

Aspekte der Manipulation in unsicheren Zeiten – ein Gedankenexperiment

Teil 1: Wir wissen mehr über Dich als Du

Es gibt einen Forschungszeitraum, der die Beeinflussbarkeit der Massen – uns – studiert. Als im 19. Jahrhundert die Bevölkerungen anfangen, ihren Anteil an der Regierung einzufordern, begann der Forschungszeitraum der Massenpsychologie, heute Sozialpsychologie genannt.

Einer der Gründerväter war Gustav LeBon. Und der erste, der im großen Stil seine Theorien umsetzen konnte, war Edward Bernays, ein Neffe Sigmund Freuds und derjenige, der den Begriff „Public Relations“ - Beziehung zur Öffentlichkeit - geformt hat, um einen Begriff zu haben, der weniger nach Beeinflussung klingt. Andere Zweige der Wissenschaft kamen hinzu, teilweise ergänzend, wie die Hypnoseforschung in den 40er Jahren des letzten Jahrhunderts zu der Frage, ob ein Mensch über Hypnose zu einem Schläfer gemacht werden kann (potenzieller Agent in Wartestellung, der selbst darüber nicht Bescheid weiß), teilweise kritisch, wie die Untersuchung von Noam Chomsky mit dem Titel „Manufacturing Consent“, wo es darum ging, wie man Medien dazu bringt, sich in ihrer überwiegenden Mehrheit konform zu verhalten.

Seit dieser Zeit ist die Forschung nicht stehengeblieben.

In der heutigen Zeit gibt es ungezählte Schriften, Untersuchungen und Abhandlungen zu den verschiedensten Bereichen, darunter über das Framing, das Nudging, die Verwirrung und das Abzielen in die Emotionalität.

Zur Erklärung:

Framing ist eine Kommunikationsmethode, bei der über die Wortwahl, über begleitende Bilder oder über den Kontext, in dem etwas gesetzt wird oder in dem darüber berichtet wird das Thema, um das es geht bzw. der Mensch, über den berichtet wird, in ein bestimmtes Licht gerückt wird. So reicht es, einen Begriff zu verwenden, um eine Assoziation auszulösen; Klassiker sind in der deutschen Presse z.B. Flüchtling, die entsprechende Nationalität (Afghane, Perser, Türke...), Verschwörungstheoretiker, Klimaleugner oder, in der derzeitigen Diskussion Coronaleugner. In diesem Zusammenhang kann man beim Thema Corona Begriffe finden wie „Seuche“, „schon 40 Tote“ oder ähnliches.

Dabei müssen diese Worte gar keinen Sinn ergeben, es muss die Position der so Beschriebenen auch gar nicht abbilden. Ihr Ziel ist es, in den Lesern eine bestimmte Assoziation auszulösen, die eine bestimmte emotionale Reaktion und dann ein Verhalten nach sich zieht. Dabei ist jede negative Reaktion ein Gewinn für denjenigen, der das Framing verwendet hat.

Beispiel: Einige kritische Ärzte wurden als Verschwörungstheoretiker bezeichnet. Dies führte in den Medien dazu, dass einige dieses Wort als abwehrendes Argument gegenüber der Kritik dieser kritischen Ärzte benutzten und auf den Inhalt der Kritik wurde nicht mehr weiter eingegangen.

Beispiel Bild: Vielleicht erinnerst Du Dich noch an die Massengräber in New York? Die nachfolgende Recherche ergab, dass auf der Insel, wo die Aufnahmen gemacht werden, schon seit 150

Jahren anonym Verstorbene beerdigt werden. In dem Monat, in dem die Bilder durch die Medien gingen, waren es nach Angaben der Stadt 40 Anonyme. Es war also ein Massengrab, aber keines im Zusammenhang mit Corona.

Nudging bezeichnet die Methode, durch kleine Veränderungen die Bürger in eine bestimmte Richtung zu stupsen. Dabei kann man auf die Bequemlichkeit der Menschen setzen oder ihren Widerspruchsgeist.

Beispiel für Nudging für Widerspruchsgeist: Vor einiger Zeit wurden in einigen Städten Papiercontainer neben die Glascontainer gestellt. Bürger hatten nun die Möglichkeit, ihr Papier dort abzuliefern. Nur – warum sollten sie das tun, wenn sie doch, wie seit vielen Jahren üblich, kostenlose blaue Plastiksäcke nehmen konnten. Das Nudging bestand nun darin, diese blauen Plastiksäcke nicht mehr kostenlos anzubieten. Auf diese Weise erreichte man bei einem Teil der Bevölkerung einen Widerspruchsgeist: genügend viele waren nicht bereit, diesen 1€ für die Rolle Plastiksäcke zu zahlen, die so viele Jahre kostenlos gewesen waren.

Beispiel Nudging für Bequemlichkeit: Seitdem die DSGVO den Datenschutz in Deutschland deutlich verschärft hat, findet man eine Lösung, die darin besteht, auf Webseiten entweder alle Cookies etc. zuzulassen, oder eben sich durch die jeweiligen Möglichkeiten durchklicken zu müssen. Im positiven Sinne ist dies die Steigerung der Conversion Rate, den Anteil der Interessierten, die dann online kaufen, indem man möglichst alle Hürden abbaut, damit möglichst wenig Menschen bouncen, also abspringen, weil es ihnen zu lästig wird. Wenn Du schon mal online einen Vertrag abgeschlossen hast, ist Dir vielleicht aufgefallen, wie leicht das war. Viel schwerer war dann schon, den Weg zu finden, um einen Funktionsfehler des Gekauften zu bemängeln oder gar den Vertrag wieder zu kündigen.

Verwirrung ist das Ziel einer tendenziösen Berichterstattung. Dies kann sein, jemanden so sehr mit Informationen zu überhäufen, bis er um Hilfe bei der Bewertung bittet. Dies kann sein, dass im Ablauf weniger Tage beständig sich widersprechende Angaben gemacht werden: Masken nein – Masken ja; Virus hält sich auf Flächen mehrere Tage – Flächen ungefährlich; dazu eine Frage: ist der schwedische Weg nun ein gescheiterter? Oder zeigen die Schweden, dass es ohne Lockdown auch gegangen wäre? Je nachdem, welche Artikel Du gelesen hast, kann das eine oder das andere für Dich wahr sein. Ein Artikel der letzten Tage behauptete, Tegnell – der Chefvirologe in Schweden – habe sich entschuldigt bei der Bevölkerung. In einem anderen Artikel stand hingegen, dass das Medianalter (das Durchschnittsalter) der Verstorbenen bei 86 Jahren liege.

Emotionalität – emotional sein zu können und Gefühle auch zeigen zu können ist an sich eine gute Sache. Allerdings, wenn wir ein Gefühl tief wahrnehmen, fragen wir uns am seltensten, ob dies angesichts des Auslösers stimmig ist, wie es zu dem auslösenden Bild (als Beispiel) gekommen ist – kurz: wir hinterfra-

gen in solchen Momenten nicht. Und das macht uns verletzlich gegenüber Beeinflussungsmethoden, die auf unsere Gefühle abzielen.

Je tiefer wir im Gefühl sind, desto weniger sind uns unsere höheren geistigen Fähigkeiten zugänglich. Am effektivsten sind da Angst und Wut. Beide neigen dazu, unsere grundlegendsten Reaktionsmuster auszulösen: Kampf, Flucht oder Schreckstarre. Hier regiert das Echsenhirn, wie Carl Sagan gesagt hätte.

Wenn Du Dir mal überlegst, was wir Menschen alles machen, damit unsere Gefühlslage stimmt, dann wird deutlich, wie zentral dieser Ansatz ist: Menschen rauchen, trinken, essen bestimmte Sachen (ob nun Schokolade als Klassiker, oder allgemein zuckriges, oder einfach viel), schauen sich bestimmte Filme an, streiten sich – die Liste der Dinge, die Menschen tun, um ihre Gefühlslage zu beeinflussen ist schier endlos.

Dies also ist die erste bittere Pille:

- wir sind wie ein Computer ohne Firewall oder Virensch scanner mit nahezu endlosen Möglichkeiten zum Exploit, der Ausnutzung, wie es in der Hackersprache heißt.
- Wir können gehackt (manipuliert) werden und es werden ständig Versuche dahingehend unternommen; sei es „nur“ von der Werbung und anderen Kaufbeeinflussungen, sei es von einer letztlich immer tendenziösen Berichterstattung
- Diese sind umso leichter, je weniger wir über solche möglichen Exploits in uns wissen.
- Die einzige Möglichkeit der Gegenwehr besteht darin, selber zu lernen, wie solche Manipulationen funktionieren, damit wir sie erkennen können.

Teil 2: Die Unmöglichkeit der Entscheidungsfindung

Du hast sicher eine Meinung dazu, wie gefährlich SARS-CoV2 und die jetzige Pandemie ist. Ich auch. Und so geht es den meisten. Warum sind unsere Meinungen so unterschiedlich?

Seit nunmehr Monaten beherrscht das Thema Corona alle Kommunikationskanäle. Und es wird gestritten. Es streiten sich die Leute im Supermarkt, in WhatsApp-Gruppen und in den sozialen Medien. Es streiten sich die Journalisten in den Medien und es streiten sich die Fachleute. Man verunglimpft einander, spricht einander das logische Denken oder überhaupt die Fähigkeit des Denkens ab. Einige Menschen folgen den Vorgaben der offiziellen Stellen so gehorsam, dass sie sogar alleine im Auto oder auf dem Fahrrad eine Maske tragen. Andere sehen sich in ihrer Freiheit bedroht oder glauben schlicht nicht, dass sinnvoll wäre, was ihnen vorgegeben wird.

Auch hier wieder reagieren viele mit dem Versuch, die Komplexität zu reduzieren. Wir suchen nach einer Informationsquelle, der wir vertrauen können. Und wir suchen nach Menschen, die zu wissen scheinen, was zu tun ist und denen wir folgen können. Okay, nicht alle von uns, aber viele.

An dieser Stelle finden wir die zweite bittere Pille:

- es gibt nicht die verlässliche Quelle der Information, deren Informationen wir bedenkenlos glauben können,
- es gibt nicht die vertrauenswürdige Führung, der wir erleichtert folgen können.
- Da jedes Wissen immer auf einer Auswahl an Informationen beruht, kann es sein, dass die wichtigste Information sich noch außerhalb unseres Horizonts befindet. Daher ist in diesen Zeiten des fragmentierten Informations-Tsunami jedes „Wissen“ nur eine Arbeitshypothese.

Daniel Schmachtenberger ist einer der Epistemologen (*Anm. der Redaktion: Erkenntnistheoretiker*), die sich mit dem Thema „information ecology“ befassen. Und er fasst zusammen, dass es die eine verlässliche Quelle nicht gibt, weil jede Quelle von Menschen geführt wird. Und jeder Mensch verfolgt letztlich seine eigenen Absichten. So ist die Hauptaufgabe des Journalismus, die entsprechende Zeitung zu verkaufen. Darin – und nicht in der objektiven, informierenden Berichterstattung – liegt der Erfolg des Journalismus. Und selbst der wohlmeinendste Journalist hat trotzdem seine Interpretation von Welt. Was jenseits seiner Vorstellungskraft ist, ist eben „abseitig“. Viele aber verfolgen mit ihrer „Information“ eine ganz andere Absicht. Das mag Propaganda sein, in der das eigene Lager immer die Guten, die anderen folgerichtig immer die Schlechten sind. Das mag politische, finanzielle oder machtpolitische Hintergründe haben. Oft genug gibt es Verflechtungen. Und Noam Chomsky hat in „Manufacturing Consent“ gut hergeleitet, dass eine finanzielle Abhängigkeit durch vorherige oder parallele oder auch in Aussicht gestellte finanzielle Zuwendungen es schwer bis unmöglich machen, gegen die realen oder vermuteten Interessen des Donors (Gebers) zu agieren. Dies gilt nicht nur für Zeitungen, sondern für alle Institutionen, auch – in Zeiten essentieller Drittmittel – für wissenschaftliche Institutionen.

Es herrscht ein Informationskrieg. In diesem ist die nützliche Information, die uns in die Lage versetzen würde, eine informierte Entscheidung zu fällen, immer noch vorhanden. Aber sie ist schwer auszumachen. Daniel Schmachtenberger spricht vom „noise“, vom Lärm, der die eigentlichen Informationen umgibt und der zwar mal mehr oder mal weniger sein könne, aber keine Quelle sei ohne. **Insgesamt führe die Kakophonie dazu, dass viele Menschen aufgäben. Dies aber ist das maximale Ziel jeglicher Manipulation: wer aufgegeben hat, ist passiv und daher ohne weitere Mühe zu lenken.**

Teil 3: Wie macht man Angst?

Gunther Schmidt (Hypnosystemtherapie) hat Angst einmal so definiert: „Angst ist eine imaginäre Zeitreise in eine als Horrorszenerario angenommene Zukunft.“

Wenn ich also möchte, dass jemand Angst hat, dann muss ich ihn dazu bringen, sich eine Horrorzukunft auszumalen, auf die er dann mit Angst reagiert. Dies erreiche ich, indem ich

1. beständig entsprechende Framings verwende, Assoziationswörter und Bilder sowie Grafiken, um die (wissenschaftliche) Bedeutung dieser Framings zu belegen. Alles, von der Schlagzeile bis zur Grafik sollte geeignet sein, ein Horrorszenerario aufzubauen und glaubhaft zu machen; mit anderen Worten ziele ich darauf ab, Emotionalität auszulösen. Sobald die Empfänger meiner Botschaften im Gefühl sind (oder im Schock), hat sich ihr kritisches Denken deutlich genug verringert, so dass genügend mit dem gewünschten Verhalten reagieren.

2. Da ich in einer kommunikationsoffenen Umgebung bin ist es wichtig, andere Interpretationen, Kritik an meinen Darstellungen oder andere Versuche, meine Deutungshoheit anzugehen und zu vereiteln. Dies geschieht am besten, indem ich die Person oder Organisation direkt angehe – „ad hominem“ nennt man das in der Rhetorik. Dies ist umso wichtiger, je instabiler das von mir aufgebaute Horrorszenerario ist, weil ich in diesem Fall tunlichst vermeide, mich allzu inhaltlich auseinanderzusetzen.

Ideal ist, wenn man einige Kritiker findet, die sich so verstiegen haben in ihrer Kritik, dass ich gefahrlos inhaltlich werden kann und diese dann mit einer Abwertung betitle (z.B. „Verschwörungstheoretiker“). Ist mir das einige Male gelungen, reicht es später oft aus, das Wort auch für fundierte Kritiker zu verwenden, um genügend viele Menschen von der Auseinandersetzung mit dieser Kritik abzuhalten.

3. Um den „Noise“ zu erhöhen, mag es reichen, unglaublich viele Informationen zu bringen, wenn man die Deutungshoheit relativ unangefochten hat. Man kann das Unbewusste auch dadurch verstärkt beschäftigen, dass man viele Fragen aufwirft oder mal eher die eine Seite, dann wieder die andere favorisiert. In der Hypnose nennt man das eine Verwirrungstrance, im NLP nennt man das nested loops. Was im therapeutischen Sinn ein Aussetzen des kritischen (bewussten) Verstandes ist, was dann eine Heilintervention ermöglicht, ist im sozialen Diskurs ein Rückzug des kritischen Verstandes, um eine Komplexitätsreduktion zu erreichen – faktisch eine Aufgabe des bisher verstehen wollenden und kritisch denkenden Menschen. Dies kann sich in der Form des Überdrusses oder der schlichten Abkehr vom Thema äußern, es kann sich auch darin äußern, dass man eine Position einnimmt und auf dieser beharrt.

Manipulationsphänomene in Kontext „Corona“

Soweit zum „Human Engineering“. Die Frage, die sich nun stellt ist, finden wir im sozialen Diskurs diese Aspekte wieder. Ich möchte an dieser Stelle gleich vorausschicken, dass ein Auffinden solcher Phänomene im sozial-politischen Diskurs nicht gleichbedeutend ist mit dem Nachweis, dies sei von zentraler Stelle gelenkt worden. Noam Chomskys „Manufacturing Consent“ zeigt auch, dass eine zentrale Steuerung gar nicht nötig ist, um eine de facto Gleichschaltung zu erreichen (Achtung: „Gleichschaltung“ ist für viele Deutsche ein Assoziationswort).

Wie Zahlen wirken

Welchen Eindruck gewinnt man bei folgenden Nachrichten? Am 9.3. wurde bekanntgegeben, dass nun jeden Tag 300 Neuinfizierte hinzukommen, am 16.3. in den Nachrichten war zu hören, dass es nun schon 1.600 Neuinfizierte pro Tag sind. Am 23.3. wird berichtet, dass es inzwischen schon 3.200 Neuinfizierte pro Tag sind. Die Zahl der Infizierten stieg in dem Zeitraum von gut 1.000 auf über 32.000.

Ist nicht eine zwingende Schlussfolgerung, dass sich der Virus rasant ausgebreitet hat? Wird dies nicht auch dadurch erhärtet, dass in der KW 11 7.582 Neuinfizierte hinzukamen, in der KW 12 schon 23.820?

Das sind die Zahlen, die in dieser Art vom Robert-Koch-Institut veröffentlicht wurden. Und diese Zahlen wurden fast flächendeckend in den Medien veröffentlicht.

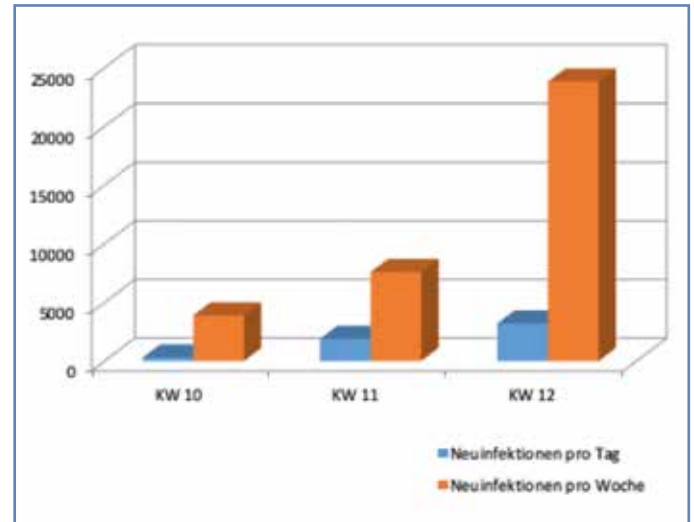
Was nicht veröffentlicht wurde und was dann am 26.3. auf mehrfache Nachfrage von Journalisten – nicht von einem der großen Medien und Zeitschriften – doch veröffentlicht wurde im täglichen Lagebericht des RKI, allerdings, ohne das in den Pressekonferenzen überhaupt zu erwähnen war, dass sich die Anzahl der Tests im gleichen Zeitraum ebenfalls verdreifacht haben. Wurden in der KW 11 127.457 Tests durchgeführt, so waren es in der KW 12 schon 348.619 Tests.

Um also ein klares Bild der Situation zu vermitteln, hätte das RKI nicht nur erst auf mehrfache Nachfrage reagieren dürfen, es hätte von vornherein die Zahlen der positiven Tests mit der Gesamtzahl an durchgeführten Tests in Bezug setzen müssen. Und sie hätten

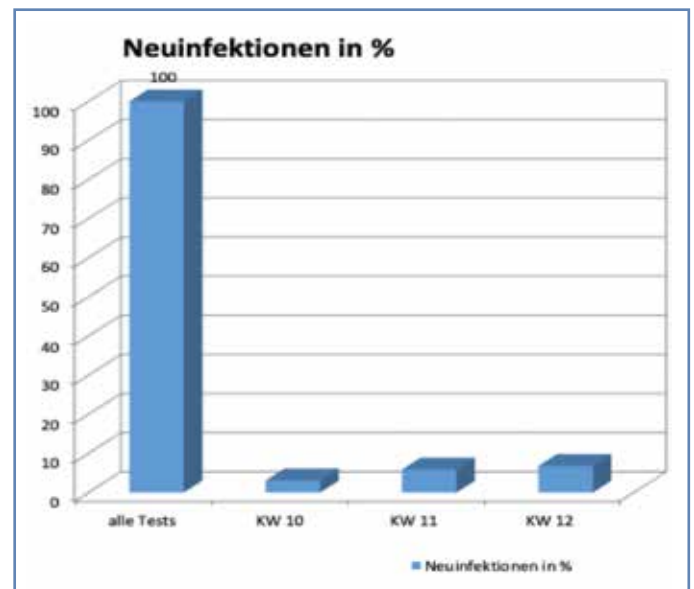
dies in ihren Pressekonferenzen mit berichten müssen. Hätten sie das getan, dann hätte Dr. Wieler gesagt, dass in der KW 11 5,9% aller Tests positiv ausgefallen wären, in der KW 12 dann 6,8%.

Die Macht der Diagramme

Eingängiger sind diese Zahlen in Form von Diagrammen. Was veröffentlicht wurde an Zahlen, sieht beispielsweise als Grafik so aus:

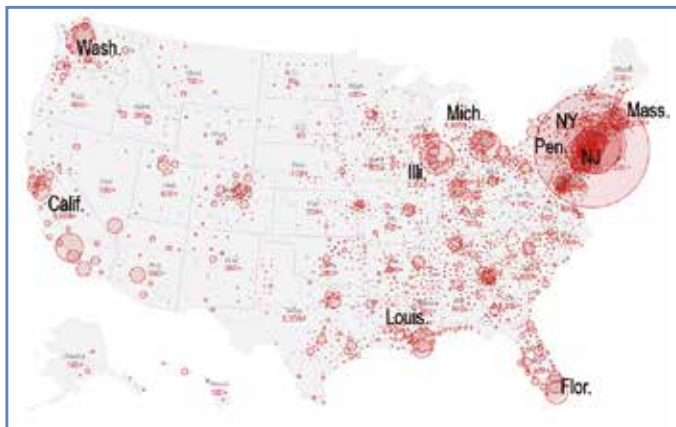


Besonders die Neuinfektionen pro Woche sehen doch beeindruckend aus; offensichtlich eine exponentielle Steigerung. Bringen wir aber die „Neuinfektionen“ mit der Gesamtzahl der Tests in Beziehung, ergibt sich folgendes Bild:



Und? Hätte diese Darstellung die gleiche emotionale Wirkung? Besonders, wenn man hinzuzieht, dass die notwendigen Kriterien bis zum 25.3. waren, dass ein zu Testender zum einen Probleme mit der Atmung haben musste und zum zweiten einen Kontakt zu einem bestätigten Covid-19 Fall hatte und drittens in einem Gebiet mit Covid-19-Fällen gewesen sein musste. Das heißt, die Wahrscheinlichkeit, dass jemand positiv getestet wird, erhöht sich durch diese Kriterien. Dieses letzte Kriterium fiel ab dem 25.3. weg. Um es zu betonen: mir geht es hier nicht darum, eine Manöverkritik für das RKI anzustrengen. Mir geht es darum, welche Zahlen wie dargestellt werden und mit welcher Wirkung.

Nehmen wir nochmal ein zweites Beispiel. Im Folgenden gibt es eine Grafik, die die Infektionsausbreitung in den USA zeigt. Wiederum: entscheidend ist, welche intuitive Wirkung diese Grafik auslöst. Beachte zum Beispiel den Bereich um New York State. Welchen Eindruck macht diese Darstellung auf Dich? Was würdest Du aus dieser Grafik über die Situation in New York State vermuten?



Dies sind die Zahlen, die zum gleichen Zeitpunkt veröffentlicht wurden:

STATE	CASES	DEATHS
New York	53,378	782
New Jersey	11,124	140
California	5,686	123
Michigan	4,635	112
Washington	4,311	191
Massachusetts	4,257	44
Florida	4,238	55
Illinois	3,558	50
Pennsylvania	3,402	38
Louisiana	3,315	138

Zahlen sagen uns nicht viel, nicht auf der intuitiven Ebene. Grafiken sind für uns intuitiv viel eingängiger. Mit Zahlen muss man erst umgehen, um zu verstehen, was sie bedeuten. Machen wir das. Im Bundesstaat New York leben knapp 20 Millionen Menschen, angegeben wurden 19.453.561 Einwohner. Von diesen waren zu dem Zeitpunkt, als die Grafik erstellt wurde 53.378 positiv getestet; 782 waren verstorben. Das bedeutet, dass 0,274% der Einwohner positiv getestet waren und 0,00402% gestorben sind. Schau mit diesen Zahlen nochmals auf die Grafik. Gibt sie den Anteil richtig wieder?

Die Macht der Bilder

Die Aussagen der Grafik werden oft begleitet von Nachrichten und Schlagzeilen. Zum Beispiel dürfte das Bild von den Särgen und der Grube allen bekannt sein. Es ist ein Foto aus dem Video, das mit einer Drohne aufgenommen wurde (Urheberrecht liegt bei der BBS, deshalb drucken wir es hier nicht ab). Es zeigt eine Massenbeerdigung auf der Insel „Hart Island“, wo schon seit über 100 Jahren anonym Verstorbene beerdigt werden. Die BBC titelt dazu: „Coronavirus: Die Operationen der New Yorker Massengräber nehmen inmitten des Virus zu“. Auch in der deutschen Medienlandschaft wurde darüber berichtet.

Der Eindruck, der erweckt wird, ist natürlich, dass die Menge an Toten durch Massengräber angegangen werden müsse. Ein Faktencheck ergab, dass rund 40 Säрге auf Hart Island beigesetzt wurden – ausnahmslos Anonyme oder mittellose Verstorbene. Es gibt keinen Zusammenhang mit Covid-19.

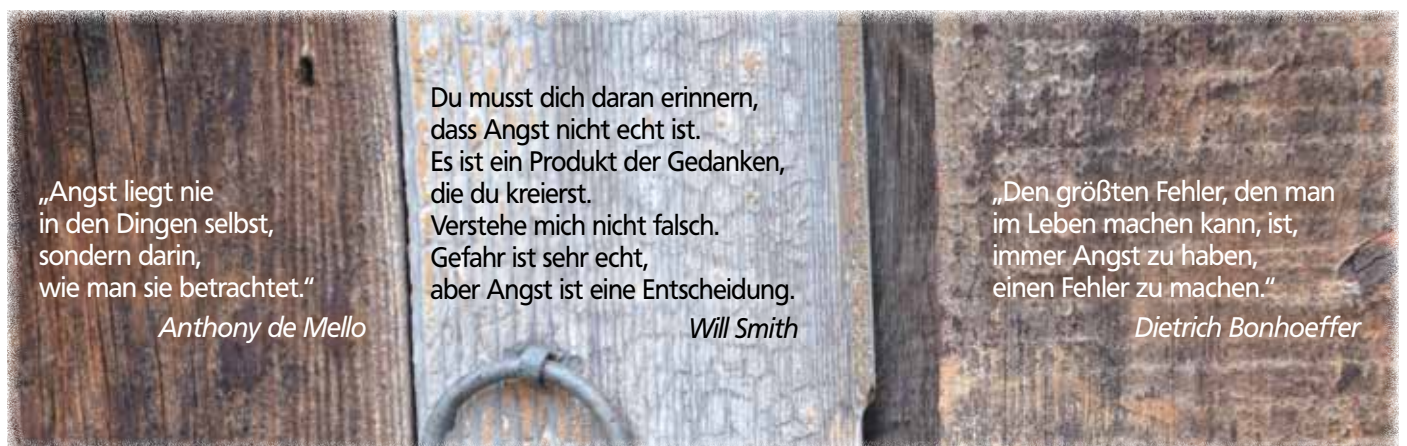
Der Gesamteindruck

Beeinflussung geschieht nicht durch einen Akt. Wir wissen, dass Menschen allein durch die Häufigkeit, mit der sie auf bestimmte Dinge wie Aussagen und Eindrücke stoßen auf die Bedeutung und Richtigkeit schließen. Über die Absicht dieser Beeinflussungen kann man natürlich Mutmaßungen anstellen, sogar streiten. Das ist nicht das Thema dieses Artikels.

Hier geht es darum, dass wir beeinflusst werden, manipuliert. Ob dieses wohlmeinend geschieht oder zu unserem Nachteil – es behandelt uns nicht als mündige Bürger. Wenn wir unseren Anspruch aufrechterhalten, mündige Bürger sein zu wollen, dann gibt es nur zwei Wege: entweder a), die Regierung und ihre Organe kommunizieren entsprechend oder b) wir lernen, Manipulationen dieser Art zu erkennen und zu dechiffrieren.



Michael Schippel ist seit 20 Jahren Systemischer Coach und seit 2007 NLP-Trainer. Die Trainerausbildung hat er neben der vom DVNLP erneut sowohl bei John Grinder sowie bei Frank Pucelik abgeschlossen. Er hat 12 Jahre Trainings zur Kommunikation im interkulturellen Kontext für die Bundeswehr durchgeführt. Angesichts der Ereignisse in der Kommunikation im Zusammenhang mit Corona/Covid-19/SARS-CoV 2 hat er ein Projekt namens „**manipulation-immunity.com**“ begonnen mit dem Ziel, Kurse und Informationen zur Kulturtechnik des Erkennens und Veretelns von Beeinflussung anzubieten.



„Angst liegt nie in den Dingen selbst, sondern darin, wie man sie betrachtet.“

Anthony de Mello

Du musst dich daran erinnern, dass Angst nicht echt ist. Es ist ein Produkt der Gedanken, die du kreierst. Verstehe mich nicht falsch. Gefahr ist sehr echt, aber Angst ist eine Entscheidung.

Will Smith

„Den größten Fehler, den man im Leben machen kann, ist, immer Angst zu haben, einen Fehler zu machen.“

Dietrich Bonhoeffer