

*Manipulation* wird laut Lexikon der Psychologie wie folgt beschrieben: **Manipulation**, gezielte Einflussnahme ([Beeinflussung](#)) auf Menschen, ohne deren Wissen und häufig gegen deren Willen, z.B. durch [Werbung](#) oder durch politische Beeinflussung ([Camelot Project](#)) mit dem Ziel, ihn kontrolliert für eigene Zwecke zu benutzen. Dabei bleibt der Anschein von Entscheidungsfreiheit erhalten. Aber: Sobald Menschen miteinander kommunizieren, manipuliert jeder jeden. Von **Susanne Bur**.

*Dieser Beitrag ist auch als Audio-Podcast verfügbar.*

<https://www.nachdenkseiten.de/upload/podcast/230131-Kriegspropaganda-Taeglich-gruesst-mediales-Murmeltier-NDS.mp3>

Podcast: [Play in new window](#) | [Download](#)

*„Wie kann es sein, dass wir über so viele Informationen verfügen, aber so wenig wissen?“ (Noam Chomsky)*

Einer der bekanntesten Wissenschaftler und Denker, [Noam Chomsky](#), **verfasste einen Text, in dem er die Strategien der Massenmanipulation beschreibt**. Seine Gedanken zu diesem Thema sind tiefgründig und komplex. Doch zu didaktischen Zwecken fasste er den gesamten Inhalt in einfachen Grundsätzen zusammen, die für alle zugänglich sind, eine vollständige Liste seiner Veröffentlichungen befinden sich auf seiner [Website](#).

### 1. **Kehre die Aufmerksamkeit um - richte sie auf banale Themen**

Laut Chomsky ist das die am häufigsten angewandte Manipulation der Gesellschaft. Durch Ablenkungsthemen wie z. B. Sportveranstaltungen wird der Blick der Massen abgelenkt von den eigentlichen Problemen.

### 2. **Erzeuge Probleme und liefere die Lösung**

Eine Strategie der Manipulation, um von unpopulären Entscheidungen abzulenken. Absichtlich oder weil man es einfach nicht besser kann, werden Probleme erzeugt und gleich eine Lösung angeboten.

### 3. **Stufe Änderungen ab**

Strategie der Massenmanipulation, um Maßnahmen einzuführen, die die Menschen normalerweise nicht akzeptieren würden. **Sie bestehe darin, nach und nach Maßnahmen in die Tat umzusetzen, sodass sie praktisch unbemerkt bleiben, sagt Chomsky.**

#### 4. **Aufschub von Änderungen**

**Diese Strategie zielt darauf ab, die Gesellschaft glauben zu lassen, dass eine Maßnahme ergriffen wird, die eine gewisse Zeit lang Schaden mit sich bringe**, aber im Hinblick auf die Zukunft der gesamten Gesellschaft und selbstverständlich auch des Menschen im Einzelnen große Vorteile bringen könne. **Das Ziel dabei sei es, dass sich die Menschen an die Maßnahme gewöhnen und sie nicht zurückweisen, weil sie an das zufriedenstellende Resultat von morgen denken.** Wenn die Vorteile nicht eintreffen, sind die Versprechen in der Gesellschaft meist bereits vergessen.

#### 5. **Sprich zur Masse wie zu kleinen Kindern**

Damit solle der Widerwille der Bevölkerung ausgeschaltet werden, meint Chomsky. **Mithilfe dieser Strategie der Manipulation der Gesellschaft möchte man die kritische Denkweise der Menschen neutralisieren.** Auch Politiker greifen auf diese Strategien zurück und inszenieren sich manchmal als elterliche Figuren. (You'll never walk alone, Doppel-Wumms!)

#### 6. **Konzentriere dich auf Emotionen und nicht auf Reflexionen**

Durch Botschaften sollen vor allen Dingen Emotionen ausgelöst werden. Dank der Emotionen werde der eigentliche Inhalt der Botschaft verschleiert und es werde nicht gesagt, worum es im Grunde genommen gehe. Somit werde die Fähigkeit der kritischen Hinterfragung neutralisiert.

#### 7. **Versuche, die Ignoranz der Gesellschaft aufrecht zu erhalten**

Der Gesellschaft nicht das benötigte Werkzeug zur Verfügung zu stellen, damit sie die Realität selbst analysieren könne. Anekdotische Daten vorlegen, damit die internen Strukturen und Tatsachen verschwiegen werden. Es werde auch kein besonderer Wert auf Bildung gelegt. Eine breite Kluft zwischen der Qualität der privaten und der öffentlichen Bildung zu schaffen, ist dabei das Hauptziel.

#### 8. **Entfache in der Bevölkerung den Gedanken, dass sie durchschnittlich sei**

Die Mehrheit der Trends wird nicht spontan erschaffen, sondern entsteht durch massive Beeinflussung. Für gewöhnlich **fördern die Kommunikationsmedien gewisse Trends**, sowohl in der Mode als auch in anderen Bereichen. Man möchte die Gesellschaft davon überzeugen, dass sie sich so zu verhalten habe, wie das, was gerade in Mode sei. Auch wenn es sich dabei um menschenverachtende Verhaltensweisen handele.

### 9. **Wandle Widerstand in das Gefühl schlechten Gewissens um**

**Verkaufe den Menschen, dass sie, und nur sie, schuld an ihren Problemen seien.** Alles Negative, das ihnen widerfahre, hänge nur von ihnen selbst ab. Auf diese Weise lasse man sie glauben, dass das Umfeld perfekt sei und es in der Verantwortung des Individuums liege, wenn sich ein Problem auftue. Deshalb versuchen die Menschen irgendwann, in ihrem Umfeld nicht anzuecken, und fühlen sich gleichzeitig schuldig, weil sie es nicht wirklich schaffen. **Sie verlagern die Empörung, die das System bei ihnen auslösen könne, auf ein permanentes Schuldgefühl sich selbst gegenüber.**

### 10. **Lerne Menschen besser kennen, als sie selbst es tun**

Der große Berg an Wissen in der Biologie und der Psychologie stehe meist wenigen Menschen zur Verfügung. Den Großen und Mächtigen sehr wohl, und es werde von diesen eingesetzt, um die eigenen Ziele umzusetzen.

All diese Strategien zielen darauf ab, die kritische Denkweise und Autonomie der Menschen auszuschalten, so Chomsky.

## **Kriegspropaganda**

Propaganda, [Bedeutung nach Duden](#): systematische Verbreitung politischer, weltanschaulicher o. ä. Ideen und Meinungen mit dem Ziel, das allgemeine Bewusstsein in bestimmter Weise zu beeinflussen

Edward Bernays Buch von 1928 „[Propaganda](#)“ erweist sich wohl nicht nur als die Bibel unseres Ex-Propagandaministers aus unserer dunkelsten Zeit, sondern die Ratschläge der Vorgehensweise sind und bleiben aktuell.

In den vergangenen hundert Jahren glich nicht nur ein Krieg dem nächsten, auch die Propaganda wurde austauschbar - und übermächtig. So sieht es [Anne Morelli](#), und die Brüsseler Geschichtspräsidentin beruft sich dabei auf den Baron [Arthur Ponsonby](#), einen englischen Diplomaten, der bereits nach dem Ersten Weltkrieg jene zehn „Prinzipien der

Kriegspropaganda“ analysierte, die ihre Gültigkeit bis heute nicht verloren haben sollen:

### **1. Wir wollen keinen Krieg**

Die Staatsoberhäupter aller Länder versichern immer wieder feierlich, dass sie keinen Krieg wollen, ja dagegen seien. In einer Demokratie, in der Bürger mitreden dürfen und sollen, stellen sie sich als Pazifisten hin, um das Wohlwollen der Bürger zu erlangen, und das Aufrüsten geschehe ja nur, weil es das beste Mittel sei, in Frieden zu leben. (Hört sich nach Orwell'schem Neusprech an: Krieg ist Frieden.) Wenn allerdings alle Staatsoberhäupter wirklich so friedlich wären, dann gäbe es doch keinen Krieg!

### **2. Der Gegner ist allein für den Krieg verantwortlich**

Jede Partei muss erklären, dass sie ja nur wegen des Verhaltens des Gegners zum Krieg gezwungen sei, weil der Gegner „unsere Werte“ zerstört oder uns unsere Freiheit nimmt. Dabei wird die Entstehungsgeschichte eines Krieges außen vor gelassen, denn schuld ist immer die andere Seite. So wollte als Beispiel der „Führer“ den Krieg gegen Polen nicht, das würde allein von Polen abhängen. Auch zum Golfkrieg und dem Krieg gegen den Irak wurden Alibis und Argumente ausgegeben.

### **3. Der Führer des feindlichen Lagers wird dämonisiert**

Da es schwierig ist, den Hass auf eine Gruppe oder ein ganzes Volk zu richten, ist dies nicht wirkungsvoll. Deshalb wird der Hass auf den Staatsführer gelenkt, so bekommt der Feind ein Gesicht, er wird als wahnsinnig, als Monster bezeichnet. Dieses Monster muss beseitigt werden.

### **4. Wir verteidigen ein edles Ziel und keine besonderen Interessen**

Die wirtschaftlichen und geopolitischen Ziele des Krieges müssen durch ein Ideal maskiert werden, durch moralische und legitime Werte, denn dadurch nur kann die Bevölkerung überzeugt werden, dass der Krieg sein muss. Die Zustimmung ist leicht zu gewinnen, wenn es angeblich um Freiheit, das Leben der Bevölkerung und um Frieden geht. „Wir“ führen den Krieg aus unendlich ehrenhaften Motiven.

### **5. Der Feind begeht wissentlich Grausamkeiten, wenn wir Fehler machen, geschieht dies unbeabsichtigt**

Grausamkeiten gehören zu allen Kriegen. Aber es wird so dargestellt, nur der Feind beginge Grausamkeiten und die eigene Armee sei humanitär und werde von der Bevölkerung

geliebt. Dabei begnügt sich die Kriegspropaganda nicht mit den tatsächlichen Vorfällen, es ist notwendig, inhumane Grausamkeiten zu erfinden, um den Feind als Alter Ego Hitlers erscheinen zu lassen.

#### **6. Der Feind benutzt unerlaubte Waffen**

Wir führen ehrenhafte, humane und moralische Kriege, während der Gegner sich Waffen bedient wie Streubomben oder Gas.

#### **7. Wir erleiden geringe Verluste, die Verluste des Gegners sind erheblich**

Da die öffentliche Meinung zum Krieg immer positiv gehalten werden muss, werden im Falle der eigenen Verluste diese verschleiert und die des Feindes werden übertrieben.

#### **8. Anerkannte Kulturträger und Wissenschaftler unterstützen unser Anliegen**

Seltsam, aber jede Kriegspartei konnte auf die Unterstützung von Künstlern, Schriftstellern und Musikern zählen, die das Anliegen ihrer Länder durch Initiativen in ihren Tätigkeitsfeldern unterstützten, zumindest wenn sie in den Ländern bleiben und nicht auswandern. Fotografen und Journalisten werden benötigt, um die entsprechenden Bilder und Texte zusammenzustellen. Bildmanipulation ist heute ein Leichtes.

#### **9. Unser Anliegen hat etwas Heiliges**

Alle, die auf unserer Seite mitwirken, werden idealisiert und wollen nur das Gute, während auf der anderen Seite die Achse des Bösen vernichtet werden muss. Krieg zu führen, ist damit die Verwirklichung des göttlichen Willens. Politische Entscheidungen nehmen einen biblischen Charakter an, der alle sozialen und wirtschaftlichen Sachverhalte ausschaltet. Der Bezug auf Gott wird auf vielfältige Weise hergestellt (Gott mit uns, Segnung der Kriegswaffen...) und dient dazu, die Handlungen des Souveräns ohne die Möglichkeit eines Widerspruchs zu rechtfertigen.

#### **10. Wer unsere Propaganda in Zweifel zieht, arbeitet für den Feind und ist damit ein Verräter**

Dieses letzte Prinzip ergänzt alle anderen. Wer auch immer nur ein einziges der Prinzipien infrage stellt, ist notwendigerweise ein Kollaborateur. Es gibt nur zwei Bereiche, Gut und Böse. Um beim letzten Punkt auf die aktuelle Situation zu kommen: Schon wer auch nur von Diplomatie und Frieden spricht, ist ein Kollaborateur, ein Putin-Fan oder wird mit ähnlichem Blödsinn tituiert. Pazifismus mögen Kriegsgewinnler nicht.

Quelle: Anne Morelli: *Die Prinzipien der Kriegspropaganda*. Zu Klampen, Springe 2004, [ISBN 978-3-934920-43-9](#) (französisch: *Principes élémentaires de propagande de guerre*. Brüssel 2001. Übersetzt von Marianne Schönbach).

Quelle: [Wolfram Beyer](#): *Arthur Ponsonby (1871-1946). Kriegsverhütung durch Verweigerung*. In: [Christiane Rajewsky](#), [Dieter Riesenberger](#) (Hrsg.): *Wider den Krieg. Große Pazifisten von Kant bis Böll*. Beck, München 1987, [ISBN 3-406-31885-1](#), S. 89-95.

Titelbild: orhan akkurt/shutterstock.com