



Montag, 30. März 2020, 22:00 Uhr
~16 Minuten Lesezeit

Die Psychologie der Massen

Politik und Medien spielen in der Corona-Krise auf der Klaviatur der Angst — ihre Methoden erinnern an jene der Kriegspropaganda.

von Hans Springstein
Foto: frankie's/Shutterstock.com

*„Erleben wir gerade ein großes soziales Experiment, um zu sehen, wie die Menschen auf Anweisungen von oben hören?“, fragte mich unlängst eine ausländische Journalistin. Ich habe ihr gesagt, dass ich das nicht weiß, mich das aber auch schon gefragt habe. Das hat mich an die Fragen erinnert, die ich unlängst **aufgeschrieben***

(<https://www.rubikon.news/artikel/fragen-zur-corona-hysterie>) habe. Auf der Suche nach Antworten habe ich in Büchern geblättert, die es zu Fragen der

Massenpsychologie und Massenkommunikation sowie zu Propaganda und Manipulation gibt. Darin habe ich viele modellhafte Beschreibungen der Prozesse gefunden, die derzeit in der Corona-Krise ablaufen bzw. angestoßen wurden. Nur der Anlass scheint neu: das Virus Sars-Cov 2 und die von ihm mutmaßlich ausgelöste Krankheit Covid-19. Die politischen und sozialen Mechanismen in der herbeigemeldeten Krise sind es aber nicht.

Vieles muss nicht neu gesagt oder neu formuliert werden. Es muss nur daran erinnert werden, dass es schon gedacht, gesagt, geschrieben und gezeigt wurde. Es muss dem Vergessen und der Informationsflut entrissen werden.

Eine Reihe der Erkenntnisse beziehen sich insbesondere auf die Kriegspropaganda, aber sie gelten darüber hinaus. Sie können helfen zu verstehen, was derzeit geschieht – und inzwischen wurde ja ein „Krieg gegen das Virus“ schon ausgerufen.

Deshalb folgt eine Reihe von Zitaten. Diese sind nicht zum „Nachbeten“ gedacht, sondern sie sollen zeigen, mit welchen Mustern wir es auch in der „Corona-Krise“ zu tun haben. Sie können helfen, eben diese Muster und die angewendeten Mechanismen besser zu erkennen.

Die Macht der Angst

Der Wahrnehmungs- und Kognitionsforscher Rainer Mausfeld

beschrieb, wie Angst durch die propagandistische Erzeugung einer vorgeblichen Bedrohung erzeugt wird:

„(Dem) Zweck einer Verdeckung eigener Ziele und Absichten dient eine Angsterzeugung durch propagandistische Deklaration einer großen Gefahr X, der die Bevölkerung durch einen »Kampf gegen X« entschlossen entgegentreten müsse. Eine derartige propagandistische Warnung begleiten die staatlichen Apparate durch »die gegenwärtig alles beherrschende Verheißung des Schutzes vor Terrorismus und Bösem aller Art«. X kann dabei so ziemlich alles sein, was sich irgendwie wirksam zur Angsterzeugung nutzen lässt. X kann also für »Kommunismus« stehen, für Migranten, »Sozialschmarotzer«, Terrorismus, Fake News und Desinformation, Rechtspopulismus, Islamismus oder für irgendetwas anderes. Durch die propagandistische Ausrufung eines »Kampfes gegen X« lassen sich in »kapitalistischen Demokratien« gleichzeitig mehrere von den Zentren der Macht gewünschte Ziele erreichen: Zum einen wird der für Machtzwecke nutzbare Rohstoff »Angst« produziert, zudem lässt sich die Aufmerksamkeit sehr wirksam auf Ablenkziele richten, und schließlich lassen sich unter dem Vorwand eines Kampfes gegen X demokratische Strukturen abbauen und auf allen Ebenen der Exekutive und Legislative autoritäre Strukturen etablieren“ (1).

Die Regierung im Schatten

Edward Bernays, Neffe von Sigmund Freud, gilt als „Vater der Public Relations. In seinem Klassiker von 1928 „Propaganda“ hat er beschrieben, wie genau diese – heute unter dem neuen Etikett „Public Relations“ – funktioniert. Dazu gehört laut Bernays auch Folgendes:

„Die bewusste und zielgerichtete Manipulation der Verhaltensweisen und Einstellungen der Massen ist ein wesentlicher Bestandteil

demokratischer Gesellschaften. Organisationen, die im Verborgenen arbeiten, lenken die gesellschaftlichen Abläufe. Sie sind die eigentlichen Regierungen in unserem Land.

Wir werden von Personen regiert, deren Namen wir noch nie gehört haben. Sie beeinflussen unsere Meinungen, unseren Geschmack, unsere Gedanken. Doch das ist nicht überraschend, dieser Zustand ist nur eine logische Folge der Struktur unserer Demokratie: Wenn viele Menschen möglichst reibungslos in einer Gesellschaft zusammenleben sollen, sind Steuerungsprozesse dieser Art unumgänglich.

Die unsichtbaren Herrscher kennen sich auch untereinander meist nicht mit Namen. Die Mitglieder des Schattenkabinetts regieren uns dank ihrer angeborenen Führungsqualitäten, ihrer Fähigkeit, der Gesellschaft dringend benötigte Impulse zu geben, und aufgrund der Schlüsselpositionen, die sie in der Gesellschaft einnehmen. Ob es uns gefällt oder nicht, Tatsache ist, dass wir in fast allen Aspekten des täglichen Lebens, ob in Wirtschaft oder Politik, unserem Sozialverhalten oder unseren ethischen Einstellungen, von einer ... relativ kleinen Gruppe Menschen abhängig sind, die die mentalen Abläufe und gesellschaftlichen Dynamiken von Massen verstehen. Sie steuern die öffentliche Meinung, stärken alte gesellschaftliche Kräfte und bedenken neue Wege, um die Welt zusammenzuhalten und zu führen“ (2).

Bernays hat US-Regierungen ebenso beraten wie die Tabakindustrie, die einst so mächtig war wie heute die Pharmaindustrie. In seinem Buch schrieb er auch:

„Systematische Erforschung der Psychologie der Massen hat gezeigt, wie wirkungsvoll die Gesellschaft regiert werden kann, wenn es den verborgenen Herrschern gelingt, den Einzelnen in seiner Gruppenzugehörigkeit zu erreichen und seine Motive zu manipulieren. Trotter und Le Bon haben dafür die wissenschaftlichen Grundlagen gelegt. Graham Wallas, Walter Lippmann und andere

haben bei weiteren Untersuchungen herausgefunden, dass sich das Gruppenbewusstsein in der psychischen Charakteristik wesentlich von dem des Individuums unterscheidet. Das Handeln des Menschen in der Gruppe wird bestimmt von Gefühlen und Beweggründen, die mit den Ansätzen der Individualpsychologie nicht erklärt werden können. Wenn wir aber wissen, wovon und wie die Massenpsyche bewegt wird – sollte es dann nicht möglich sein, sie unbemerkt nach unserem Willen zu lenken und zu kontrollieren?

Wie der Einsatz von Propaganda in jüngster Zeit bewiesen hat, ist dies bis zu einem gewissen Grad und innerhalb gewisser Grenzen tatsächlich möglich. Allerdings ist die Psychologie der Massen noch lange nicht als exakte Wissenschaft zu bezeichnen, und das Geheimnis, was die Triebfedern menschlichen Verhaltens sind, ist noch längst nicht bis ins Detail entschlüsselt. Aber Theorie und Praxis sind inzwischen zumindest so weit in Übereinstimmung zu bringen, als wir in bestimmten Situationen durch die Anwendung bestimmter Techniken recht genau vorhersagbare Meinungsänderungen in der Öffentlichkeit herbeiführen können; ähnlich wie ein Autofahrer mit dem Gaspedal die Fahrgeschwindigkeit steuert“ (3).

Die Steuerung der Meinungen

Zu den Klassikern zu Fragen der öffentlichen Meinung und Manipulation gehört der von Bernays erwähnte Walter Lippmann. Dieser veröffentlichte 1922 das Buch „Die öffentliche Meinung. Wie sie entsteht und manipuliert wird“. Der Medienwissenschaftler Michael Meyen **meinte** (<https://medienblog.hypothesen.org/2257/>):

„Lippmann sagt, wie wir gesteuert werden. Das ist aktueller denn je.“

Der US-amerikanische Journalist stützte sich insbesondere auf die Erfahrungen des 1. Weltkrieges und betonte vor allem die Wirkung

der Bilder. Aus Lippmanns Buch, das 2018 neu auf Deutsch veröffentlicht wurde, ebenfalls einige zusammenfassende Zitate:

„Wir haben gelernt, das Propaganda zu nennen. Eine Gruppe von Menschen, die der Öffentlichkeit den ungehinderten Zugang zu den Ereignissen verwehren kann, arrangiert die Nachrichten, damit sie ihren Zwecken dienen. (...)

Ohne eine gewisse Form der Zensur ist Propaganda im strengen Sinne nicht möglich. Um Propaganda zu betreiben, muss eine gewisse Schranke zwischen Öffentlichkeit und Ereignis errichtet werden. Der Zugang zu der wirklichen Umwelt muss begrenzt werden, ehe jemand eine Pseudoumwelt errichten kann, die er für klug oder wünschenswert hält. Denn während Leute, die unmittelbaren Zugang haben, missverstehen können, was sie sehen, kann niemand sonst darüber bestimmen, wie sie es missverstehen sollen, es sei denn, jemand könnte bestimmen, wohin sie schauen und was sie sehen sollen. Die militärische Zensur ist die einfachste Form dieser Schranke, aber keinesfalls die wichtigste, weil man weiß, dass sie existiert und man ihr daher in gewisser Weise zustimmen oder sie ablehnen kann. (...)

Während Zensur und Geheimhaltung viele Informationen bereits an ihrer Quelle abfangen, erreicht eine sehr viel größere Anzahl von Fakten die gesamte Öffentlichkeit überhaupt nicht oder doch nur sehr langsam. (...)

In erster Linie sind die Nachrichten ... nicht der Spiegel gesellschaftlicher Zustände, sondern der Bericht von Aspekten, die sich selbst aufgedrängt haben. (...)

Die Entscheidung darüber, welche Tatsachen und Eindrücke berichtet werden sollen, verlangt ein ausgeprägtes Unterscheidungsvermögen. Jede organisierte Gruppe ist daher ständig davon überzeugt, dass man

das Aussondern der Tatsachen nicht dem Reporter überlassen kann, ob man nun Publicity erzielen oder verhindern will. Es ist deshalb sicherer, einen Presseagenten anzustellen, der zwischen der betreffenden Gruppe und den Zeitungen steht. (...)

Da jedoch die Tatsachen aus dem Bereich der meisten großen Nachrichtenthemen sich nicht einfach darbieten und vor allem keineswegs augenfällig sind, sondern der Auswahl und der subjektiven Auffassung unterliegen, ist es nur zu natürlich, dass man gern seine eigene Auswahl der Tatsachen für die Veröffentlichung treffen möchte. Genau das macht der Publicity Man. Und daher erspart er dem Reporter sicherlich viel Mühe, weil er ihm ein klares Bild von der Situation verschafft, aus der der Zeitungsmann sonst vielleicht gar nicht schlau würde. Hieraus ergibt sich jedoch, dass der Publicity Man das Bild für die Öffentlichkeit für den Reporter zurechtmacht. Er ist Zensor und Propagandist zugleich und dabei lediglich seinen Brotgebern verantwortlich. Der ganzen Wahrheit hingegen ist er nur soweit verantwortlich, wie sich diese mit den Interessen seiner Arbeitgeber deckt“ (4).

Die Methoden der Manipulation

Der Kulturwissenschaftler Douglas Rushkoff gehört zu den neueren Experten zum Thema und hat in dem Buch „Der Anschlag auf die Psyche“ beschrieben „Wie wir ständig manipuliert werden“. Er zeigt vor allem, wie Werbung wirkt und welche Methoden dabei eingesetzt werden.

Das lässt sich aber ebenso auf den politischen Bereich beziehen, wie der einstige Werbemanager Bernays schon Jahrzehnte zuvor zeigte. Rushkoff hat laut eigener Aussage „genau untersucht, wie Marketingexperten, Politiker, religiöse Führer und manipulative Kräfte jeglicher Art auf unsere Entscheidungen im Alltag Einfluss

nehmen“:

„Der blitzartige Wandel, den wir während der letzten Jahrzehnte durchgemacht haben – vom Wirtschaftswunder der Nachkriegszeit über das Weltraumzeitalter bis zur Computerära –, bot unseren Manipulatoren reichlich Gelegenheit, ihr Waffenarsenal auf den neuesten Stand zu bringen und aufzurüsten. Auch wenn eine neue Technologie wie das Internet uns die Chance bietet, im Namen der Gemeinschaft oder unserer Verantwortung als Bürger die neue Medienlandschaft für uns zu nutzen, wird sie schnell zu einer willkommenen Ressource für die Experten in Sachen Direktmarketing, Marktforscher und traditionelle Werber.

Das schlimmste daran ist, dass die Beschleunigung des Rüstungswettlaufs zwischen uns und unseren Manipulatoren das Fundament der demokratischen Gesellschaft untergräbt. (...)

Das ist nicht etwa eine Verschwörung gegen uns, sondern einfach eine Wissenschaft, die aus dem Ruder gelaufen ist. (...)

Nur zu oft werden die Entscheidungen, die wir als Individuen oder als Gesellschaft treffen, von Leuten dirigiert, denen nicht unbedingt unser Wohlergehen am Herzen liegt. Um Einfluss auf uns zu nehmen, beschneiden sie uns in unserer Fähigkeit, rationale Urteile zu fällen; dafür appellieren sie an tiefer liegende, ungelöste und nicht damit zusammenhängende Problemschichten.

Cleverer Leute in Sachen Einflussnahme können unser kritisches Urteilsvermögen beiseite schieben und uns dazu nötigen, so zu handeln, wie es ihnen gefällt, indem sie die unbewussten Prozesse begreifen, mit denen wir entscheiden, was wir kaufen, wo wir essen gehen, wen wir respektieren und wie wir uns fühlen. Man nimmt uns unsere eigene rationale, moralische oder emotionale Entscheidungsfähigkeit. Wir reagieren automatisch, unbewusst und oft so, als wollten wir uns selbst entmachten. Je weniger wir mit

unseren Entscheidungen zufrieden sind, desto leichter sind wir manipulierbar. (...)

Fast alle Techniken des sanften Zwangs, die ich studiert habe, machen sich die eine oder andere gesunde psychologische oder soziale Verhaltensweise zunutze. (...)

Wir leben in der Endzeit der Propaganda und somit in einer Kultur, in der so viel Autorität ausgeübt wird – wir programmieren so viel! –, dass sie schon krankhafte Symptome zu zeigen beginnt.

Diejenigen unter uns, die durch den sanften Zwang in die Unterwerfung getrieben wurden, halten uns alle für machtlos, passiv und depressiv; sie geben sich nicht selten der Meditation hin. Diejenigen, die sich gegenüber den Autoritäten dem Widerstand verschrieben haben, werden immer argwöhnischer und kritischer. Wir glauben, dass ‚sie‘ tatsächlich existieren und sich gegen uns verbündet haben. ‚Sie‘ sind zu unserem Feind geworden.

Aber sie sind es nicht. Als einer der Menschen, die dafür bezahlt wurden, sich neue Strategien der Manipulation auszudenken, kann ich Ihnen versichern: Sie sind einfach wir“ (5).

Der Publizist und Herausgeber der *NachDenkSeiten* Albrecht Müller hat sich mehrfach zu den Mechanismen der Meinungsmache und Manipulation geäußert, sie aufgedeckt und vor deren Folgen gewarnt. Der ehemalige einflussreiche SPD-Politiker weiß, wovon er spricht, hat er diese Methoden doch selbst mehrmals angewandt, wie er eingesteht. Und so heißt sein jüngstes Buch:

„Glaube wenig – Hinterfrage alles – Denke selbst. Wie man Manipulationen durchschaut.“

Müller zählt in seinem Buch die Methoden der Manipulation auf und belegt sie mit Beispielen.

Dazu gehören:

- Sprachregelungen;
- Einsatz von wertenden Begriffen;
- Erzählen verkürzter Geschichten;
- Verschweigen;
- Wiederholen;
- Übertreiben;
- eine Botschaft aus verschiedenen Kanälen aussenden;
- eine Meinung in einer öffentlichen Runde wird von mehreren geteilt;
- „Wippschaukeleffekt“: die andere Seite schlecht darstellen, um selbst besser zu erscheinen;
- mit Umfragen Meinungen machen;
- B sagen und A meinen;
- zahlreiche Andeutungen machen in der Summe Halbwahrheiten zur Wahrheit; Expertenmeinungen;
- Namen mit wertenden Begriffen verbinden;
- gezielter Einsatz von Emotionen;
- Konflikte nutzen und inszenieren.

Zu Beginn stellt er fest, was auch in der Corona-Krise gilt:

„Wenn sich eine große Mehrheit keine eigenen Gedanken mehr macht, dann ist die öffentliche Meinung steuerbar und mit ihr sind auch die davon abgeleiteten politischen Entscheidungen steuerbar. Dabei gewinnen jene, die das Steuer für die Meinungsmache in der Hand halten. (...)

Keine der großen Entscheidungen der letzten Jahre und Jahrzehnte ist ohne den Einfluss massiver Propaganda gefallen. ... immer wieder war die Propaganda entscheidend und hat auch bestimmt, was und wie etwas geschieht. Deshalb kann man von einer lebendigen Demokratie eigentlich nicht sprechen. Sie ist am Ende, wenn nicht der sogenannte Souverän, sondern die Meinungsmacher bestimmen, wo es langgeht“ (6).

Das Arsenal der Propaganda

Die belgische Historikerin Anne Morelli hat 2004 in einem Buch „Die Prinzipien der Kriegspropaganda“ beschrieben. Ein Blick darauf zeigt ebenso Parallelen zu den Vorgängen und Prozessen in der „Corona-Krise“.

Morelli fasste zusammen, was der britische Politiker und Friedensaktivist Lord Arthur Ponsonby in seinem 1928 veröffentlichten Buch „Falsehood in Wartime“ („Lüge in Kriegszeiten“) beschrieb. Darin zeigte er, ebenfalls aufgrund der Erfahrungen aus dem 1. Weltkrieg, die Strukturelemente der Lügen und Fälschungen, mit denen Kriege begründet werden.

Die Historikerin hat diese von Ponsonby beschriebenen Prinzipien in zehn Punkten zusammengefasst:

- 1 Wir wollen keinen Krieg.
- 2 Das feindliche Lager trägt die alleinige Schuld am Krieg.
- 3 Der Feind hat dämonische Züge.
- 4 Wir kämpfen für eine gute Sache und nicht für eigennützige Ziele.
- 5 Der Feind begeht mit Absicht Grausamkeiten. Wenn uns Fehler unterlaufen, dann nur versehentlich.
- 6 Der Feind verwendet unerlaubte Waffen.

- 7 Unsere Verluste sind gering, die des Gegners aber enorm.
- 8 Unsere Sache wird von Künstlern und Intellektuellen unterstützt.
- 9 Unsere Mission ist heilig.
- 10 Wer unsere Berichterstattung in Zweifel zieht, ist ein Verräter.

Unschwer sind die Parallelen zum ausgerufenen „Krieg gegen das Corona-Virus“ zu erkennen. Der wichtigste Unterschied: Hier ist der Gegner kein menschliches Subjekt. Aber die im Kampf gegen ihn angewandten Methoden der Propaganda und Manipulation unterscheiden sich kaum. Besonders beachtenswert finde ich dabei, was Morelli zum zehnten Punkt schrieb:

„Wer unsere Berichterstattung in Zweifel zieht, ist ein Verräter.“

Sie stellt darin unter anderem fest:

„In jedem Krieg werden Leute, die sich erst nach Anhörung der Argumente beider Lager eine Meinung bilden oder die offizielle Darstellung der Fakten in Zweifel ziehen, sofort als Komplizen des Feindes betrachtet.“

Die Medien machen laut der Historikerin dabei ganz aktiv mit, weil sie „dermaßen abhängig von den politisch Verantwortlichen“ seien, „dass sie in einem solch heiklen Moment unmöglich pluralistisch bleiben können.“ Sie fügte hinzu:

„Natürlich enthält keine einzige europäische Verfassung einen Passus, der in Kriegszeiten das Recht auf freie Meinungsäußerung aufhebt, doch in der Realität ist das tatsächlich der Fall. Nach einer weit verbreiteten Ansicht sollte man sich in Kriegszeiten jeglicher Opposition zur eigenen Regierung enthalten. Die Unterstützung der heiligen Union ist Pflicht. Nun sollte aber gerade in Kriegszeiten, wo Fehlentscheidungen der Regierung besonders fatale Folgen haben können, das Recht auf freie Meinungsäußerung garantiert sein, um die Regierung an Irrtümern hindern zu können. Sollte man sich, um

nicht als Verräter zu gelten, jeglichen Widerspruchs enthalten?“ (7).

Der Nutzen der Furcht

Doch der Widerspruch, für den Morelli unter anderem plädierte, erfordert Mut, denn er birgt die Gefahr, dass die Widersprechenden diszipliniert und ausgeschlossen werden.

Das erfolgt längst nicht mehr mit brachialen Mitteln, auch wenn das dafür weiterhin weltweit einige Beispiele gibt. In Gesellschaften wie der bundesdeutschen funktionieren Strafe und Ausschluss längst ebenso über soziale Mittel, so über die öffentliche, massenmedial bestimmte Kommunikation, also die öffentliche Meinung.

Aufschlussreich ist hier, was die Meinungsforscherin Elisabeth Noelle-Neumann in der „**Theorie der Schweigespirale**

[\(http://noelle-neumann.de/wissenschaftliches-werk/schweigespirale/\)](http://noelle-neumann.de/wissenschaftliches-werk/schweigespirale/)“ zusammentrug.

Ihre Prägungen aus der Zeit des Faschismus weglassend, sind ihre Erkenntnisse im Zusammenhang mit der gegenwärtigen „Corona-Krise“ ebenfalls beachtenswert:

„Die Macht der öffentlichen Meinung gegenüber dem einzelnen Mitglied der Gemeinschaft besteht in der Isolationsfurcht, die jedem Menschen angeboren ist und dazu treibt, sich ständig zu bemühen, in einer Gemeinschaft gut gelitten zu sein und die Gefahr der Zurückgestoßenwerdens, Ausgestoßenwerdens zu vermeiden. So wird durch den Prozess der öffentlichen Meinung ein ständiges Bemühen um Übereinstimmung von der Seite der Herrschenden wie von der Seite der einzelnen Mitglieder der Gesellschaft gesichert. (...)

In der Öffentlichkeit soll der einzelne so reden und sich verhalten, dass er nicht gegen die Werte der Gemeinschaft verstößt. Andernfalls

wird er durch Isolation, durch Abwendung der anderen und Gemiedenwerden bedroht. (...)

In rationalen Fragen besteht nur wenig Isolationsgefahr. ... Politik wird moralisiert, um die öffentliche Meinung zu erobern, abweichende Meinungen mit Isolationsgefahr zu belegen.“

Noelle-Neumann machte auf die Schlüsselbedeutung von Reden und Schweigen im Prozess der öffentlichen Meinung aufmerksam, was sich bei aktuellen Ereignissen besonders zeige. Die Menschen würden in Spannungssituationen genau beobachten, welche Meinungen und Verhaltensweisen zu- und welche abnehmen:

„Wer feststellt, dass sich seine Meinung ausbreitet, fühlt sich dadurch gestärkt und äußert seine Meinung sorglos, redet, ohne Isolation zu fürchten. Wer feststellt, dass seine Meinung an Boden verliert, wird verunsichert und verfällt in Schweigen. Durch diese Reaktionsweisen wirken die Meinungen der ersteren, da sie laut und selbstbewusst in der Öffentlichkeit geäußert werden, stärker, als sie wirklich sind, und ziehen weitere Befürworter an; die Meinungen des anderen Lagers wirken durch das Schweigen ihrer Anhänger noch schwächer als sie tatsächlich sind. Dadurch werden andere wiederum zum Schweigen oder Meinungswechsel bewogen, bis in einem Prozess der ‚Schweigespирale‘ die eine Meinung die ganze Öffentlichkeit beherrscht und die Gegenmeinung so gut wie verschwunden ist.“

Die Meinungsforscherin hob hervor, dass die verschiedenen Medien „eine wichtige Rolle im Prozess der öffentlichen Meinung“ spielen. Sie würden diese mit ihren Standpunkten im Bereich der politischen Moral prägen, ebenso die „ständig angestellte Umweltbeobachtung des einzelnen, wie die meisten Menschen denken“ (8).

Andere Kommunikationswissenschaftler sprechen seit langem davon, dass die öffentliche Meinung die „veröffentlichte Meinung“ wiedergibt. Diese Mechanismen sind lange bekannt und werden

aktiv genutzt, soweit das möglich ist.

Dafür sorgt auch die erwiesene enge Bindung zwischen herrschender Politik und Medien, wozu keine Zensur nötig ist. Dafür reicht schon das Gefühl führender Medienvertreter aus, Teil der Elite zu sein.

Auch in dem Fall wirkt eine Isolationsfurcht – diese führt im Großen und Kleinen wieder zur tiefen Angst in jedem Menschen, die Rainer Mausfeld beschreibt. Damit will ich den Gang durch die Fachliteratur fürs Erste beenden.

Quellen und Anmerkungen:

- (1) Rainer Mausfeld „Angst und Macht – Herrschaftstechniken der Angsterzeugung in kapitalistischen Demokratien“ Westend Verlag 2019, S. 39
- (2) Edward Bernays „Propaganda – Die Kunst der Public Relations“ Verlag Orange Press 2009 (Original 1928), S. 19
- (3) Edward Bernays „Propaganda – Die Kunst der Public Relations“ Verlag Orange Press 2009 (Original 1928), S. 49
- (4) Walter Lippmann „Die öffentliche Meinung – Wie sie entsteht und manipuliert wird“ Westend Verlag 2018 (Original 1922), Ebook
- (5) Douglas Rushkoff „Der Anschlag auf die Psyche – Wie wir ständig manipuliert werden“ Deutsche Verlags-Anstalt 2000, S. 20ff.
- (6) Albrecht Müller „Glaube wenig – Hinterfrage alles – Denke selbst. Wie man Manipulationen durchschaut“ Westend Verlag 2019, S. 7f.
- (7) Anne Morelli „Die Prinzipien der Kriegspropaganda“ zu Klampen Verlag 2004, S. 121ff.
- (8) Elisabeth Noelle-Neumann „Die Theorie der Schweigespirale als

Instrument der Medienwirkungsforschung“ in:
„Massenkommunikation – Theorien, Methoden, Befunde“
Westdeutscher Verlag 1989. S. 419 f.



Hans Springstein ist ein deutscher Journalist. In derzeit unregelmäßigen Abständen betreibt er privat den Blog **„Argumente & Fakten“** (<http://springstein.blogspot.com/>)“.

Dieses Werk ist unter einer **Creative Commons-Lizenz (Namensnennung - Nicht kommerziell - Keine Bearbeitungen 4.0 International)** (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.de>) lizenziert. Unter Einhaltung der Lizenzbedingungen dürfen Sie es verbreiten und vervielfältigen.