



Mittwoch, 03. Februar 2021, 13:00 Uhr
~1 Minuten Lesezeit

Die Angstmacher

Im Rubikon-Exklusivinterview erläutert die Juristin, Journalistin und Autorin Corinna Busch die Folgen der aktuellen Angst- und Panikmache und wie wir uns gegen Propaganda zur Wehr setzen können.

von Flavio von Witzleben
Foto: Michael Wick/Shutterstock.com

Während ein Großteil der Menschen die Lockdown-Maßnahmen befürwortet, werden deren Schattenseiten von vielen übersehen. Die Zahl der Menschen, die an Depressionen leiden, hat zugenommen, immer mehr Insolvenzen drohen, der soziale Ausgleich fehlt, Kinder vereinsamen und werden traumatisiert. Gleichzeitig ist umstritten, ob ein Lockdown wirklich „Menschenleben rettet“ und ob die Infektionszahlen durch die Maßnahmen nachhaltig beeinflusst werden. Doch wie ist es möglich, dass offenbar immer noch so viele Menschen für die Maßnahmen sind, obwohl sie darunter leiden und

obwohl es wenig Evidenz dafür gibt, dass diese tatsächlich die gewünschte Wirkung erzielen? Hierbei muss ein Blick auf die Kunst der Public Relations (PR) geworfen werden, die schon vor über 100 Jahren – überwiegend in den USA – entwickelt wurde und heute mehr denn je zur Anwendung kommt.

Was hat die Werbung für den Verkauf von Schinken und Eiern als gesundes Frühstück mit der Aufforderung gemein, einen Mundschutz zu tragen, „um sich und seine Mitmenschen zu schützen“? Beiden Beispielen mangelt es an Evidenz, die die jeweilige Behauptung stützt, und beide verfolgen Interessen, die jedoch nicht offengelegt werden.

Diese Kommunikationsstrategien, die von Edward Bernays und Walter Lippmann bereits in den 20er Jahren entwickelt wurden, sind als Public Relations (PR) bekannt und erfahren derzeit einen zweiten Frühling. Sie führen dazu, dass Menschen Aussagen zustimmen, die keinerlei Nutzen für sie selbst haben und lediglich jenen in die Karten spielen, die mit PR-Methoden Maßnahmen durchsetzen, von denen sie selbst am meisten profitieren.

Gleichzeitig lösen derartige Strategien gegenwärtig in ihrer Konsequenz großes Leid aus und tragen dazu bei, dass mittlerweile immer mehr Menschen vor einem finanziellen Scherbenhaufen stehen und nicht wissen, wie sie in Zukunft über die Runden kommen sollen. Wie damit zusammenhängende Ängste überwunden und PR-Strategien erkannt und entschlüsselt werden können, führt Corinna Busch im Gespräch mit *Rubikon* aus.

Video

Dieser Artikel erschien bereits auf www.rubikon.news.



Flavio von Witzleben, Jahrgang 1992, arbeitet als freier Journalist für den Rubikon. Er studierte 7 Jahre in Mainz, Witten und Granada Philosophie, Geschichte und Politik. Seine kritische Haltung den Medien und der Politik gegenüber entwickelte er 2014 während der Ukraine-Krise, mit welcher er sich auch in vielen publizierten Artikeln befasste. Seit März 2020 hat er neben Jens Lehrich die **Videoredaktion** (<https://www.rubikon.news/kolumnen/rubikon-videos>) übernommen und führt hierbei Interviews für den Rubikon. Gäste waren unter anderem Dr. Sucharit Bhakdi, Dirk Müller oder Dr. Daniele Ganser. Er ist außerdem Mitglied der Jugendredaktion und schreibt für die Kolumne „**Junge Federn**“ (<https://www.rubikon.news/kolumnen/junge-federn>)“.

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.