulation!**

NEIN - es ist noch nicht alles für eine echte Story - **denn nun greifen die Zeitungsmacher zum gemeinsten Trick den sie auf Lager haben** - sie zeigen das Opfer. Die zu Schaden gekommene Person. Jene 200 anonymen Toten beim Schiffsunglück nebenan, über diese spricht man nicht. Aber ein Bild vom Opfer - und noch viel gemeiner - die nun leidenden Hinterbliebenen, damit wird der Zorn der Leserschaft erst richtig entfacht - nun hat man die Leser definitiv auf seiner Seite.

Was kann das Gemüt mehr bewegen, als ein Kind (von dem man auch noch weiß, wie es aussah) das getötet wurde (selbstverständlich ist das eine Tragödie - aber wie bereits beschrieben, zeigen die Medien daran keine echte Anteilnahme - alles dient lediglich der Auflagensteigerung resp. der Erhöhung der Einschaltquoten) - dazu noch eine rührende Geschichte - **das ist echte Manipulation!**

Für alle, die glauben, dass dies schon alles wäre - der täuscht sich. Sollte die Story nicht den gewünschten Erfolg haben, wird schnell eine **Hot Line** eingerichtet. Dort kann man sich Rat holen. Und es wird geholfen, falls man mit den Geschehnissen nicht fertig wird, mit Kampfunden“ nicht länger zusammenleben kann. So wird zusätzliches Geld verdient - die Auflage der Zeitung (oder die Zuschauerzahl) schnell wieder in die Höhe - denn die Anrufer bezahlen nicht zu knapp für das Telefonat. (schließlich muß auch der Seelsorger entlohnt werden). **Aber was bewirkt denn nun eine Hot Line?** Dem Leser oder Zuschauer wird höchste Lebensgefahr und somit Wichtigkeit suggeriert; also ruft er an. Natürlich sitzen am anderen Ende der Leitung tatsächlich Seelsorger und/oder Psychologen, die zuhören und Ratschläge erteilen. Wirklich notwendig ist diese Hot Line aber (meist) nicht. Nur eine gezielte Maßnahme, den Lesern resp. Zuschauern das Gefühl der Hilfestellung vermittelt zu haben, um sie noch weiter an sich zu binden. **Manipulation ?**

Und damit haben wir dann zu kämpfen:

In der Summe verhält es sich so: Der Leser sieht den Titel, Bilder von zähnefletschenden Hunden, ein Bild von einem Kind und liest namhafte Pressestimmen, die das Ganze unterstreichen. Dabei werden verschiedene Sinne berührt und - das Gelesene geglaubt.

Ich selber habe eine ältere Frau im Bekanntenkreis - die meinen eigenen Hund schon sehr lange kennt und mit ihm auch schon herumgetollt hat. Seit den Stories in den Boulevardzeitungen, macht sie nun einen großen Bogen um meinen Hund und mich. Meine ganzen Aufklärungen und die eigenen Erfahrungen zählen nichts. Diese Frau sagt: "Ich habe es selber gelesen - und ich glaube es!"

Und genau dieses Wissen haben unsere Werber und Zeitungsmacher!

Sie sehen also - der Presse ist nichts heilig - da wird kräftig gelogen und manipuliert.

Interessanterweise werden die höchstgefährlichen Killerbestien auch plötzlich zu lammfroschen Bürohunden. Wenn es denn gerade passt kann man den Hund auch mal mitnehmen in die Büros vom BLICK. Man schießt ein lustiges Foto - natürlich wird der Hund "getarnt", sonst wären künftige Stories sinnlos - man weiß ja nie. Und deshalb ist "Iron" einfach ein Mischling und keine angriffslustige, höchst-aggressive kinderver-schlingende Killermaschine.

Das alles wäre nicht so schlimm und auch legitim - würde dabei durch diese Boulevardzeitungen nicht alles zerstört werden. Die Leidtragenden sind immer die rechtschaffenden, verantwortungsbewussten (in diesem Fall) Hundehalter.

Übrigens ! Wir Alle wissen: Nicht nur der BLICK betreibt Hunderassismus bis zum Äussersten - aber welche Schande - in der Ausgabe vom 9. Sept. 2000 berichtet ausgerechnet der BLICK über die Weltmeisterschaft in Baar mit dem Titel "Hunde, die wie Roboter gehorchen".

Wußte der Blick denn nicht, dass auch ein American Staffordshire Terrier an den Start ging ?



Im Internet surfen ist wie ein Gang durchs Revier, um Informationen auszutauschen, findet Mischling «Iron». Foto Philippe Rossier

FAZIT: Die ganze "Kampfhundehysterie" ist durch die Medien hausgemacht. Dank ihnen haben wir heute überhaupt ein Problem.

Sie meinen, dass die Zeitungen daran nicht Schuld sind?

Zeitungen aufgepasst - es gibt eine Redewendung welche vielleicht einmal auf Euch zurückkommt - "Wer Wind sät, wird Sturm ernten" - Hoffen wir, dass es diesmal die Richtigen trifft!

Schlussendlich haben wir nur Verlierer! Alle diese Maßnahmen haben nur ein Ziel: Die Zuschauerquote und/oder die Auflagen zu verbessern. Diese kurzfristige Aktion hat der Redaktion Geld eingebracht. Aber die Verlierer, in unserem Fall die Hunde und die Hundehalter, leiden weiter. Die Medien suchen sich neue Opfer und neue Schlagzeilen - mit dem Schnee von gestern kann man kein Geld mehr verdienen. Was also, außer viel Schmerz und Angst, hat es gebracht?

Unsere Bitte an die Bevölkerung: Wenn Sie nächstes Mal derartige Schlagzeilen lesen, betrachten Sie sie kritisch. Besser noch: Sie verzichten gänzlich auf den Konsum von solchem Mediengehetze. Es gibt viele gute, informative und sachliche Tageszeitungen und Fernsehsendungen, die aufgrund ihrer Seriosität auf solche Schlagzeilen und schlagzeilenbildende Meinungsäußerungen seitens der Redaktionen verzichten können.

Unsere Bitte an die Politiker: Um Politiker zu sein bedarf es viel Wissen, Ausbildung und Durchhaltewillen - wenigstens war es bis heute so. Qualitativ sind unsere heutigen Politiker scheinbar nicht mehr in der Lage, eine eigene Meinung zu bilden und entwickeln zusätzlich eine zwanghafte Profilierungsneurose. Dies führt dazu, dass die weniger standfesten Politiker zur billigsten und äußerst dummen Maßnahme greifen - **sie werden zum Sprachrohr der Boulevardpresse**. Ich selber bin auch Schweizer und ich weiß, dass solche Maßnahmen in unserem Lande garantiert vom politischen Sitz zum Schleudersitz führen. Beweisen Sie also, dass Sie alle ihrem hohen Amt gerecht werden, indem Sie sich ihren wirklichen politischen Aufgaben widmen und für Ihren Stand entsprechende Presseinformationen und Tageszeitungen konsumieren. **Der Blick gehört sicher nicht dazu!**

Schlussbemerkung: Zeitungen haben den Auftrag, Berichte zu verfassen und die Leser zu informieren. Sie tragen aber auch eine Verantwortung. Und genau diese Verantwortung nehmen solche Vergnügungsblätter nicht wahr - wissen sie doch ganz genau - obwohl uns der Betrug bewusst ist, nehmen wir ihn doch in unserem Unterbewusstsein auf.

LASSEN SIE SICH NICHT FÜR DUMM VERKAUFEN - VERZICHTEN SIE AUF DEN KONSUM SOLCH WERTLOSER BERICHTERSTATTUNG!

© Daniel Jegge, 8555 Müllheim Dorf
www.outlaw.ch

Artikel gefunden bei in-sachen-hund.de

Ihr Partner für artgerechte Hundehaltung und eine harmonische Mensch-Hund-Beziehung