



Jonas Tögel

(Universität Regensburg)

Kognitive Kriegsführung, Propaganda und Nudging mit Hilfe von Soft-Power-Techniken: eine Herausforderung für westliche Demokratien

<https://cdoi.org/1.1/063/000031>

1. Einleitung

„Was mich beunruhigt, ist, dass die Boulevardpresse an der Entstehung des Ersten Weltkriegs beteiligt war, und dass das Radio und die Wochenschaun zur Entstehung des Zweiten Weltkriegs beigetragen haben. Lasst uns hoffen, dass es keiner politischen Katastrophe diesen Ausmaßes bedarf, um der Welt zu beizubringen, mit der Allgegenwärtigkeit von Propaganda zurechtzukommen“ (Cull, 2019).

Seit Beginn des Krieges in der Ukraine im Jahr 2022 (bzw. im Jahr 2014) findet nicht nur auf dem Schlachtfeld ein heftiger Kampf statt. Auch der Krieg um die Köpfe und Herzen aller am Krieg beteiligten Nationen wird erbittert geführt. „Das ist ein Propagandakrieg“, bekräftigte der amerikanische Journalist und Pulitzer-Preisträger John Pilger (SCMP, 2022). Doch auch in anderen Bereichen der Gesellschaft stehen die Gedanken und Gefühle der Menschen im Ziel gezielter psychologischer Beeinflussung. Ein Beispiel dafür sind 400 über die ganze Welt verteilte „Nudge-Einheiten“. Das sind Teams von Spezialisten der Verhaltensökonomie (Fusaro & Sperling-Magro, 2021) aus dem privatwirtschaftlichen sowie politischen Bereich, die sich darum bemühen, in Bereichen der Mülltrennung, des Klimaschutzes oder der Gesundheits- oder Altersvorsorge die „richtigen“ Entscheidungen seitens der Bevölkerung durch unbewusste Steuerungstechniken zu fördern.

All das wirft die Fragen auf, inwieweit solche Steuerungstechniken aus demokratiethoretischer und gesamtgesellschaftlicher Perspektive mit den Ansprüchen einer demokratischen Gesellschaft zu vereinen sind. Was ist überhaupt mit „Verhaltensökonomie“ gemeint, wie funktionieren die psychologischen Mechanismen der Lenkung, wie haben Sie sich entwickelt und wo stehen wir heute? Diesen Fragen wird im vorliegenden Artikel nachgegangen. Dabei stehen zunächst die Begriffe Soft Power, Propaganda sowie Nudging im Zentrum. Im Anschluss daran werden die Grundzüge des Konzepts der Demokratie erläutert, bevor im nächsten Schritt die Ursprünge moderner Propaganda in westlichen Demokratien nachgezeichnet werden. Dem schließt sich ein Blick auf die bereits angesprochene, aktuelle Lage der Praxis des gezielten Einsatzes von Soft-Power-Techniken in westlichen Demokratien an. Dieser wird schließlich anhand der im Artikel erläuterten Merkmale einer Demokratie kritisch beleuchtet und es wird herausgearbeitet, welche Herausforderungen (und Gefahren) sich für westliche Demokratien durch den Einsatz moderner Propaganda und anderer psychologischer Einflusstechniken ergeben.

2. Die Begriffe Soft Power, Propaganda und Nudging

Bevor der Einsatz von Soft-Power-Techniken als eine Herausforderung für westliche Demokratien diskutiert werden kann, sollte der Begriff Soft Power erläutert werden. Das ist aus psychologischer Perspektive nicht einfach, denn obschon das Konzept und die mit ihr einhergehenden Techniken gut bekannt sind, wird der Begriff in der Psychologie nur selten verwendet. Ein Beispiel dafür ist das sehr umfangreiche Lexikon der Psychologie“ (Wirtz 2000), in welchem auf über 2000 Seiten viele Tausend psychologische Begriffe erklärt werden, in dem jedoch Soft Power keine Erwähnung findet.

Anders sieht es aus, wenn man die Politikwissenschaft heranzieht. Dort wird der Begriff Soft Power in Abgrenzung zu Hard Power diskutiert. Hard Power die Ausübung von spürbarem Zwang oder Gewalt. Dieser Zwang ist aus psychologischer Sicht wenig wünschenswert, denn obwohl auch militärische Gewalt heute eingesetzt wird, ruft sie doch Widerstand hervor. Der Grund für diesen Widerstand liegt an dem Wunsch jedes Menschen nach Selbstbestimmung, welcher ein gut dokumentiertes, tiefes psychologisches Grundbedürfnis darstellt (Deci & Ryan 1985, S. 5ff). Noam Chomsky spricht in diesem Zusammenhang auch von einem angeborenen Instinkt für Freiheit („instinct for freedom“) (Young 1992), den jeder Mensch besitzt. Analog zu Chomsky beobachtete Erich Fromm einen im Laufe der Geschichte erkennbaren „[Kampf] des Menschen um seine Freiheit“ (Fromm 1982, S. 27).

Von dem Konzept der Hard Power lässt sich jenes der Soft Power unterscheiden. Soft Power steht dabei als Überbegriff für all jene psychologischen Techniken, welche eine Beeinflussung der psychischen Zustände von Menschen ermöglichen, ohne dass Gewalt oder Zwang angewandt wird und die daher meist unmerklich und unbewusst vonstattengehen, da sie unterhalb der Wahrnehmungs- oder Bewusstseinschwelle der menschlichen Psyche verlaufen (vgl. Tögel 2021, S. 25; Cialdini und Wengenroth 2004). Das ist deshalb möglich, da in der psychologischen Forschung heute als unumstritten gilt, „dass der weitaus größte Teil der menschlichen Informationsverarbeitung faktisch unterhalb der Bewusstseinschwelle verläuft und auch bei größter willentlicher Anstrengung nicht ins Bewusstsein geholt werden kann“ (Asendorpf 2005, S. 24). Diese Tatsache macht sich die gezielte Nutzung von Soft-Power-Techniken zunutze. Doch was genau ist Soft Power?

Das Konzept wird in der Politikwissenschaft definiert als „die Fähigkeit, andere zu überzeugen das zu tun, was du willst, ohne dass du Gewalt oder Zwang anwendest“ (Nye 2004, S. 11). Eine der seltenen Definitionen von Soft Power im psychologischen Kontext formuliert eine ähnliche Definition für die sanfte Gewalt: „Es handelt sich hierbei um Einflusstategien, die üblicherweise als anstößig gelten und Formen der Manipulation darstellen. Solche Einflusstategien können deshalb besonders wirksam sein, weil die unmerkliche Steuerung des Verhaltens keine Reaktanz erzeugt“ (Fischer & Wiswede 2009, S. 615).

Im Gegensatz zu Hard Power ist folglich der Widerstand bzw. die Reaktanz bei Menschen viel geringer, wenn Soft Power ausgeübt wird. Diese grundlegende Unterscheidung zwischen Hard und Soft Power reicht weit zurück, und schon Immanuel Kant unterschied zwischen Täuschung und Zwang (Kant 1791/1870, S. 45; White, 2013, S. 92).

Soft-Power-Techniken – auch als „Waffen der Einflussnahme“ bezeichnet (Cialdini, 2021, S. 19) – werden auf ähnliche Weise in Bereichen angewandt, die zwar eine Vielzahl unterschiedlicher Namen haben, die jedoch alle eine konzeptionelle Nähe zur Definition und

Wirkungsweise von Soft Power aufweisen. Darunter fallen beispielsweise: Public Relations, Werbung, politische Kommunikation, Propaganda (Ellul, 1965), Cognitive Warfare (Tögel, 2023), Nudging, psychologische Kriegsführung (Ewen, 1996; Simpson, 1994), etc.

Vergleicht man die Definition dieser Anwendungsbereiche, dann werden die Ähnlichkeiten zu Soft Power deutlich. So beschreibt der Begriff Public Relations Techniken, um „vorsätzlich eine Gruppe von Menschen zu überzeugen, einen bestimmten Standpunkt einzunehmen“, wie Grunig und Hunt schreiben. Eines der Merkmale von Nudging ist, dass die „Betroffenen [...] sich der Einflussnahme [...] nicht bewusst sind“ (Thaler & Sunstein 2019, S. 105). Propaganda wird definiert als „der Versuch der gezielten Beeinflussung des Denkens, Handelns und Fühlens von Menschen“ (bdp).

Die unterschiedlichen Anwendungsgebiete selbst lassen sich nicht immer leicht voneinander abgrenzen. So gibt es Forscher, für die Public Relations eine Form von gut etablierten Propagandatechniken ist, obwohl die Autoren zugeben, dass die Public Relations Industrie natürlich „nervös“ ist, wenn die Anschuldigung erhoben wird, ihre Techniken seien in irgendeiner Weise Propaganda (Grunig & Hunt 1984, S. 21).

Fest steht jedoch, dass in den oben angeführten Bereichen Soft Power eingesetzt wird. Um zu diskutieren, inwiefern dieser Einsatz eine Herausforderung für westliche Demokratien darstellt, ist ein genauer Blick auf wesentliche Merkmale einer Demokratie von Nöten.

3. Wichtige Merkmale einer Demokratie

In diesem Kapitel soll definiert werden, was mit dem Begriff Demokratie gemeint ist, bevor anhand dieser Definition einzelne Aspekte erläutert werden, welche den gezielten Einsatz von Soft-Power-Techniken als problematisch erscheinen lassen.

Eine erste Annäherung an eine Definition des Begriffes Demokratie kann durch die Etymologie erfolgen: Das Wort selbst stammt aus dem Griechischen *δημοκρατία* (altgriechisch: *δημοκρατία*) und bedeutet Volksherrschaft (Duden 2006, S. 213). Es setzt sich zusammen aus *δῆμος* (das Volk) und *κράτος* (Kraft oder Macht) (ebd. S. 213).

Diese Idee der Volksherrschaft hatte im Laufe der Geschichte eine Vielzahl an Manifestationen, von denen zwei der bekanntesten die Demokratie des antiken Griechenland sowie jene zur Zeit der Aufklärung sind (Mausfeld, 2018). Es lohnt daher, zunächst einen Blick auf die historischen Ursprünge von Demokratie zu werfen, um den Begriff genauer zu beleuchten.

Eine erste Form von Demokratie findet sich im antiken Griechenland in Athen, die sogenannte attische Demokratie im 5. Jahrhundert vor Christus. Auch wenn in der Forschung diskutiert wird, inwieweit das Ideal von echter Volksherrschaft damals schon verwirklicht war (vgl. z. B. Schulz und Walter 2022, S. 48f.), so gilt die athenische Demokratie doch auch als „radikale“ Demokratie“ (ebd. S. 123), in welcher über eine Vollversammlung und über andere demokratische Institutionen wie ein Volksgericht versucht wurde, eine Volkssouveränität zumindest von Teilen der Bevölkerung institutionell zu garantieren (vgl. Bleicken 1994).

Dieser Gedanke der Volkssouveränität wurde im 18. Jahrhundert zur Zeit der Aufklärung wieder aufgegriffen. Hier wurde die Demokratie vor allem durch das Naturrecht und den universellen Humanismus begründet, der von einer prinzipiellen Gleichwertigkeit aller Menschen ausgeht (vgl. Israel, 2013, S. 831f.). „Alle Menschen sind von Natur aus frei“

bekräftigte Louis de Jaucourt (1755, S. 415f.). Die Definition von Demokratie in der Aufklärung fußte auf diesen Grundsätzen. Mit ihr sollte eine Staatsform geschaffen werden, die ein menschenwürdiges Zusammenleben möglich machte und in deren Zentrum die unveräußerlichen, universellen Menschenrechte standen.

Die Problematik des Einsatzes von Soft-Power-Techniken setzt an diesem Verständnis von Demokratie an. Im folgenden Kapitel soll dargelegt werden, welche Rechtfertigungen und Argumentationsmuster für ihren Einsatz sich aus historischer Perspektive ergeben und wie ihr Einsatz heute legitimiert wird. Im Anschluss daran werden, unter Rückbezug zu dem oben dargelegten Demokratieverständnis, vier besonders diskussionsbedürftige Aspekte einer gezielten, psychologischen Steuerung innerhalb einer demokratischen Gesellschaft aufgezeigt, nämlich: die Machtfrage, die Frage nach den Schwachstellen der Entscheidungsträger, die Frage nach der Beteiligung am öffentlichen Diskurs sowie die Missbrauchsmöglichkeit als Kriegspropaganda.

4. Psychologische Steuerung damals und heute

Der Blick zurück zu den Anfängen moderner Propaganda zu Beginn des 20. Jahrhunderts kann helfen, um die Argumentationsweise der damals noch jungen „Propaganda“-Wissenschaft herauszuarbeiten. Die soll exemplarisch an einem der Gründerväter moderner Propaganda oder Public Relations, Edward Bernays, aufgezeigt werden.

Edward Bernays war ein Neffe des bekannten Psychoanalytikers Sigmund Freud. Er beschäftigte sich intensiv mit den Möglichkeiten, Menschen mit Hilfe von Propaganda zu lenken. Zunächst wirkte Bernays bei der Creel-Kommission mit, welche durch den Einsatz von Soft Power versuchte, die Amerikaner vom Eintritt in den 1. Weltkrieg zu überzeugen (Demm, 2021; Zinn 1980, S. 355ff). Bernays agierte hierbei sehr planvoll und war sich des Einflusses seiner Arbeit auf die Psyche der Menschen durchaus bewusst, er begrüßte diesen sogar: „Public Relations umfasst das, was ich das Herstellen von Konsens nenne, das auf Thomas Jeffersons Prinzip beruht, dass in einer demokratischen Gesellschaft alles von der Zustimmung der Menschen abhängt“ (zit. nach: Leipold, 2017) erklärte er.

Bernays war darüber hinaus der Meinung, dass die Lenkung der Gedanken und Gefühle der Menschen durch Soft Power in einer demokratischen Gesellschaft ein wesentlicher Bestandteil ist. Eines seiner bekanntesten Zitate lautet: „Die bewusste und zielgerichtete Manipulation der Verhaltensweisen und Einstellungen der Massen ist ein wesentlicher Bestandteil demokratischer Gesellschaften“ (Bernays, 1928/2916 S. 19). Dieser Grundgedanke durchzog das Wirken von Bernays (Leipold, 2017) und er wurde von anderen einflussreichen Intellektuellen der damaligen Zeit aufgegriffen, wie Walter Lippmann oder Harold Lasswell (Cull, Culbert & Welch, 2003). Bernays selbst wurde für sein Lebenswerk gewürdigt und vom Life Magazin zu einer der 100 einflussreichsten Persönlichkeiten des 20. Jahrhunderts gekürt (vgl. MacDonald, 2012, o. S.).

Die Idee, dass die breite Masse der Menschen nicht immer rational agiert und sie daher zu ihrem eigenen Wohle in die richtige Richtung „geschubst“ werden sollte, hat eine lange Tradition. Sie begann vor Bernays, und sie dauert bis heute fort. Ein historisches Beispiel für das Misstrauen gegenüber der Bevölkerung ist der griechische Geschichtsschreiber Thukydides. Er schrieb: „Die Masse ist in ihren Auffassungen unstet und wetterwendisch, für

ihre Fehlleistungen macht sie andere verantwortlich“ (Leppin 1999, S. 124f). Damit fordert er zwar nicht den Einsatz von Soft Power-Techniken, er liefert jedoch einen Beleg für die Ansicht, dass Menschen irrational handeln. Diese Ansicht wird bis heute als Begründung für den Einsatz von Soft Power angeführt: man müsse Menschen unbemerkt dazu bringen, „kluge Entscheidungen“ (Thaler & Sunstein 2019, Titelseite) zu treffen, so das Argument.

Daraus wird ersichtlich, dass auch heute noch intensiv an dem Einsatz von Soft-Power-Techniken gearbeitet wird. Zwei besonders bekannte Befürworter ihres gezielten Einsatzes sind die amerikanischen Forscher Richard H. Thaler und Cass R. Sunstein, die der Idee des psychologischen „Schubsens“ ein eigenes Buch gewidmet haben. Es heißt „Nudge – wie man kluge Entscheidungen anstößt“ (ebd.). Genau wie Thukydides und Bernays sind sie der Meinung, dass Menschen „dumme Fehler“ (ebd. S. 106) begehen können. Sie werben daher für einen „libertären Paternalismus“ (ebd. S. 106) und argumentieren, da es für Entscheidungsträger unmöglich ist, Menschen nicht zu beeinflussen (genauso, wie der Architekt eines Hauses durch seinen Bauplan immer ein Stück weit das Verhalten der Menschen beeinflusst, die später in dem Gebäude leben und arbeiten), sollte man als kluger „Entscheidungsarchitekt“ (ebd. S. 107) diese Verantwortung annehmen, und mit psychologischen „Schubsern“, sogenannten Nudges, den Menschen helfen, unbewusst ihren Weg zu finden (genauso wie man in einem kompliziert gebauten Haus Schilder aufstellt, „damit die Menschen sich zurechtfinden“ (ebd. S. 239)).

Solche Entscheidungsarchitekturen könne man in den unterschiedlichsten Bereichen einer Gesellschaft bauen: „Altersvorsorge, Sozialversicherung, Kreditmärkte, Umweltpolitik, Gesundheitswesen und Ehe“ (ebd. S. 331) werden als mögliche Einsatzgebiete für Nudges angeführt, doch „die Bandbreite möglicher Anwendungen geht weit darüber hinaus“ (ebd. S. 331). Dabei muss Soft Power jedoch soft, also weich bleiben. Man sollte die Entscheidung „den Menschen freistellen und [es] gleichzeitig möglichst leichtmachen, sich für einen eigenen Weg zu entscheiden“ (ebd. S. 309).

Ein Blick auf neuere Arbeiten der Forscher zeigt, in welchen unterschiedlichen Bereichen der Einsatz von Soft Power diskutiert wird. Cass R. Sunstein widmete sich zum Beispiel zusammen mit anderen Forschern den Möglichkeiten zur Bekämpfung von „fake news“ (Lazer et al. 2018, S. 1094) oder des Klimawandels (Sunstein, 2021). Sie gehen der Frage nach, wie man „fake und wahre Nachrichten“, die für viele Länder eine „Herausforderung“ darstellen, durch ein „robustes Nachrichten Ökosystem“ eindämmen kann (ebd. S. 1096). Darüber hinaus arbeitete er vor kurzem mit der deutschen Wissenschaftlerin Cornelia Betsch und anderen zusammen und veröffentlichte einen Artikel darüber, wie man der Bevölkerung am besten beibringen sollte, dass die Lockdowns im Zuge der Corona-Maßnahmen sinnvoll und gut seien (vgl. Habersaat et al. 2020). „Das Verhalten der Öffentlichkeit und das Befolgen nationaler und subnationaler Reaktionsstrategien [...] werden weiterhin die wichtigsten Maßnahmen zur Eindämmung des Virus sein“ (ebd. S. 677) sind sich die Autoren sicher. Sie begrüßen somit den Einsatz von Soft Power-Techniken, um die Menschen zu schützen und die Einhaltung der „effektiven“ Maßnahmen durch psychologische Nudges und Anreize zu fördern. Auch Richard H. Thaler blieb dem Thema Soft Power treu und widmete sich beispielsweise im Jahr 2021 mit anderen Forschern der Frage, ob man mit einer Lotterie Erwachsene zur Covid-19 Impfung motivieren kann (vgl. Milkman et al. 2021).

Das Buch ‚Nudge‘ wurde 2021 neu aufgelegt („die endgültige Ausgabe“) und befasst sich unter anderem mit den psychologischen Werkzeugen im Hinblick auf den Klimawandel.

Diesem müsse man damit begegnen, dass man die Erkenntnisse von Psychologie und Verhaltensökonomie nutze, so die beiden Autoren (Thaler & Sunstein 2021, S. 286). Eine Möglichkeit sehen die Autoren hier in der behavioristischen Technik von Bestrafungen für Fehlverhalten: Länder könnten sich zu „Klima-Klubs“ zusammenschließen und sich gemeinsam auf die Einhaltung bestimmter Regeln einigen. Wenn sich einzelne Länder aus dem Klub nicht daranhalten, werden sie dafür bestraft, „vielleicht mittels einer Art von Gebühr“ (ebd, S. 292). Auf der anderen Seite könne man Menschen für energieeffiziente Verhaltensweisen ökonomisch belohnen und, indem zusätzlich zu sanften Nudges auch harter Zwang eingesetzt wird, beispielsweise durch strenge Gesetze (ebd, S. 292).

Neben diesen zivilen Einsatzgebieten von Soft Power gibt es noch den militärischen Bereich. Während Kriegspropaganda und psychologische Kriegsführung schon mehr als 100 Jahren Teil der Kriegsführung sind (Simpson, 1994), werden modernste Manipulationstechniken in der sogenannten „Kognitiven Kriegsführung“, einem offiziellen Programm der NATO (Claverie et al., 2021), seit 2020 verstärkt vorangetrieben. Die Bemühungen des Militärbündnisses gehen dabei so weit, dass der Mensch selbst als offizieller Kriegsschauplatz definiert werden soll und seine Gedanken und Gefühle ins Zentrum dieser neuartigen Form der Kriegsführung rücken. Diese Extremform von Soft Power, welche teilweise den Bereich der Hard Power tangiert, bedarf einer besonderen Aufmerksamkeit, auch von Seiten der Wissenschaft, ebenso wie einer gründlichen Reflexion der Herausforderungen, die sich durch sie ergeben.

5. Herausforderungen für westliche Demokratien durch den Einsatz von Soft-Power-Techniken

Die Selbstverständlichkeit, mit welcher der Grundgedanke von Bernays und anderen Intellektuellen seiner Zeit bis heute fortduert, ist überraschend, denn die gezielte Steuerung der öffentlichen Meinung kann aus demokratietheoretischer Perspektive durchaus kritisiert werden. Vier besonders prägnante Kritikpunkte werden in diesem Kapitel erläutert: Die Machtfrage, die Frage nach den Schwachstellen der Entscheidungsträger, die Frage nach dem öffentlichen Debattenraum sowie die eingangs von Nicolas Cull angesprochene Gefahr, die durch den Missbrauch von Soft-Power-Techniken als Kriegspropaganda entsteht.

Die Machtfrage

Wenn man den Begriff Soft Power in seinem Wortsinn betrachtet, dann stößt man auf das englische Wort Macht und damit auf die Frage, wer diese Macht ausübt und wodurch sie legitimiert ist. Die Legitimation von Macht ist nämlich ein Merkmal von Demokratie. „Alle Bürger haben somit ein Recht auf umfassende demokratische Mitwirkung an allen relevanten gesellschaftlichen Aspekten. [...] Alle Machtstrukturen haben ihre Existenzberechtigung nachzuweisen und sich der Öffentlichkeit gegenüber zu rechtfertigen, sonst sind sie illegitim und daher zu beseitigen“, erklärt einer der Kritiker von Propaganda, Rainer Mausfeld (2018, S. 105). Mausfeld verbindet mit Demokratie auch die Forderung, dass „jeder Bürger einen angemessenen Anteil an allen Entscheidungen [...], die das eigene gesellschaftliche Leben betreffen“ (ebd. S. 209) haben soll. Es ist offenkundig, dass nicht jeder Bürger die

Möglichkeit hat, wie die Bundesregierung im Jahr 2020 150 Millionen Euro für Werbung auszugeben (vgl. Teile 2020, o. S.). Auch im militärischen oder wirtschaftlichen Bereich finden sich sehr hohe Werbeausgaben. So kostet die teuerste Werbung der Welt, ein 30-Sekunden Werbespot während des amerikanischen Super-Bowl Finales, 5,6 Millionen US Dollar (vgl. Malone 2021, o. S.). Das zivile Budget der NATO, das ebenfalls zum Teil in PR fließt, ist mit 289,1 Millionen Dollar für das Jahr 2022 angesetzt (vgl. NATO 2022). Die Möglichkeiten, Soft Power auszuüben, sind folglich nicht für alle Menschen gleich. Das führt jedoch zu einem Machtungleichgewicht und diese Machstrukturen sind, obwohl sie sehr wirkungsvoll sind, nicht demokratisch legitimiert, so die Kritiker.

Die Frage nach den Schwachstellen der Entscheidungsträger

Der zweite Punkt bezieht sich darauf, dass ein Grund, warum Soft Power als unmerkliche Manipulation überhaupt funktionieren kann (vgl. Thaler & Sunstein 2019, S. 12ff), das Vorhandensein menschlicher ‚Schwachstellen‘ ist. Das führt zu der Frage, wie rational diejenigen Menschen handeln, die Soft Power anwenden. Es fällt auf, dass diese Frage von denjenigen, die Soft Power als eine Errungenschaft ansehen, nur wenig diskutiert wird. Thaler und Sunstein verteidigen zwar ihre Forderung nach Nudges:

„Mit anderen Worten, wir plädieren für selbstbewusste Bemühungen privater und öffentlicher Institutionen, die Entscheidungen der Menschen in eine Richtung zu lenken, die deren Wohlergehen mehrt“ (vgl. Sunstein & Thaler 2003, S. 1162, Übers. durch den Autor).

Sie erklären jedoch nicht, wie die Entscheidungsträger innerhalb der privaten oder öffentlichen Institutionen selbst von dem ausgenommen werden, was einen „fehlerhaften, aber echten“ (Thaler & Sunstein 2019, S. 167) Menschen ausmacht. Der bekannte Demokratietheoretiker Sheldon Wolin erkannte diesen Punkt und wies darauf hin, dass diskutiert werden müsse, warum „die Eliten ... für sich ein besonderes System der Rationalität beanspruchen [und] ... über die substanziell überlegene Form des Urteilsvermögens verfügen“ sollten (Wolin 2022, S. 382).

Die Frage nach dem öffentlichen Debattenraum

Ein weiterer Kritikpunkt an dem Einsatz von Soft Power leitet sich ebenfalls aus dem weiter oben erläuterten Demokratieverständnis ab. Zur Demokratie gehört auch, dass man „lebhaft“ (Crouch 2020, S. 9), offen, ehrlich und auf Augenhöhe miteinander über Sachfragen diskutieren kann (vgl. z. B. Ruß-Mohl 2020, S. 8ff). Die Bundeszentrale für Politische Bildung führt zu diesem Punkt an:

„Das Funktionieren einer Demokratie, in der alle Staatsgewalt vom Volke ausgeht (Art. 20 Abs. 2 GG), setzt voraus, dass dessen Mitglieder über die Informationen verfügen, die sie benötigen, um sich auf rationale Weise eine eigene Meinung zu allen politischen Fragen bilden zu können“ (bdp).

Für Rainer Mausfeld ist der öffentliche Debattenraum daher „das Herzstück von Demokratie“ (Mausfeld 2020, o. S.). Der amerikanische Soziologe Charles W. Mills beklagte schon 1956 in seinem Werk „The Power Elite“, dass die für eine demokratische Gesellschaft so wichtige „Achtung vor der öffentlichen Diskussion [...] durch skrupellose psychologische Kriegsführung ersetzt [wurde]“ (Mills 1956/1962, S. 251). Kritiker wie Mills sehen folglich in

dem Einsatz von Soft Power-Techniken die Gefahr, dass nicht mehr mit rationalen Argumenten diskutiert wird, sondern vielmehr psychologische Techniken eingesetzt werden, um „die Menge zu manipulieren“ (ebd. S. 216).

Der mögliche Missbrauch als Kriegspropaganda

Der letzte Kritikpunkt bezieht sich auf die historisch nachweisbare Verbindung von Hard und Soft Power. Immer wieder warnen Kritiker von Propaganda wie Nicolas Cull vor der Eskalationsgefahr von Kriegen, welche durch den geschickten Einsatz von Soft Power oder Propaganda weiter angeheizt werden. Ein historisches Beispiel dafür ist die schon genannte, 1917 gegründete Creel-Kommission (vgl. Zinn 1980, S. 355ff), welche den Kriegseintritt der USA propagandistisch vorbereitete. In der heutigen Zeit finden sich ebenfalls Belege für die Verwicklung von PR-Agenturen in Kriege. Ein Beispiel ist der Jugoslawienkrieg. Die amerikanische Werbeagentur Ruder Finn war hier ab 1991 aktiv und gab dies auch offen zu (vgl. Sremac 1999). Derzeit steht die sogenannte „Kognitive Kriegsführung“ (Tögel, 2023) der NATO besonders im Fokus, welche als das derzeit fortschrittlichste Manipulationsprogramm, das es jemals gab, welches den Krieg um die Köpfe und Herzen mit Hilfe modernster Soft-Power-Techniken weiter eskaliert.

6. Fazit

Gezielter Einsatz von Soft-Power-Techniken findet heute in westlichen Demokratien mit überraschender Selbstverständlichkeit und „Allgegenwärtigkeit“ (Cull, 2019) statt. Die gut ausgestatteten Budgets für Werbung bzw. politische oder strategische Kommunikation von Unternehmen, Regierungen oder Militärs verdeutlichen die große Bedeutung, welche der Soft Power in westlichen Demokratien zukommt. Ihr täglicher Einsatz in den unterschiedlichsten Bereichen unserer Gesellschaft lässt sich nicht bestreiten, umso wichtiger ist eine tiefgehende, wissenschaftliche Debatte über die Frage nach seiner Legitimität.

Vor allem die Vereinbarkeit von Propaganda und Nudging mit Hilfe von Soft-Power-Techniken mit fundamentalen demokratischen Prinzipien bedarf jedoch einer genaueren wissenschaftlichen Untersuchung.

Besonders hervorzuheben ist in diesem Zusammenhang die Gefahr, welche von Kriegspropaganda und der Kognitiven Kriegsführung ausgeht: die Geschichte zeigt, dass es durch Propaganda immer wieder möglich wurde, die schlimmsten Kriege und unendliches Leid zu entfesseln (Blum, 2014; Wolin, 2022, S. 378ff). Umso dringender ist eine öffentliche Diskussion und breite Aufklärung über das zerstörerische Potential, welches den Manipulationswaffen innewohnt.

Literatur

- Asendorpf, J. (2005). *Psychologie der Persönlichkeit* (3. Aufl.). Springer Medizin Verlag.
- Bernays, E. (2016). *Propaganda* (6. Aufl.). Orange Press.
- Bleicken J. (1994). *Die athenische Demokratie* (4. Aufl.). Ferdinand Schöningh.
- Blum, W. (2014). *Killing Hope. Zerstörung der Hoffnung. Globale Operationen der CIA seit dem 2. Weltkrieg*. Zambon.
- Branahl, U. & Donges, P. (2011). Warum Medien wichtig sind: Funktionen in der Demokratie. Informationen zur politischen Bildung, 309, Kap. 3. <https://www.bpb.de/shop/zeitschriften/izpb/7492/warum-medien-wichtig-sind-funktionen-in-der-demokratie/>
- Bundeszentrale für politische Bildung: (2011, 1. Oktober). Was ist Propaganda? Bpb. <https://www.bpb.de/themen/medien-journalismus/krieg-in-den-medien/130697/was-ist-propaganda/>
- Cialdini, R. B. (2017). *Die Psychologie des Überzeugens. Wie Sie sich selbst und Ihren Mitmenschen auf die Schliche kommen* (8. Aufl.). Hogrefe.
- Claverie, B., Prébot, B., Buchler, N., & Du Cluzel, F. (2022). *Cognitive Warfare: The Future of Cognitive Dominance [Symposium]*. NATO scientific meeting on Cognitive Warfare 2021, Bordeaux, France.
- <https://www.innovationhub-act.org/sites/default/files/2022-03/Cognitive%20Warfare%20Symposium%20-%20ENSC%20-%20March%202022%20Publication.pdf>
- Crouch, C. (2020). *Postdemokratie* (14. Aufl.). Suhrkamp.
- Cull, N. J. (2019, 22. April). Nick Cull Answers More Questions on Propaganda. USC Center on Public Diplomacy.
- <https://uscpublicdiplomacy.org/blog/nick-cull-answers-more-questions-propaganda>
- Cull, N. J., Culbert, D., Welch, D. (2003). *Propaganda and mass persuasion: A historical encyclopedia, 1500 to the present*. ABC-CLIO.
- Deci, E. L. & Ryan, R. M. (1985). *Intrinsic Motivation and Self-Determination in Human Behavior*. Springer US.
- <https://doi.org/10.1007/978-1-4899-2271-7>
- de Jaucourt, L. (1755). Égalité naturelle. In D. Diderot, J. Le Rond d'Alembert (Hrsg.), *Encyclopédie ou Dictionnaire raisonné des sciences, des arts et des métiers* (Band 5, S. 415).
- Demm, E. (2021). *Censorship and propaganda in World War I. A Comprehensive History*. Bloomsbury Publishing.
- Dudenredaktion (Hrsg.) (2006). *Der Duden in zwölf Bänden: Bd. 7. Duden, das Herkunftswörterbuch: Etymologie der deutschen Sprache* (4. Aufl.). Bibliographisches Institut.
- Ellul, J. (1965). *Propaganda: The Formation of Men's Attitudes*. Vintage Books.
- Ewen, S. (1996). *PR! A social history of spin*. Basic Books.
- Fischer, L. & Wiswede, G. (2009). *Grundlagen der Sozialpsychologie* (3. Aufl.). Oldenbourg Wissenschaftsverlag.
- <https://doi.org/10.1524/9783486847826>
- Fusaro, R. & Sperling-Magro, J. (2021, 6. August). Much anew about 'nudging'. McKinsey & Company. <https://www.mckinsey.com/capabilities/strategy-and-corporate-finance/our-insights/much-anew-about-nudging>

- Fromm, E. (1982). Die Anwendung der humanistischen Psychoanalyse auf die marxistische Theorie. In E. Fromm (Hrsg.), *Über den Ungehorsam und andere Essays* (S. 19–38). DVA.
- Grunig, J. & Hunt, T. (1984). *Managing public relations*. Holt, Rinehart & Winston.
- Habersaat, K. B., Betsch, C., Danchin, M., Sunstein, C. R., Böhm, R., Falk, A., Brewer, N. T., Omer, S. B., Scherzer, M., Sah, S., Fischer, E. F., Scheel, A. E., Fancourt, D., Kitayama, S., Dubé, E., Leask, J., Dutta, M., MacDonald, N. E., Temkina, A., . . . , Butler, R. (2020). Ten considerations for effectively managing the COVID-19 transition. *Nature Human Behaviour*, 4(7), 677–687. <https://doi.org/10.1038/s41562-020-0906-x>
- Israel, J. (2013). *Democratic enlightenment: Philosophy, Revolution, and Human Rights 1750–1790*. Oxford University Press.
- Lazer, D. M. J., Baum, M. A., Benkler, Y., Berinsky, A. J., Greenhill, K. M., Menczer, F., Metzger, M. J., Nyhan, B., Pennycook, G., Rothschild, D., Schudson, M., Sloman, S. A., Sunstein, C. R., Thorson, E. A., Watts, D. J., & Zittrain, J. L. (2018). The science of fake news. *Science*, 359(6380), 1094–1096. <https://doi.org/10.1126/science.aa02998>
- Leipold, J. (2017). *Edward Bernays und die Wissenschaft der Meinungsmache [Film]*. ARTE.
- Leppin, H. (1999). *Thukydides und die Verfassung der Polis. Ein Beitrag zur politischen Ideengeschichte des 5. Jahrhunderts v. Chr.* Akademie Verlag.
- MacDonald, K. (2012). *Public relations*. Cambridge Historical Society.
- Malone, G. (2021, 7. Februar). The most expensive super bowl commercials of all time – were these commercials worth the big price tags? *Globalrankings*.
- <https://www.gobankingrates.com/net-worth/sports/expensive-super-bowl-commercials/>
- Mausfeld, R. (2018). *Warum schweigen die Lämmer? Wie Elitendemokratie und Neoliberalismus unsere Gesellschaft und unsere Lebensgrundlagen zerstören* (3. Aufl.). Westend.
- Mausfeld, R. (2020, January 24). *Demokratie erneuern! Wie geht Demokratie im 21. Jahrhundert?* [Konferenzbeitrag]. DAI Heidelberg.
- Milkman, K. L., Gandhi, L., Ellis, S. F., Graci, H. N., Gromet, D. M., Mobarak, R. S., Buttenheim, A. M., Duckworth, A. L., Pope, D., Stanford, A., Thaler, R., & Volpp, K. G. (2022). A citywide experiment testing the impact of geographically targeted, high-pay-off vaccine lotteries. *Nature Human Behaviour*, 6(11), 1515–1524. <https://doi.org/10.1038/s41562-022-01437-0>
- Mills, C. W. (1962). *Die amerikanische Elite – Gesellschaft und Macht in den Vereinigten Staaten*. Holstein-Verlag.
- NATO (2022, 1. April). *Funding NATO*. North Atlantic Treaty Organisation. https://www.nato.int/cps/en/natohq/topics_67655.htm
- Nye, N. (2004). *Soft Power: The means to success in world politics*. Public Affairs.
- Ruß-Mohl, S. (2020). *Streitlust und Streitkunst. Diskurs als Essenz der Demokratie*. Herbert von Halem Verlag.
- Simpson, C. (1994). *Science of Coercion: Communication Research and Psychological Warfare, 1945–1960*. Oxford University Press.
- Schulz, R. & Walter, U. (2022). *Griechische Geschichte ca. 800–322 v. Chr.: Band 2: Forschung und Literatur*. De Gruyter Oldenbourg.
- Sremac, D. S. (1999). *War of words: Washington Tackles the Yugoslav Conflict*. Greenwood Publishing Group.
- Sunstein, C. R. (2021). Green defaults can combat climate change. *Nature Human Behaviour*, 5(5), 548–549.
- <https://doi.org/10.1038/s41562-021-01071-2>

- Sunstein, C. R. & Thaler R. H. (2003). Libertarian paternalism is not an oxymoron. *The University of Chicago Law Review*, 70(4), 1159–1202.
- <https://doi.org/10.2307/1600573>
- South China Morning Post (2022, 9. Juli). ‘This is a war of propaganda’: John Pilger on Ukraine and Assange. *Talking Post with Yonden Lhatoo* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=u9pEotvIW-s>
- Thaler R. H. & Sunstein, C. R. (2010). *Nudge – Wie man kluge Entscheidungen anstößt*. Ullstein Taschenbuch.
- Thaler, R. H. & Sunstein, C.R. (2021). *Nudge*. The final edition. Penguin Books.
- Tögel, J. (2021). *Soft Power und Motivation im schulischen Kontext*. Schneider Verlag Hohengehren.
- Tögel, J. (in Druck). *Kognitive Kriegsführung. Neueste Manipulationstechniken als Waffengattung der NATO*. Westend.
- Wirtz, M. A. (Hrsg.) (2020). *Lexikon der Psychologie* (19. Aufl.). Hogrefe.
- Wolin, S. S. (2022). *Umgekehrter Totalitarismus. Faktische Machtverhältnisse und ihre zerstörerischen Auswirkungen auf unsere Demokratie*. Westend.
- Young, C. M. (1992, 20. Mai). *Anarchy in the U.S.A.* Noam Chomsky interviewed by Charles M. Young. *Rolling Stones Magazine*.
- <https://chomsky.info/19920528/>
- Zinn, H. (1980). *A people’s history of the United States*. Harper & Row.