



Donnerstag, 07. Mai 2020, 14:00 Uhr
~13 Minuten Lesezeit

Ausbruch aus dem Denkgefängnis

Wir werden in einer manipulativen „Truman-Show“ gefangen gehalten — nur wenn wir dies begreifen, können wir den Ausgang finden.

von Ine Stolz
Foto: frankie's/Shutterstock.com

*Public Relations (PR) oder Propaganda ist eine
Erscheinung in Demokratien, in Diktaturen, eigentlich*

in jeder Regierungsform. Es gibt sie in allen religiösen Bekenntnissen, im täglichen Leben und zu allen Zeiten. Die Methoden dahinter sind immer die gleichen. Der Manipulation waren Menschen schon immer unbewusst ausgesetzt. Man kann ihr nur entgegentreten, wenn man die Mechanismen versteht. Vielleicht kann man sich nicht immer von den Suggestionen der Macht frei machen, aber man hat zumindest eine Wahl, welcher Erzählung man glauben will.

In der „Truman Show“ – einem amerikanischen Klassiker von 1998 mit Jim Carrey – ist der Protagonist seit Geburt Hauptdarsteller in einer ihm vorgegaukelten Scheinwelt, die live ins Fernsehen übertragen wird. So lange, bis er irgendwann misstrauisch wird und an die Grenzen dieser virtuellen Welt stößt. Das erinnert an einen Holzschnitt aus einem Buch von Camille Flammarion (1842 bis 1925), in dem ein Mensch dargestellt ist, der die Welt des Mittelalters durchbricht, und so die Mechanismen dahinter erkennt.

Heute erlebe ich eine Show, die gleich weltweit live läuft und wir alle sind Statisten in diesem Theater. Dahinter stehen die Macher, die Dramaturgen, die uns mit dieser „Krönung“ Hörner aufsetzen. Hier passt ein Zitat von Mark Twain sehr schön:

„Es ist viel leichter, Menschen zu belügen, als sie davon zu überzeugen, dass sie belogen wurden.“

Laut Grundgesetz hängt in einer Demokratie alles von der Zustimmung des Volkes ab. In autoritären Regimen läuft es so, dass

Macht mit Gewalt durchgesetzt wird. In Demokratien geschieht das unter Verwendung von Public Relations (PR). Mittels gezielt eingesetzter psychologischer Methoden wird das kritische Denken der Bevölkerung geschickt umgangen, indem man direkt das Bauchgefühl ansteuert und so Emotionen schürt. Die Emotion der Angst schlägt, wie wir wissen, direkt auf den Magen. Das macht für mich auch den unheimlichen Run auf Toilettenpapier verständlich.

Wie funktioniert die Manipulation der Massen?

Tagtäglich rund um die Uhr überrollt uns eine Flut von Informationen durch die Medien, die perfide gekonnt und bildgewaltig unsere Sichtweise prägt. Genauer, die das prägt, was wir über etwas denken (sollen) und dann tatsächlich auch tun. Das, was der Verhaltensforscher Konrad Lorenz mit seinen Graugänsen zeigte, scheint bei uns genauso gut zu funktionieren. Man muss nur wissen wie.

Schon vor hundert Jahren untersuchte man in den Vereinigten Staaten die Mechanismen hinter der Meinungsbildung. Daraus wurden spezifische Methoden und Instrumente zur Manipulation der Massen entwickelt. Wie es aussieht, werden wir, das Volk, die Bürger – wir sind diese amorphe Masse – gezielt manipuliert und sind danach tatsächlich noch davon überzeugt, es sei unsere persönliche Meinung, die wir dann auch vehement verteidigen.

Mit der Zeit ist daraus ein breit eingesetzter Berufszweig entstanden, der sich diese Instrumente der Meinungsmache gezielt zu Nutze macht. In den letzten Jahrzehnten hat sich diese Öffentlichkeitsarbeit als Milliardengeschäft entpuppt und beherrscht mit seinen Gutachtern und Beratern Wirtschaft wie Politik. Ursprünglich geht das alles auf einen einzigen Mann namens

Edward Bernays zurück. Er ist der Wortschöpfer und Begründer der Public Relations (PR) (1, 2).

In dem Klassiker „Psychologie der Massen“, der bereits 1895 in Paris erschien, beschreibt Gustave Lebon – einer der Begründer der Massenpsychologie – die Masse als Gruppe von Menschen, die sich jeglicher Vernunft verschließt, nicht zu rationalem Denken fähig ist und wie eine Viehherde ihren Trieben folgt. Daher sollte die Masse nicht über Vernunft, sondern gezielt über ihre Instinkte und Emotionen gesteuert werden.

„Die Kunst zu wissen, was die Massen beeindruckt, ist die Kunst, sie zu beherrschen“ (3).

Laut Wikipedia behandelt Massenpsychologie „das menschliche Verhalten und Handeln in größeren Menschenansammlungen im Zustand der Ruhe und Besonnenheit und im Zustand der kollektiven Aufregung und Emotionalisierung und stellt wichtige Unterschiede zwischen diesen beiden Aggregatzuständen menschlicher Vielheiten fest“ (4).

Lebon erklärte damals schon, dass ein Individuum in der Masse seine Kritikfähigkeit meist verliert – sich affektiv und leichtgläubig verhält – also der psychischen Macht dieser „Gemeinschaftsseele“ verfällt. Eine solche Masse sei dann leicht zu lenken. Speziell macht man sich hier die Tatsache zu Nutze, dass in Not- und Gefahrensituationen menschliche Handlungen und Reaktionen verstärkt vom Unterbewusstsein oder sogar vom Urinstinkt, der seit den frühen Menschen tief in uns verwurzelt ist, gelenkt werden. Der Autopilot springt an.

Außerdem sind Menschen im Allgemeinen bis heute nach wie vor sehr autoritätsgläubig.

Wenn ein Politiker oder ein prominenter Meinungsmacher,

allgemein eine Person des Vertrauens, eine Lüge erzählt, wird diese meist als die Wahrheit akzeptiert und nicht weiter hinterfragt. Eine wichtige Rolle spielt auch, dass etwas immer wieder und überall wiederholt wird, bis es über die Synapsen fest im Gehirn verankert ist. Dabei werden Bilder und Schlagworte wie bei einem Mantra gebetsmühlenartig wiederholt. Das passiert uns, ohne dass wir es selbst bewusst wollen oder merken (5).

Deshalb führen geschulte Kommunikationswissenschaftler, bekannte Schauspieler, Journalisten und Marketingexperten jede Art von Kampagne durch und setzen sie medienwirksam in Szene.

1917 unter dem damaligen Präsidenten Woodrow Wilson stellte Edward Bernays seine Fähigkeiten erstmalig in großem Stil unter Beweis, in dem er junge US-amerikanische Männer für den Eintritt in den Ersten Weltkrieg begeisterte. Charismatisch wurde ihnen ein starkes „Wir-Gefühl“ vermittelt. Russen wie Deutsche wurden auf Plakaten mit blutrünstigen Fratzen dargestellt, die man gemeinsam bekämpfen musste. Fast jeder kennt das Plakat von „Uncle Sam“, der mit dem Finger auf dich zeigt und dessen Augen dir überallhin folgen, mit dem Aufruf „I want you for the U.S. Army“ (6, 7).

Erste, durch die Industrialisierung reich gewordene Großindustrielle wie John D. Rockefeller, erkannten die Chance, die Methoden der Kriegspropaganda auch für sich nutzbar zu machen. Um die Jahrhundertwende wuchs die Massenverelendung extrem an, was Streiks und Unruhen nach sich zog – ein Kampf Arm gegen Reich. Aus Angst vor einem politischen Umsturz schien Propaganda genau die richtige Methode zu sein, um Fabrikarbeitern den Kapitalismus schmackhaft zu machen. Hierzu Bernays 1983 in einem Interview:

„Nachdem ich erkannt hatte, in welcher Situation sich die Welt befand, und erkannte, welche mächtigen Waffen Ideen sein konnten, beschloss ich, zu schauen, ob sich nicht auch in Friedenszeiten

anwenden ließ, was ich durch den Krieg gelernt hatte“ (8).

Nach dem Ersten Weltkrieg eröffnet Bernays ein Büro in New York. Da der Begriff Propaganda negativ besetzt war, nannte er sich „Public Relations Berater“. Neben Ansichten von Sigmund Freud und Gustave Lebon übernimmt er einiges von Walter Lippmann.

Im Buch „Die öffentliche Meinung“ von 1922 – bis heute eines der Standardwerke in Medien- und Politikwissenschaften und 2018 als Neuauflage in Deutschland erschienen – spricht Lippmann sich klar gegen die demokratische Meinungsfreiheit aus. Er favorisiert die gezielte Lenkung der öffentlichen Meinung durch eine intellektuelle Elite, im Sinne des Staates. Das erklärt er damit, dass hinter der politischen wie gesellschaftlichen Orientierung von Massen meist subjektive, vom eigenen Interesse geprägte, irrationale Wahrnehmungen stehen (9, 10).

Der Beginn der Massentierhaltung und der Erfolg der Tabakindustrie

Bernays wurde weiterhin vom Großkapital gut dafür bezahlt, das Volk davon zu überzeugen, dass das Florieren privater Unternehmen schließlich allen zu Gute käme. Mittels PR wird der Wandel vom Verbraucher zum modernen Konsumenten künstlich herbeigeführt. Dabei wurden Wünsche weit über die Grundbedürfnisse hinaus geweckt, was damals einen Wirtschaftsboom auslöste. Um zu zeigen, wie das funktioniert, werden zwei Beispiele aus der Arte Dokumentation „PR – die Manipulation der Massen“ übernommen (11).

Um die Bevölkerung zu animieren, morgens gebratenen Schinken mit Ei zu essen, wurden für eine Studie 5000 Ärzte interviewt, die erklärten, was gut und nahrhaft ist. Schinken! Ein wichtiger

Kernpunkt von PR ist der Rat einer vertrauenswürdigen Autorität. Außerdem gilt: Je dreister die Lüge ist, die man den Massen aufischt, umso wahrscheinlicher ist es, dass sie tatsächlich geglaubt und übernommen wird. Die Ergebnisse der Studie wurden dann medienwirksam publik gemacht. Bernays erklärt 1983 in einem Interview:

„Wenn sie kein Freund von Speck sind, allerdings gesund leben wollen und 5000 Ärzte ihnen sagen, dass es gut ist, dann essen sie den Speck.“

Das von Bernays erdachte „American breakfast“ wird zum Inbegriff der kulturellen Identifikation (12).

Bernays brach auch ein Tabu und machte die Zigarette speziell der weiblichen Bevölkerung „schmackhaft“. Inmitten der Suffragetten-Bewegung der 1920er-Jahre, als Frauen aufstanden, um für ihre Rechte zu kämpfen, stattete Bernays sie mit einem „Penisersatz“ aus. Die Zigarette als Symbol der Emanzipation der Frau wurde medienwirksam mittels rauchender Schauspielerinnen und Models gekonnt in Szene gesetzt. Rauchen wird eine Mode. Beim traditionellen Ostermarsch in New York 1929 wurden Zigaretten zu „Fackeln der Freiheit“ stilisiert und da Bernays natürlich Fotografen informiert hatte, landeten die rauchenden Emanzen prompt auf Seite eins der *New York Times*. Hierzu Bernays:

„Taten sagen mehr als Worte“ (13, 14).

Wer war dieser Edward Bernays eigentlich?

Edward Bernays wurde 1891 in Wien geboren und starb 1995 im Alter von 104 Jahren in New York. Die wohlhabenden Eltern emigrierten

kurz nach seiner Geburt in die USA. Sein Vater arbeitete an der Börse. Seine Mutter war die Schwester von Sigmund Freud. Jetzt ist klar, dass er bereits sehr früh mit der Psychoanalyse in Berührung kam. Er erfuhr von Traumdeutung und der Psychologie als wichtigem Faktor zur Bewertung menschlichen Verhaltens. Er lernt, dass irrationale Kräfte Menschen zu bestimmtem Handeln bewegen. Ein Mensch begehrt etwas nicht, weil es für ihn nützlich ist oder einen wirtschaftlichen Wert hat, sondern weil eine verborgene Sehnsucht dahintersteckt. Und diese Sehnsucht kann man instrumentalisieren. Emotionen berühren und bewegen, nicht der Verstand (14).

Bernays lässt die Frühwerke Freuds ins Englische übersetzen. Auf Grund dieser speziellen Ausgangssituation wurde er der Pionier bei der Umsetzung psychologischer Theorien in die Realität und prägte die Sozial- und Medienwissenschaften grundlegend mit. Bernays Arbeit basierte auf dem Freud'schen Menschenbild – ein irrationales, von unbewussten Trieben gesteuertes Wesen – als Begründung dafür, dass der Mensch kulturell gelenkt werden muss.

„Wenn wir den Mechanismus und die Motive des Gruppendenkens verstehen, wird es möglich sein, die Massen, ohne deren Wissen, nach unserem Willen zu kontrollieren und zu steuern“ (15).

Seine, auf wissenschaftlichen Erkenntnissen basierende Technik der Meinungsformung nannte er „Engineering of consent“, was im Deutschen so viel bedeutet wie die künstliche Erzeugung einer Übereinstimmung.

„Die bewusste und intelligente Manipulation organisierter Gewohnheiten und Meinungen der Massen ist ein wichtiges Element der demokratischen Gesellschaft. Diejenigen, die diesen unsichtbaren Mechanismus der Gesellschaft manipulieren, bilden eine unsichtbare Regierung, die die wahre herrschende

Macht unseres Landes ist.“

„Wir werden größtenteils von Männern gelenkt, von denen wir noch nie etwas gehört haben, die unseren Verstand dumpf machen, unsere Geschmäcker formen und uns Ideen suggerieren. Dies ist ein logisches Ergebnis der Art und Weise, wie unsere demokratische Gesellschaft organisiert ist. Eine große Menschenmasse muss auf diese Weise kooperieren, so als ob sie in einer reibungslos funktionierenden Gesellschaft zusammenleben“ (16).

1929 bringt Bernays sein Buch „Propaganda – Wie öffentliche Meinung entsteht“ auf den Markt, in dem er detailliert die Methoden und Techniken der Massenmanipulation beschreibt. Wieder O-Ton Bernays 1983:

„Propaganda steuert den Geist der Massen so, wie die Befehlsgewalt Soldaten physisch unterwirft“ (17).

Goebbels kannte das Buch und war von diesen Techniken begeistert, die er ja bekanntlich erfolgreich in die Tat umsetzte. Und dabei gab es damals als Transportmedium nur das Radio, vor dem alle gebannt zusammensaßen und den Propagandareden lauschten. Stellen wir uns einmal vor, welche Medien den Propagandisten heutzutage zur Verfügung stehen (18, 19, 20).

Im Alter von 71 Jahren zieht sich der schwerreiche Bernays aus dem Geschäft zurück, zieht von New York nach Cambridge und schreibt dort seine Memoiren „Biographie einer Idee“ (21).

Wie genau arbeitet PR?

1929 kommt es zum großen Börsencrash, in dessen Folge erneut Millionen von Menschen in Armut und Notstand versinken. Franklin

D. Roosevelt, damaliger Präsident der Vereinigten Staaten, bedient sich PR-Experten, die ihn bildgewaltig bürgernah als Menschenfreund auf Augenhöhe inszenieren. Er lässt Taten sprechen und leitet Wirtschafts- und Sozialreformen ein. Der Bau von Straßen und Arbeitersiedlungen wird mit Symbolkraft dokumentiert. Nach seiner Wiederwahl 1936 folgten Reformen von Banken und Unternehmen. Der Demokrat Roosevelt strebte eine Allianz zwischen der Mittelschicht und den Arbeitern als Gegengewicht zur Hochfinanz an (22).

Für die Großkonzerne war dieser „New Deal“ eine Katastrophe. Einmal wieder unter der PR-Regie von Bernays konterten die Wirtschaftsbosse mit dem „American Way of Life“, der mit der Weltausstellung 1939 in New York keine bessere PR-Bühne hätte haben können.

Chrysler, General Motors und Elektrofirmen erschufen das Bild der Menschheit der Zukunft. Willkommen in der Marktwirtschaft und einer kapitalistischen Demokratie, alles erreicht durch gezielte PR (22, 23).

Die Aufgabe von PR ist es, außergewöhnlich herausstechende Ereignisse zu inszenieren, über die dann in den Medien gebetsmühlenartig berichtet wird. Ein PR-Berater muss die Fähigkeit besitzen zu erkennen, was ein solches Potenzial besitzt und wie man es in Szene setzt. Er muss es sehen, riechen, schmecken, hören und fühlen können.

Innerhalb von 10 Jahren ändern sich mithilfe der PR die Konsumgewohnheiten. PR hat die Macht, das Denken der Menschen gezielt zu verändern. Durch die Tatsache, bei der Bevölkerung künstlich einen Konsens herbeiführen zu können, wird Demokratie zu einer Lüge. Gezielt eingesetzte PR raubt den Menschen ihren Verstand und die Gesellschaft wird im Sinne der Großkonzerne und der Regierungen manipuliert (24).

Zurück ins Hier und Jetzt

Derzeit wird Panik und Hysterie geschürt. Die Menschen sitzen verstört, isoliert und durch den überall lauernenden unsichtbaren Tod verängstigt zu Hause und warten auf ihre Gesichtsmasken, die nun fast überall vorgeschrieben sind.

Durch Zwangsverordnungen entwickeln wir uns zusehends zu einer Gesellschaft aus Angstbürgern und Denunzianten.

Und die Menschen warten so lange, bis es eine Impfung gibt, die dann – laut Bill Gates am 12. April 2020 live in den Tagesthemen um 21:45 Uhr – gleich sieben Milliarden Menschen weltweit verabreicht werden soll (25).

Platons Höhlengleichnis

Auf den antiken griechischen Philosophen Platon (428 – 348 vor Christus) geht folgendes Gleichnis zurück, in dem Sokrates dem Glaukon folgende Geschichte erzählt: Von Geburt an leben Gefangene in einer Höhle derart gefesselt, dass sie nur auf die dem Höhleneingang gegenüberliegende Wand starren können. Durch ein Feuer im Innern der Höhle fällt Licht auf eine kleine Mauer. Was sich hinter dieser Mauer vorbeibewegt, das, was Menschen auf ihrem Kopf tragen, – die Menschen selbst sind nicht sichtbar – sehen die Gefangenen als Schatten an der Wand. Was sie an Geräuschen hören, interpretieren sie als Sprache der Schatten, die für sie lebendige Wesen sind. Ihre gesamte Wirklichkeit, die sie kennen. Daraus leiten sie gewisse Regeln und Gesetzmäßigkeiten ab.

Jetzt sagt Sokrates zu Glaukon, er solle sich vorzustellen, was

passiert, wenn man einen der Gefangenen losbinden und umdrehen würde, sodass er hinter die Mauer sehen kann. Das Licht würde ihn blenden und verwirren. Was er dann sieht, erscheint ihm unreal. Für ihn bleiben die Schatten an der Höhlenwand seine Wirklichkeit. Etwas anderes glaubt er nicht.

Wenn der Befreite die Höhle nun ganz verlassen könnte, würde er nach und nach Menschen, Dinge, Himmel und Erde erkennen und möchte danach nie wieder in die Höhle zurückkehren.

Sollte das dennoch passieren, müsste er sich erst wieder an die Finsternis gewöhnen. Er könnte die übliche Begutachtung der Schatten an der Höhlenwand nicht mehr vornehmen, worauf die Höhlenbewohner schließen würden, er habe etwas an den Augen. Sie lachen ihn aus und gehen davon aus, es lohne sich nicht, die Höhle zu verlassen.

Wenn jemand versuchte, sie zu befreien, würden sie ihn umbringen, wenn sie könnten.

Das Gleichnis ist 2400 Jahre alt.

Sollten wir nicht endlich gemeinsam aus der Höhle heraustreten, weil wir dem vertrauen, der draußen war und die Wirklichkeit gesehen hat?

In diesem Sinne und nach dieser Lektüre empfehle ich, es mir gleichzutun, in den Wald oder einen nahegelegenen Park zu gehen, falls er nicht abgeriegelt ist. Vielleicht Yoga zu üben oder zu meditieren, falls ihr es noch nicht tut. Aber vor allem übt euch in Achtsamkeit. Hinterfragt, was euch als Wahrheit vorgegaukelt wird. Nehmt auch mal eine andere Perspektive ein. Aber vor allem lasst euch den gesunden Menschenverstand nicht rauben.

Oder sind wir tatsächlich nur die triebgesteuerten Viehherden, die Lebon oder Bernays in uns gesehen haben?

Nein, wir wachen auf, aus der Corona-Show! Jeden Tag. Immer mehr.

Quellen und Anmerkungen:

(1)

<https://www.facebook.com/ttip.aktionsbuendnis/videos/public-relations-manipulation-der-masse-doku-arte/382361425775944/>
(<https://www.facebook.com/ttip.aktionsbuendnis/videos/public-relations-manipulation-der-masse-doku-arte/382361425775944/>)

(2) **https://de.wikipedia.org/wiki/Psychologie_der_Massen**
(https://de.wikipedia.org/wiki/Psychologie_der_Massen)

(3)

<https://www.facebook.com/ttip.aktionsbuendnis/videos/public-relations-manipulation-der-masse-doku-arte/382361425775944/>
(<https://www.facebook.com/ttip.aktionsbuendnis/videos/public-relations-manipulation-der-masse-doku-arte/382361425775944/>)

(4) **https://de.wikipedia.org/wiki/Psychologie_der_Massen**
(https://de.wikipedia.org/wiki/Psychologie_der_Massen)

(5) **<https://www.youtube.com/watch?v=ooM3rrBoiBA>**
(<https://www.youtube.com/watch?v=ooM3rrBoiBA>)

(6)

<https://www.facebook.com/ttip.aktionsbuendnis/videos/public-relations-manipulation-der-masse-doku-arte/382361425775944/>
(<https://www.facebook.com/ttip.aktionsbuendnis/videos/public-relations-manipulation-der-masse-doku-arte/382361425775944/>)

(7) **<https://time.com/4725856/uncle-sam-poster-history/>**
(<https://time.com/4725856/uncle-sam-poster-history/>)

(8)

<https://www.facebook.com/ttip.aktionsbuendnis/videos/public-relations-manipulation-der-masse-doku-arte/382361425775944/>
(<https://www.facebook.com/ttip.aktionsbuendnis/videos/public-relations-manipulation-der-masse-doku-arte/382361425775944/>)

(9)

https://de.wikipedia.org/wiki/Die_%C3%B6ffentliche_Meinung
[g](https://de.wikipedia.org/wiki/Die_%C3%B6ffentliche_Meinung)
(https://de.wikipedia.org/wiki/Die_%C3%B6ffentliche_Meinung)

(10) <https://www.audible.de/pd/Die-oeffentliche-Meinung->
(<https://www.audible.de/pd/Die-oeffentliche-Meinung->)

(11)

<https://www.facebook.com/ttip.aktionsbuendnis/videos/public-relations-manipulation-der-masse-doku-arte/382361425775944/>
(<https://www.facebook.com/ttip.aktionsbuendnis/videos/public-relations-manipulation-der-masse-doku-arte/382361425775944/>)

(12) <https://www.nzz.ch/gesellschaft/der-heimliche-verfuehrer-ld.1403103> (<https://www.nzz.ch/gesellschaft/der-heimliche-verfuehrer-ld.1403103>)

(13)

<https://www.facebook.com/ttip.aktionsbuendnis/videos/public-relations-manipulation-der-masse-doku-arte/382361425775944/>
(<https://www.facebook.com/ttip.aktionsbuendnis/videos/public-relations-manipulation-der-masse-doku-arte/382361425775944/>)

(14) <https://www.nzz.ch/gesellschaft/der-heimliche-verfuehrer-ld.1403103> (<https://www.nzz.ch/gesellschaft/der-heimliche-verfuehrer-ld.1403103>)

(15)

<https://www.facebook.com/ttip.aktionsbuendnis/videos/public-relations-manipulation-der-masse-doku-arte/382361425775944/>
(<https://www.facebook.com/ttip.aktionsbuendnis/videos/public-relations-manipulation-der-masse-doku-arte/382361425775944/>)

(16) https://de.wikipedia.org/wiki/Edward_Bernays
(https://de.wikipedia.org/wiki/Edward_Bernays)

(17) <https://www.youtube.com/watch?v=ooM3rrBoiBA>

<https://www.youtube.com/watch?v=ooM3rrBoiBA>

(18)

<https://www.facebook.com/ttip.aktionsbuendnis/videos/public-relations-manipulation-der-masse-doku-arte/382361425775944/>

<https://www.facebook.com/ttip.aktionsbuendnis/videos/public-relations-manipulation-der-masse-doku-arte/382361425775944/>

(19) <https://www.youtube.com/watch?v=ooM3rrBoiBA>

<https://www.youtube.com/watch?v=ooM3rrBoiBA>

(20) <https://www.nzz.ch/gesellschaft/der-heimliche-verfuehrer-ld.1403103> (<https://www.nzz.ch/gesellschaft/der-heimliche-verfuehrer-ld.1403103>)

(21) <https://d-nb.info/456082417/04> (<https://d-nb.info/456082417/04>)

(22) https://de.wikipedia.org/wiki/Franklin_D._Roosevelt (https://de.wikipedia.org/wiki/Franklin_D._Roosevelt)

(23) <https://www.heise.de/ct/artikel/Vor-70-Jahren-Die-Welt-von-morgen-war-auch-einmal-besser-301540.html>

<https://www.heise.de/ct/artikel/Vor-70-Jahren-Die-Welt-von-morgen-war-auch-einmal-besser-301540.html>

(24)

<https://www.facebook.com/ttip.aktionsbuendnis/videos/public-relations-manipulation-der-masse-doku-arte/382361425775944/>

<https://www.facebook.com/ttip.aktionsbuendnis/videos/public-relations-manipulation-der-masse-doku-arte/382361425775944/>

(25) <https://www.tagesschau.de/ausland/gates-corona-101.html>

<https://www.tagesschau.de/ausland/gates-corona-101.html>

(26) <https://www.thur.de/philo/philo5.htm>

<https://www.thur.de/philo/philo5.htm>

Dieser Artikel erschien bereits auf www.rubikon.news.



Ine Stolz, Jahrgang 1964, studierte Ökologie und Umweltschutz, danach Agrarwissenschaften, spezialisiert auf die Tropen und Subtropen und promovierte in Ökotoxikologie. Alles aufgrund ihrer bereits frühen Affinität zum afrikanischen Kontinent. Dort verbrachte sie fast 25 Jahre, anfangs als Wissenschaftlerin an einem großen Agrarforschungsinstitut. Als sie dort zu wenig Einfluss auf die wirkliche ländliche Entwicklung erkannte, wechselte sie in die Beratung von bäuerlichen Kooperativen. Danach leitete sie als Koordinatorin zwei landwirtschaftliche Projekte. 2016 hat sie sich aus dem Geschäft „Entwicklungshilfe“ verabschiedet. Über ihre persönlichen Erfahrungen hat sie 2017 das Buch „Alte Seele Afrika“ veröffentlicht.

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.