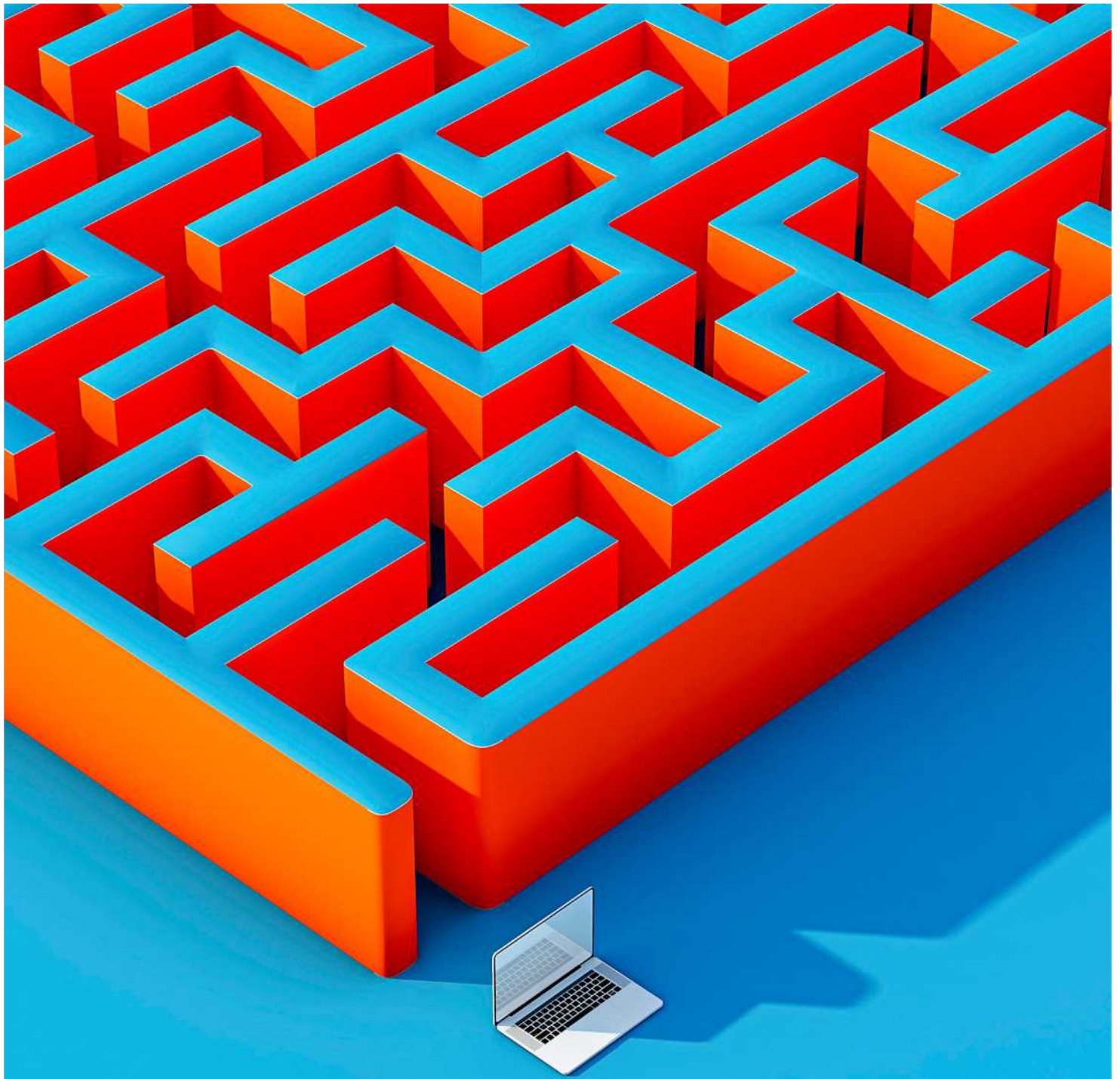




Im Labyrinth der Lügen

PSYCHOLOGIE Im Superwahljahr 2024 erwarten Experten mehr Fake News im Internet als jemals zuvor. Niemand ist vor ihnen sicher, denn der Mensch ist schlecht darin, richtige von gefälschten Nachrichten zu unterscheiden. Was würde helfen? *Von Maik Großekathöfer*

Das Containerschiff »Dali« ramnte am 26. März in Baltimore einen Pfeiler der Francis-Scott-Key-Bridge, die Brücke stürzte ein, sechs Menschen starben. Wenig später ging auf der Nachrichtenplattform X ein Beitrag um die Welt, in dem es hieß, der Kapitän des Frachters komme aus der Ukraine. Als Beleg diente ein Auszug aus einer Schiffsdatenbank, er zeigt Besatzungsmitglieder der »Dali«, darunter einen 52-jährigen Ukrainer mit der Identitätsnummer 33 401, verantwortlicher Offizier, monatliches Gehalt 10.200 US-Dollar. Der Urheber der Mitteilung hat mehr als 370.000 Follower und nennt sich in seinem Account »Anti fake news«.

Am 17. März schrieb Reinhard J. auf Facebook, er habe etwas gelesen, das einem die Sprache verschlage: Eine »Dame in Berlin« wolle bei der Fußball-Europameisterschaft Deutschlandfahnen verbieten. »Deutschland soll vernichtet werden, und das ist kein dummes Zeug, wacht endlich auf«, lautet einer der Kommentare unter dem Posting.

»Nur zur Info! Ihr werdet verarscht«, so beginnt ein Tweet auf X, der in ähnlicher Form auch auf Facebook und dem Videoportal TikTok erschien. Es folgt eine Berechnung, wonach der Wald weltweit in einem Jahr mehr Kohlenstoffdioxid binde, als der Mensch produziert. Das würde bedeuten: Für die Erderwärmung ist das CO₂ nicht verantwortlich. Allein bei X gab es 57.600 Aufrufe, mehr als 1500 Likes.

Drei Beiträge aus den sozialen Medien, keiner stimmt.

Der ukrainische Seemann existiert, und er war tatsächlich Kapitän der »Dali«. Aber das ist lange her: von März bis Juli 2016.

Es war die Berliner Polizeipräsidentin, die ihren Einsatzkräften untersagt hat, während der EM die Streifenwagen mit Deutschlandfahnen zu schmücken. Ein Fahnenverbot für uns alle verlangt niemand.

Die CO₂-Berechnung ist falsch.

Drei von unzähligen Fake News, die im Internet kursieren. Manche Experten befürchten, dass dort in diesem Jahr mehr Falsch- und Desinformation zu lesen sein könnte als jemals zuvor. Und niemand ist vor ihr sicher. Junge Männer fallen auf Fake News genauso herein wie Seniorinnen. Millionäre und Arbeitslose glauben gleichermaßen an sie, ebenso Akademikerinnen und Handwerker. Der amerikanische Kognitionsforscher David Rand vom Massachusetts Institute of Technology hat herausgefunden, dass wir in mindestens 20 Prozent der Fälle dazu neigen, Falschnachrichten für wahr zu halten.

Fake News sind wie Haie, die im weiten Meer der Nachrichten schwimmen und Opfer suchen. Jede fünfte Jagd ist erfolgreich.

Aber warum? Wieso erkennen wir so schlecht, welche Informationen stimmen und welche nicht? Wie kommt es, dass Menschen selbst die abenteuerlichsten Geschichten für bare Münze nehmen? Und wie ließe sich das ändern?

I. Das größte Risiko unserer Zeit

Wenn Wissen Macht ist, dann ist Desinformation eine Waffe. Das Weltwirtschaftsforum hat im Januar die Fehl- und Desinformation als das größte globale Risiko der kommenden 24 Monate eingestuft, noch vor extremen Wetterereignissen und militärischen Konflikten: Sie könne demokratische Prozesse bedrohen und zu Polarisierung führen, könne die Legitimität einer Regierung infrage stellen, Unruhen und innerstaatliche Gewalt auslösen.

In den vier Wochen rund um den Jahreswechsel identifizierten Spezialisten des auswärtigen Amts mehr als 50.000 gefälschte Nutzerkonten auf X, die darauf angelegt waren, die Stimmung politisch aufzuheizen, in deutscher Sprache und mit insgesamt mehr als einer Million Tweets. Besonders oft tauchte der Vorwurf auf, die Bundesregierung vernachlässige das eigene Volk, um die Ukraine zu unterstützen.

In diesem Jahr finden in 78 Ländern mit rund vier Milliarden Menschen, der halben Weltbevölkerung, insgesamt 83 Wahlen statt: in Südafrika, Mexiko, Indien, Großbritannien, den Vereinigten Staaten. Im Juni wählt die Europäische Union ein neues Parlament, im September wählen Sachsen, Thüringen und Brandenburg einen neuen Landtag. Politikwissenschaftler, Informatiker und andere Fachleute erwarten deshalb einen »Tsunami an Desinformation«.

Gewissenhafte Anbieter von Nachrichten verlieren längst an Vertrauen. Laut einer Studie der Universität in Mainz meinen 17 Prozent der Menschen in Deutschland, dass die Medien systematisch lügen, drei Prozent mehr als vor einem Jahr. Jeder vierte Befragte gibt an, die Medien nähmen die Themen nicht ernst, die ihm wichtig seien.

Der berühmte Philosoph Karl Popper begründete den »kritischen Rationalismus«, er beschreibt ihn als eine Lebenseinstellung, die zugibt, »dass ich mich irren kann, dass du recht haben kannst und dass wir zusammen

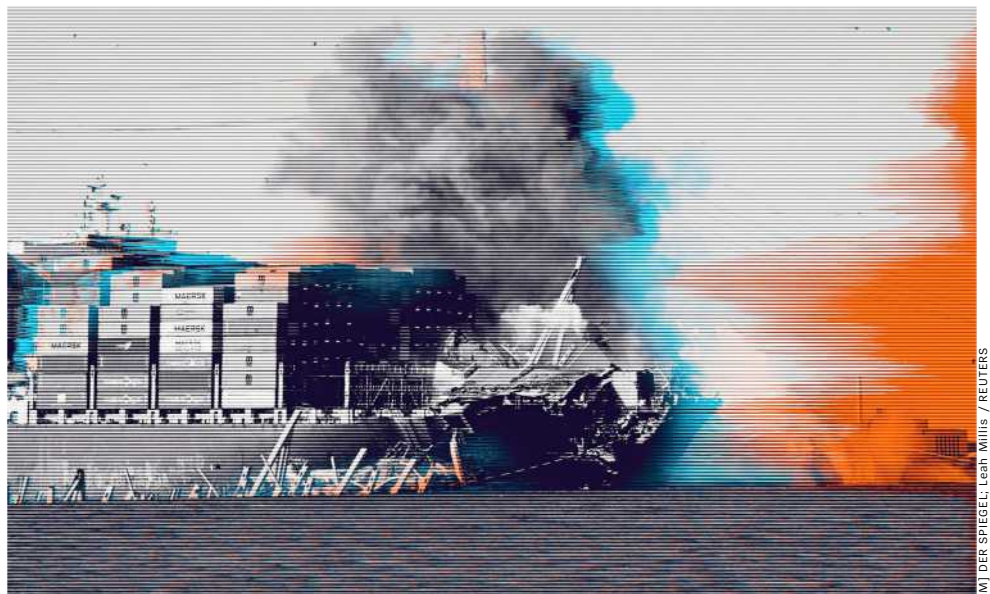
vielleicht der Wahrheit auf die Spur kommen werden«. Er plädiert dafür, mit dem Mittel der Vernunft nach Fehlern in einer Theorie zu suchen: Eine Erkenntnis solle so lange gelten, bis sie empirisch widerlegt ist. Für Popper ist die Vernunft das Fundament eines offenen und friedlichen Zusammenlebens. Wir erleben gerade, wie die Risse in diesem Fundament tiefer werden.

84 Prozent der Deutschen finden, Desinformation sei ein großes Problem für unsere Gesellschaft; zu dem Ergebnis kommt eine Umfrage der Bertelsmann Stiftung. 81 Prozent denken, Desinformation sei eine Gefahr für die Demokratie, hauptsächlich, weil sie die politische Meinungsbildung beeinflusse. 70 Prozent der Deutschen gehen davon aus, dass andere gefährdet sind, durch Desinformation manipuliert zu werden. Aber 78 Prozent halten das Risiko für gering, sich selbst täuschen zu lassen.

Die letzte Zahl zeigt, wie naiv wir sind. Dass der Mensch sich für gescheitert hält, als er ist. Denn das Problem sind nicht nur die Internet-Trolle, die Fake News einsetzen, um Konflikte in den sozialen Medien zu schüren. Es sind auch nicht nur die Bots, die Softwareanwendungen, die über realistisch wirkende Accounts programmierte Falschinformationen absetzen. Das Problem ist die Psyche des Menschen, die Art und Weise, wie wir beurteilen, ob etwas wahr ist. Unsere Entscheidung ist jedes Mal von Bedeutung: Wenn eine Mutter im Internet nach Informationen sucht, weil sie sich fragt, ob sie ihre Tochter impfen lassen soll. Oder wenn ein Schüler auf Twitter liest, den Holocaust habe es nie gegeben.

II. »Die Lüge fliegt, die Wahrheit humpelt hinterher«

Wolfgang Schweiger ist Professor für Kommunikationswissenschaft an der Universität Hohenheim, er sagt, die meisten seiner Studentinnen und Studenten würden sich über das Tagesgeschehen auf Instagram und Tik-



Kollision des Containerschiffs »Dali« mit Brücke in Baltimore: Ukrainischer Kapitän?



Verharmlosung der Erderwärmung: Falsche Berechnungen auf TikTok und Facebook

Tok informieren. Gerade die jüngeren von ihnen würden nicht großartig auf die Quelle einer Nachricht achten. »Wer hinter der Quelle steht und welche Intention die Quelle hat, spielt für viele keine Rolle.« Bei einer noch nicht veröffentlichten Interviewstudie seines Instituts kam heraus: Für junge Menschen ist das wichtigste Kriterium für die Verlässlichkeit einer Quelle zum einen, dass ein Angebot »journalistisch aussieht«. Zum anderen ist es der blaue Haken, der symbolisiert, dass ein Konto auf Social Media verifiziert ist.

»Sie bedenken dabei häufig nicht, dass man Websites und Accounts fälschen und den blauen Haken für wenig Geld kaufen kann«, sagt Schweiger.

Er selbst hat einmal eine Internetseite gebaut und eine fiktive Nachricht in die Welt gesetzt, weil er wissen wollte, wie schnell sich Fake News verbreiten. Zwei Mitarbeiterinnen dachten sich ein Nachrichtenblog aus, das sie »Der Volksbeobachter« nannten. Sie eröffneten eine dazugehörige Facebook-Seite und erstellten vier Fakeprofile von Facebook-Nutzern. Eins gehörte einem »Volker Mayer«, der auf Nachrichten des »Volksbeobachters« hinwies, Posts der AfD und »Identitären Bewegung« teilte und der die Kommentare anderer Nutzer kommentierte, um im Netz bekannt zu werden.

Nach drei Tagen hatte er 55 Freunde auf Facebook, nach 14 Tagen waren es 251. Wer viele Freunde hat, gilt als vertrauenswürdig. Und wer als vertrauenswürdig gilt, dem wird eher geglaubt. So tickt der Mensch.

Dann veröffentlichte Schweigers Team auf der Homepage des »Volksbeobachters« eine Falschnachricht, die Volker Mayer übernahm: Einmal pro Woche halte vor dem Flüchtlingsheim in Bad Eulen ein Wohnmobil mit zwei Prostituierten, die sich um »die grundmenschlichsten Bedürfnisse« der Bewohner kümmern würden. Das Landratsamt bezahle sie.

Nach vier Tagen hatten mehr als 11.000 Menschen die Fake News gesehen und sie

155-mal geteilt. An den Kommentaren war zu erkennen, dass die wenigsten Leser die Meldung als Nonsens entlarvten. Dabei hätte eine rasche Google-Suche gereicht, um herauszufinden, dass es keinen Ort namens Bad Eulen gibt.

»Man kann mit einer Lüge in kurzer Zeit und mit wenig Aufwand eine hohe Reichweite erzielen«, sagt Schweiger.

Eine Datenanalyse hat ergeben, dass Fake News in den USA kurz vor der Wahl 2016 auf Facebook öfter gelikt, geteilt und kommentiert wurden als wahre Nachrichten. Wissenschaftler haben herausgefunden, dass sich Falschnachrichten auf Twitter, wie X bis Mitte vergangenen Jahres hieß, sechsmal schneller verbreiten. Die Wahrscheinlichkeit, dass Nutzer sie teilen, ist 70 Prozent höher. Die Forscher stellten fest: Nicht die Bots, die automatisiert menschliche Aktivität simulieren, sind die größten Fake-News-Schleudern. Angetrieben und beschleunigt wird Desinformation vor allem durch uns, die Nutzerinnen und Nutzer.

Eine Erklärung dafür heißt: Fake News sind meistens schlechte Nachrichten, die starke Emotionen auslösen. Und die menschliche Psyche reagiert auf schlechte Nachrichten heftiger. Wir schenken ihnen mehr Aufmerksamkeit, halten sie für glaubwürdiger.

»Aus evolutionärer Sicht ergibt das auch Sinn«, sagt Ralph Hertwig vom Max-Planck-Institut für Bildungsforschung, der sich mit der Psychologie des menschlichen Entscheidens beschäftigt. »Wer in einer Welt überleben will, in der Risiken und Gefahren lauern, für den ist eine negative Information unmittelbar wichtig.« Eine positive Nachricht sei selten potenziell bedrohlich. Diese Eigenschaft können die Erfinder von Desinformation gnadenlos ausnutzen.

Kommunikationswissenschaftler Schweiger wollte nach seinem Versuch alle Facebook-Nutzer, die seine Fake News gelesen hatten, darüber aufklären, dass er sie ge-

täuscht hatte. Es gelang ihm nur bei einem Bruchteil der ursprünglichen Empfänger. Dass die Falschnachricht ihre Wirkung längst getan hat, bevor sie als Märchen enthüllt wird, ist keine neue Erkenntnis. »Die Lüge fliegt, die Wahrheit humpelt ihr hinterher«, der Satz stammt von dem irischen Schriftsteller Jonathan Swift, geboren 1667. Ist eine Falschnachricht einmal in der Welt, ist sie kaum zu korrigieren.

Ein Grund dafür ist die Arbeitsweise des Gehirns. Gemäß dem Jostschen Satz, benannt nach einem österreichischen Lernforscher, behält der Mensch von zwei gleichwertigen Informationen die zuerst Gelernte besser. Menschen vergessen die Richtigstellung einer gefälschten Nachricht schneller als die eigentliche Fake News. Im Nachhinein zu sagen, eine Information sei falsch, ist daher oft wirkungslos. Das zeigen Studien für inhaltlich harmlose Sätze wie »Strauße stecken ihren Kopf in den Sand« genauso wie für ideologisch aufgeladene Fehlinformationen wie »Der Mumps-Masern-Röteln-Impfstoff verursacht Autismus«.

Eine Nachricht zu korrigieren kann sogar dazu führen, dass Menschen einer Lüge erst recht glauben. In einem Versuch hielten ältere Menschen die Behauptung für richtig, Haifischknorpel helfe gegen Arthritis, je öfter man ihnen drei Tage zuvor gesagt hatte, sie sei falsch. Haifischknorpel? Arthritis? Da war doch was!

III. In der Falle der Aufmerksamkeits-händler

Man könnte annehmen, als Risikoforscher, der sich mit Plausibilität beschäftigt, müsste der Soziologe Ortwin Renn besonders für Fake News sensibilisiert sein. Doch auch ihn hat es erwischt.

Nach den sexuellen Übergriffen in der Silvesternacht 2015 auf der Kölner Domplatte geriet eine Meldung in Umlauf, wonach auf dem Oktoberfest wesentlich mehr Frauen vergewaltigt würden, als die Polizeistatistik aufweise. Wenn man die Dunkelziffer einbeziehe, könnten es bis zu 200 Taten sein. Renn sagt, er habe die Information in zwei unterschiedlichen Quellen gelesen, eine Quelle sei ein »zuverlässiger Wissenschaftskanal« gewesen.

Er arbeitete gerade an einem Text, der zeigen sollte, dass Asylsuchende nicht krimineller sind als Deutsche. »Deswegen habe ich die Information übernommen, ohne sie weiter zu hinterfragen: weil sie gut in den Tenor meines Kommentars passte. Ich habe für wahr gehalten, was ich mir als wahr gewünscht habe.« Er wollte die Zahlen unbedingt glauben. Aber sie waren falsch.

Der Mensch neigt dazu, sich seine eigene Wahrheit zu basteln. Stimmungen und Affekte können darüber mitbestimmen, ob er etwas als richtig oder falsch bewertet. Vorläufigkeit und Ungewissheit halten wir schlecht aus, was uns dazu verleiten kann, die eigenen feststehenden Überzeugungen als Fakten zu speichern.

Unser Gehirn entscheidet ständig, welche Informationen es in unser Bewusstsein lässt. Es registriert nur das, was uns wichtig erscheint. Wäre das nicht so, würde es die Komplexität nicht reduzieren, gingen wir in der Flut von Reizen unter. Das Gehirn ist eine Prognosemaschine, die Sinnesindrücke mit Erfahrungen und Erwartungen abgleicht und Vermutungen über die Welt anstellt. Dabei ist das Gehirn nicht an Wahrheit interessiert, sondern am eigenen Vorteil: Die Art, wie es arbeitet, hilft dem Menschen, folgenschwere Fehler zu vermeiden. Es ist ein Mechanismus, der auch dazu führt, dass sich unsere Überzeugungen verfestigen.

Doch Überzeugungen können die Wahrnehmung steuern, der Placeboeffekt funktioniert so: Weil ich überzeugt bin, dass die Pille gegen meine Schmerzen hilft, spüre ich sie nicht mehr.

Wer falsche Informationen verbreitet, hat es leicht, Menschen nach dem Mund zu reden. Desinformation baut darauf auf, dass wir das, was unserer Sichtweise entspricht, für wahr halten. Es kommt sogar vor, dass wir bewusst nach irreführenden Informationen suchen. Warum das so ist, lässt sich an einem Beispiel verdeutlichen: Jemand raucht gern Zigaretten, weil es ihn entspannt und ein Genuss für ihn ist. Gleichzeitig weiß er, dass Rauchen tödlich sein kann. Diese »kognitive Dissonanz« könne der Raucher auflösen, sagt Psychologe Ralph Hertwig, indem er gezielt nach Hinweisen suche, die ihn darin bekräftigen, dass es gar nicht so schlimm sei zu rauchen. Er könnte sich sagen: Helmut Schmidt hat gequalmt wie ein Schlot und ist trotzdem 96 Jahre alt geworden.

Die sozialen Medien sind Verbündete der kognitiven Dissonanz. Hertwig sagt: »Bestimmt gab es auch früher in jedem Dorf einen Bewohner, der eine seltsame Meinung vertreten hat. Der war aber isoliert, niemand hat ihn ernst genommen. Heute findet jeder seine Community, die denkt wie er.«

In den Echokammern oder Filterblasen sozialer Medien erhält der Mensch überwiegend Botschaften und Nachrichten, die seine Weltsicht bestätigen. Er muss sich nicht einmal besonders anstrengen: Die Nachricht kommt zum Menschen, ganz von allein. Er sieht, wonach er sucht und was ihn interessiert. Jeder kann seine Sicht auf die Dinge, aber auch bewusste Falschmeldungen, an die Öffentlichkeit bringen und wird wohl Tausende finden, die ihm in seinen Ansichten folgen.

Dass wir uns so gern in unseren Standpunkten bestätigen, kann bewirken, dass wir auf Dauer immer engstirniger werden. Psychologische Studien zeigen, dass Menschen die eigenen Ansichten oder Einschätzungen selbst dann noch demonstrativ für richtig halten, wenn sie wissen, dass sie falsch sind. »Es geht auch um Identität«, sagt Hertwig. »Manche Menschen wollen damit ausdrücken: Seht mal, wer ich bin, und seht mal, wer ihr seid. Ihr seid die Elite, die mir vorschreiben möchte, was richtig und was falsch ist. Und ich zeige euch sinnbildlich den Stinkefinger.«

Als soziales Wesen sieht sich der Mensch ungern als Außenseiter. Er ist darum fähig, abstruse Ideen allein deshalb zu vertreten, weil andere es genauso tun. Wir glauben Fake News, weil andere sie auch glauben, wir lassen uns von Zustimmung verführen. Wir halten Falsch- und Desinformation für wahr, weil sie häufig von anderen angeschaut, geteilt oder mit »Gefällt mir« bewertet wurde.

Risikoforscher Renn schildert ein Experiment, das er regelmäßig in einer Vorlesung mit neuen Studenten unternommen hat. Es ist ein bedeutendes Experiment, das in ähnlicher Form zum ersten Mal der US-amerikanische Psychologe Solomon Ash 1951 durchführte. Erbarmungslos leuchtet es eine Schwachstelle des Menschen aus.

Renn schickte in der Vorlesung einen Studierenden zum Hausmeister, um etwas zu holen. Währenddessen malte Renn fünf Striche an die Tafel, der oberste Strich war am kürzesten, der untere am längsten. Dann forderte er die im Raum verbliebenen Studenten auf, den kürzeren Strich für den längeren auszugeben, wenn der Kommilitone oder die Kommilitonin zurückgekehrt sei.

Sobald das Plenum wieder vollständig war, trug Renn ein paar Grundsätze über optische Täuschung vor und fragte die Runde, welcher Strich der längere sei: der erste oder der letzte. Wie abgesprochen antworteten alle, der obere Strich sei der längste. Zum Schluss nahm Renn den Studenten an die Reihe, den er fortgeschickt hatte. »In acht von zehn Fällen hat er oder sie sich dem Urteil der anderen angeschlossen.« Auch wenn die Sinne und die Vernunft das Gegenteil nahelegen, fügen wir uns dem Konformitätsdruck.

Wenn ein Inhalt geläufig wirkt, erscheint er glaubwürdig. Glaubwürdigkeit entsteht auch durch Wiederholungen. Sie verstärken eine Aussage, betonen die Eindringlichkeit. Das gilt



Carmen Moosmann / Uni Hohenheim

»Man kann mit einer Lüge in kurzer Zeit eine hohe Reichweite erzielen.«

Wolfgang Schweiger, Kommunikationsforscher

»Potenzielle Falschmeldungen im Vorhinein zu erkennen ist die Königsdisziplin.«

Andre Wolf, Blogger



Lukas Beck

für Belanglosigkeiten, Produktversprechen, gesellschaftspolitische Meinungen, Gerüchte und falsche Schlagzeilen.

Wer immer wieder in den sozialen Medien die Fake News liest, dass im Mai in Schweinfurt das erste alkoholfreie Weinfest aus Rücksichtnahme gegenüber Moslems stattfindet, hält das vielleicht irgendwann für wahr. Denn Vertrautheit sei nicht leicht von Wahrheit zu unterscheiden, wie der kürzlich verstorbene Verhaltensforscher und Nobelpreisträger Daniel Kahnemann gesagt hat.

Die Kraft der Wiederholung führt zur Illusion von Wahrheit, und die hält sich hartnäckig. Je vertrauter uns eine Aussage ist, desto leichter können wir sie verarbeiten, verstehen, erinnern. »Eigentlich ist das eine gute Sache, da der Mensch nur eine begrenzte Aufmerksamkeitskapazität hat«, sagt Hertwig. »Im Fall der Desinformation ist es schlecht. Wir tapen in die Falle der Aufmerksamkeitshändler.« Viele Populisten und Propagandisten wissen um diese Schwäche.

Die Wiederholung ist aber nur eine Möglichkeit, eine Aussage als wahr erscheinen zu lassen. Studien zeigen: Wenn eine Schrift gut zu lesen ist, beurteilen wir die Information eher als wahr. Einfache, konkrete Wörter wirken glaubhafter als Wortungetüme. Auch Fotos erzeugen Glaubwürdigkeit.

Dabei ist es egal, ob ein Foto eine Information belegt oder nicht; es reicht, wenn man sich besser vorstellen kann, worum es geht: Mehr Menschen glauben, dass eine Giraffe das einzige Säugetier ist, das nicht springen kann, wenn der Kopf einer Giraffe zu sehen ist. Forschungen haben ergeben, dass Fotos in den sozialen Medien das Verlangen steigern, sowohl wahre als auch falsche Informationen zu teilen.

In vielerlei Hinsicht könnte man annehmen, Facebook, Instagram und X seien dazu da, uns Fake News unterzubeln. Die meisten Tweets und Postings sind kurz und in einfacher Sprache verfasst, was sie leicht konsumierbar macht. Sie werden oft mit einem Bild präsentiert. Die Nachrichten erreichen uns über Freunde oder Follower, denen wir uns nahe fühlen. Kommentare und verwandte Beiträge erhöhen das Vertrauen in eine Information. Das Teilen von Beiträgen führt dazu, dass der Algorithmus den Kontakt mit gegensätzlichen Informationen immer unwahrscheinlicher macht. In der Konsequenz verstärkt das



Republikaner Trump im US-Wahlkampf: Fake News sind wie Haie im Meer der Nachrichten

den »naiven Realismus«: den Eindruck, dass die Wirklichkeit so ist, wie wir sie wahrnehmen.

IV. Eine Impfung gegen Fake News

Vergangenen Juni ergab eine Umfrage in Deutschland, Italien, Frankreich und Spanien, dass knapp 51 Prozent der Leute Schwierigkeiten haben, Fake News zu erkennen. Und das sind nur die, die es zugeben. Der Blogger und Autor Andre Wolf sagt, um Nachrichten als Falsch- und Desinformation zu enttarnen, müssen wir lernen, eigene Denkmuster zu erkennen und anzuzweifeln.

Wolf arbeitet für Mimikama, einen Verein, der Informationen aus dem Netz prüft, über Falsch- und Desinformation aufklärt, davor warnt und sie richtigstellt. Jeder kann bei Mimikama Beiträge einreichen, denen man misstraut. Manchmal liegen laut Wolf 500 Anfragen an einem Tag im Postfach.

Er sitzt in einer Erdgeschosswohnung in Wien am Computer, auf dem Bildschirm ist eine typische Fake News zu sehen. Ein Foto der Grünenvorsitzenden Ricarda Lang, dazu das Zitat: »Deutschland ist sicher! Ich könnte nackt durch Berlin laufen und nichts würde passieren.«

Der Beitrag verbreitete sich monatelang in den sozialen Medien. In Wahrheit antwortete Lang in einem Interview auf die Frage, ob sie nachts allein in Berlin durch den Görlikzer Park laufen würde: »Im Moment nicht, nein.« Wolf sagt, der Fall zeige exemplarisch, wie einfach es sei, politische Diskurse durch Manipulation der öffentlichen Wahrnehmung zu beeinflussen.

Das Motto des Vereins heißt: »Zuerst denken – dann klicken«. Gemeint ist damit, dass man dem eigenen Instinkt bei emotionalisierenden Postings misstrauen sollte. Hätte man das angebliche Zitat von Ricarda Lang gegoogelt, hätte man immer nur dasselbe Bild mit der Sprechblase gefunden. Die einseitige Beleglage sollte stutzig machen.

Mimikama gibt es seit 2011, neben vier Festangestellten arbeiten dort 25 ehrenamtliche Helfer. Der russische Angriffskrieg, Migration, Klima und nach wie vor Corona – das sind die häufigsten Themen, die das Team beschäftigt.

Während der Pandemie hat Wolf den digitalen Krisenstab im österreichischen Bundeskanzleramt beraten. Er sollte helfen, Gerüchten und bewusst gestreuten Falschinformationen entgegenzutreten. Weil er weiß, dass eine Fake News nachträglich schwer aus der Welt zu schaffen ist, hält Wolf in Österreich und Deutschland Vorträge, welche Formen von Desinformation es gibt und wie man überprüfen kann, ob eine Nachricht stimmt. Es geht ihm darum vorzubeugen.

Einige Studien kommen zu dem Ergebnis, dass Prävention gegen die Wirkung der Desinformation hilft. Wenn Fake News sich verbreiten wie ein Virus, dann ist das sogenannte Prebunking die Impfung: Sagt man den Menschen, dass jemand sie vorsätzlich beeinflussen möchte, schärft es ihre Skepsis und ihr Bewusstsein für Fehlinformationen. Und wenn wir die Taktiken zur Verbreitung gefälschter Nachrichten verstehen, verbessert sich unsere Fähigkeit, unzuverlässige Informationen zu erkennen, um etwa 20 bis 25 Prozent. Wenn man so will, stärken wir dann unser digitales Immunsystem.

Andre Wolf spricht an Schulen, Universitäten, in Gemeindehäusern. Er erklärt bei seinen Auftritten, dass bei einer Fake News nicht alles erfunden sein muss, dass die Nachricht bis auf einen Satz stimmen kann, aber ebendieser eine Satz die Lüge transportiert. Er erläutert, was Hybrid-Fakes sind – echtes Bild, falscher Text – und wie man ihnen mithilfe einer Rückwärtssuche für Fotos auf die Schliche kommen kann. Wie man Google Earth einsetzt, um die Ortsangabe eines Bildes zu prüfen.

Wolf referiert über alternative Medien, die antiwissenschaftliche Haltungen haben, eine

Agenda verfolgen und falsche Nachrichten verbreiten. Er erklärt, dass es Internetseiten gibt, auf denen man für Fakeprofile mit einem Klick das Porträt eines fiktiven Menschen erstellen kann: Alter, Geschlecht, Ethnie nach Wunsch, jedes Bild ist ein Unikat.

Man kann nicht jedem einzelnen Inhalt hinterherrecherchieren, aber gerade bei tendenziösen Meldungen lohnt sich ein zweiter Blick. Werde geteilt und herrsche, so lautet das Motto der Desinformation. Und darum ist es das beste Gegenmittel, die Verbreitung zu stoppen.

»Potenzielle Falschmeldungen im Vorhinein zu erkennen ist die Königsdisziplin«, sagt Wolf. Das Gebot der Stunde ist für ihn Entschleunigung. Bei der Fülle an Informationen, denen wir ausgesetzt sind, sei ein langsamer und bedächtiger Konsum sinnvoll.

Einen anderen Weg, um Desinformation zu bekämpfen, hat der Politikwissenschaftler Dominik Hierlemann angestoßen: Er setzt auf die Intelligenz des Schwarms.

Hierlemann ist für das »Forum gegen Fakes« zuständig, ein Projekt der Bertelsmann Stiftung gemeinsam mit dem Bundesinnenministerium. 133 Frauen und Männer aus Deutschland, zufällig ausgewählt, aus allen Bundesländern, vom Land und aus der Stadt, mit unterschiedlichem Bildungsgrad, mit Migrationshintergrund und ohne, bilden einen Bürgerrat, der in diesem Jahr Maßnahmen gegen Fake News entwickeln soll. Die Mitglieder diskutieren zum Beispiel darüber, ob Medienkompetenz Teil des Lehrplans an Schulen sein sollte.

In der Schule wird Kindern beigebracht, Texte kritisch zu lesen. Aber das allein reicht gegen Fake News nicht. Eine erfolgreiche Strategie, um Desinformation zu enttarnen, ist kritisches Ignorieren. Es ist eine Art absichtliche Ignoranz, das bewusste Ausblenden von Informationen.

An der Stanford University in den USA hat ein Psychologe bei einem Experiment beobachtet, wie 10 promovierte Historiker, 25 Studenten und 10 professionelle Faktenprüfer kontrollierten, ob eine Website echt ist und ob deren Nachrichten verlässlich sind. Die Studenten und die Akademiker verweilten dabei oft lange auf den Websites, lasen Texte und ließen sich von seriös anmutenden Logos oder Domain-Endungen wie .org in die Irre leiten.

Die Faktenprüfer verließen die Website, nachdem sie sich einen kurzen Überblick verschafft hatten, und öffneten neue Browser-Tabs, um die Glaubwürdigkeit der Seite durch andere Quellen zu beurteilen. Sie suchten nach Zusammenhängen, holten Hintergrundinformationen ein. Die Profis lasen nicht vertikal, sondern lateral, also seitwärts. Sie fielen nicht auf die Fälschungen herein.

Sie hätten das Internet als Labyrinth verstanden, in dem es Falltüren und Sackgassen gibt, schreiben die Autoren der Studie. Und wo die Dinge nicht immer so sind, wie sie scheinen.