



A1



Wie kommt es, dass Populisten mit offensichtlichen Lügen Erfolg haben? Warum können sich Verschwörungsideologien so gut verbreiten? Und was können wir tun, damit wieder über Fakten gesprochen wird? Der Politikwissenschaftler und Schriftsteller Giuliano da Empoli hat ziemlich gute Antworten und ein paar Ideen

Wut + Algorithmus = Chaos



fluter: Es scheint, als hätten Lügen derzeit Konjunktur. Selbst Feststellungen, über die früher Einigkeit herrschte, stehen heute zur Disposition - wie etwa, dass die Erde rund ist. Warum breiten sich Lügen und Verschwörungsideologien derzeit so rasend schnell aus?

Giuliano da Empoli: Die Sozialen Medien leben von negativen Gefühlen, denn sie garantieren, dass die Menschen an den Bildschirmen bleiben. Der Algorithmus ist darauf ausgerichtet, irgendeinen Standpunkt zu vertreten, seien es Lügen, Verschwörungen oder die Wahrheit, solange dadurch die User mit ihren Sehnsüchten und Ängsten abgeholt werden - vor allem mit ihren Ängsten. Wenn sich zeigt, dass die Aufmerksamkeit der Menschen mit abstrusen Inhalten mehr erregt werden kann als mit Fakten, dann wird davon immer mehr angezeigt.

Welche sozialen und psychologischen Bedürfnisse stecken hinter dem Konsum?

Die Sozialen Medien basieren auf grundsätzlichen Erkenntnissen über die menschliche Psychologie. Sie wurden nicht entwickelt, um uns einen Ruhepol mitzugeben, sondern um uns dauerhaft in Unsicherheit zu wiegen. Der ideale Kunde für Facebook, Instagram oder YouTube ist ein zwanghafter Mensch, der nicht anders kann, als jeden Tag Hunderte von Male die Seite aufzurufen, um sich seine kleine Ration Glückshormone zu holen, von denen er abhängig geworden ist. Wie viele Likes habe ich bekommen? Diese Frage ist selbst für erwachsene Menschen entscheidend geworden.

Was passiert, wenn der Abstand zwischen der analogen und der digitalen Welt immer größer wird?

Das erzeugt Frust. Psychologen zufolge ist die Wahrscheinlichkeit sehr hoch, dass wir auf zwei Arten von Webseiten landen, die diesem Frust noch mehr Nahrung geben: pornografische Seiten und Verschwörungssiten. Der Verschwörungstheoretiker hat immer eine einfache Antwort. Er versteht die Genervten, kennt ihren Zorn und liefert gute Gründe dafür: Es ist nicht ihre Schuld, sondern die der anderen.

Verleiten uns also Algorithmen, extremere Inhalte zu schauen?

Sie sind so programmiert, dass viele Nutzer, die auf YouTube zum Beispiel nach Informationen zum Sonnensystem suchen, Videos mit der Flat-Earth-Theorie vorgeschlagen bekommen. Wohingegen Nutzer, die sich über Gesundheitsthemen informieren möchten, schnell bei Impfgegnern und Verschwörungstheoretikern landen. Laut einer Studie des MIT ist die Verbreitung einer Falschinformation im Internet um 70 Prozent wahrscheinlicher als die Verbreitung einer richtigen Information.

Warum hat die Lüge diesen Vorsprung?

Weil sie meistens origineller ist und deswegen häufiger geklickt wird. Die Forscher haben herausgefunden, dass die Wahrheit sechsmal länger braucht, um 1.500 Personen zu erreichen. Wir haben also den wissenschaftlichen Beweis für Mark Twains geflügeltes Wort: Eine Lüge ist bereits dreimal um die Erde gelaufen, ehe sich die Wahrheit die Schuhe anzieht.

Donald Trump hat in seiner Amtszeit nachweislich Zehntausende Male die Unwahrheit gesagt. Trotzdem hielt fast die Hälfte der Wähler zu ihm. Was sagt das über die Wahrheit in der Politik?



Manche politische Organisationen haben die Logik der Internetplattformen übernommen. Sie kümmern sich nicht darum, was falsch oder wahr ist. Das Einzige, was sie interessiert, ist, die Menschen zu Wählern zu machen – auf Basis der Daten, die sie sammeln. Trump hat zudem gezeigt, dass Lügen und Fake News nicht aufhören, wenn man in einem wichtigen Amt ist. Im Gegenteil: Erst dann kann man die Lügen zu einer neuen Normalität machen.

Reden, aushandeln, Kompromisse finden: All das macht die Politik aus. Ist das für die an Schnelligkeit gewöhnten User zu langsam?

Durch das Internet sind wir gewöhnt, dass unsere Erwartungen und unsere Wünsche immer sofort erfüllt werden. Wir leben in ständiger Ungeduld. Google, Amazon und Co. haben uns sogar daran gewöhnt, dass unsere Wünsche erhört werden, noch bevor wir sie aussprechen. Warum sollte es in der Politik anders sein?

Ist Politik also mehr denn je Technologie?

Wenn Sie heute politisch erfolgreich sein wollen, dann benötigen Sie Experten, die Daten sammeln und analysieren können – zum Beispiel Physiker, die Sie sich im Rahmen einer individualisierten Kommunikationskampagne zunutze machen. Die Wissenschaft der Physiker ermöglicht es, mit widersprüchlichen Kampagnen Menschen anzusprechen, die sich unter normalen Umständen nie begegnen, und das bis zum Wahltag.

Oder bis sie alle zusammen auf einer Demo gegen die Corona-Maßnahmen stehen: Rechtsextreme, Friedensbewegte, Verschwörungsideologen, Rassisten, Esoteriker...

Der Philosoph Michel Foucault hat schon vor vier Jahrzehnten prophezeit, dass die kompakte Menschenmasse zugunsten der Vereinigung von einzelnen Individuen, die alle, jedes für sich, bis ins kleinste Detail nachvollzogen werden können, abgeschafft wird. In der neuen Welt wird die Politik zur Zentrifugalkraft. Es geht jetzt nicht mehr darum, Wähler um den kleinstmöglichen gemeinsamen Nenner zu vereinen, sondern darum, eine größtmögliche Anzahl von unterschiedlichen Gruppierungen anzusprechen mit unterschiedlichen Botschaften. Neben Trump ist der brasilianische Ministerpräsident Jair Bolsonaro ein gutes Beispiel. Es geht gar nicht um klassische Autorität, sondern darum, mit extremen, aufregenden Botschaften verschiedene Gruppen anzusprechen, die zusammen zur Mehrheit reichen. Ich nenne das Quantenpolitik. Und die ist voller Widersprüche: Milliardäre werden zu den Fahmenträgern des Zornes für die Benachteiligten.

Wie wichtig sind im Zeitalter der Quantenpolitik noch charismatische Politiker?

Sehr wichtig. Sie müssen als Fassade erhalten, die die Menschen fasziniert, während im Hintergrund die Vorlieben der Menschen erhoben werden. Man kann viel über Trump, Boris Johnson oder Bolsonaro sagen, aber langweilig sind sie nicht. Sie sind die absurden Personen, die das alles verkörpern. Ein noch besseres Beispiel ist Beppe Grillo, der Komiker, den sich die italienische Bewegung Cinque Stelle als Führungsfigur ausgesucht hatte. Cinque Stelle ist eine Schöpfung des IT-Unternehmers Davide Casaleggio, für den die alten Parteien Blockbuster waren und die neuen wie Netflix. Die politische Linie kann sich von Jahr zu Jahr ändern – und das politische Personal wird nach Unterhaltungswert gecastet.

Sind denn die Menschen nicht enttäuscht, wenn sie merken, dass es gar keine demokratische Bewegung ist, sondern alles von Algorithmen abhängt?

Im Falle von Cinque Stelle sind die Menschen eher enttäuscht, weil die Anti-Establishment-Partei jetzt an der Macht ist und sich dort verhält wie alle anderen. Da war Trump besser. Ihm ist es gelungen, als US-Präsident das Outsider-Image zu bewahren. Der Außenseiter, der es den Eliten zeigt. Ihm nützt es jedesmal, wenn Akademiker und Factchecker auf seine Lügen hin empört Artikel schreiben und tweeten. So zeigt er seinen Anhängern: Schaut, sie hassen mich, weil ich nicht wie sie bin.

Heißt das, dass er gar nicht in erster Linie Wahlversprechen halten musste?

Nationalistische Populisten halten ihre Versprechen nicht, wenn man sie beim Wort nimmt. Es ist aber auch egal, ob die Mauer zu Mexiko wirklich existiert. Denn das größte Versprechen der Populisten ist, dass sie das Establishment demütigen. Wenn die verhassten Eliten an Lügen Anstoß nehmen und die Ausdrucksweise vulgär finden, umso besser. Ob in Italien, in Trumps Vereinigten Staaten oder in Orbáns Ungarn: Eine Auswirkung dieser neuen Propaganda ist die Befreiung von den Konventionen des Anstands. Vorurteile, Rassismus und Sexismus kommen aus ihrer Deckung hervor. Lügen und Verschwörungen werden zu einer anerkannten Interpretationsform von Realität. Und das Ganze wird dann als Kampf gegen die Political Correctness und für die Redefreiheit dargestellt.

Sie schreiben in Ihrem Buch, dass der Populismus den Algorithmus heiratet und beide eine gefährliche politische Maschinerie gebären. Ganz schön dicke.

Ich bin der festen Überzeugung, dass es das trifft. Man kann auch sagen: Wut und Algorithmus gleich Chaos.

Klingt nicht so, als käme man mit Factchecking dagegen an...

Natürlich muss man Fakten prüfen, aber das ist nicht das Gegenmittel. Es geht nicht darum, ob etwas falsch oder wahr ist, die Frage ist, was die Menschen als Realität empfinden. Man kann ja mit den einzelnen Fakten richtigliegen, aber wenn sich das große Bild für viele Menschen falsch anfühlt, nützt es nichts. Es gibt viele Menschen, die sich als Verlierer der Globalisierung fühlen, obwohl ihnen jahrelang erzählt wurde, dass alle davon profitieren. Und sie fühlen sich von einer akademischen Klasse verachtet, deren Kampf für Minderheitenrechte sie als moralisch überheblich empfinden. Die Populisten erzählen zwar ständig Lügen, aber sie bieten eine Realität, die mit ihrem Erleben übereinstimmt. Das ist ihre Kraft. Die kann man nicht schlagen, indem man sagt: Das und das ist falsch.

„Natürlich muss man Fakten checken, aber das ist nicht das Gegenmittel. Es geht um die Realität der Menschen“

Was kann man denn stattdessen machen?

Man muss dieselben Mittel nutzen. Der Erste, der die Sozialen Netzwerke effektiv für seine Politik eingesetzt hat, war Barack Obama. Stephen Bannon, der Mastermind hinter Trumps erster Kampagne, hat zu mir gesagt: Als Obama gewonnen hat, wart ihr froh über das Internet, jetzt beklagt ihr euch. Und er hat recht. In Neuseeland sieht man, dass man in den Sozialen Medien auch mit verantwortungsvoller Politik Erfolg haben kann. Die Leute hinter der Internetkampagne des kanadischen Premiers Justin Trudeau waren ebenfalls sehr effektiv. In der Schweiz gibt es die „Operation Libero“, die sehr smart und effektiv Botschaften framt und für Rechtsstaatlichkeit steht. Wir sind noch am Anfang, aber das ist ein Gegenmittel.

Gibt es noch andere?

Es wird nicht ohne gesetzliche Regeln gehen – und da liegt alle Hoffnung auf der EU. Denn von den USA oder von China ist nichts zu erwarten. Auch in Bezug auf die Meinungsfreiheit gibt es Regeln, die von den Plattformen im Internet missachtet worden sind. Die EU plant ja gerade weitere Gesetze, um die Internetfirmen in die Pflicht zu nehmen, wenn sie Inhalte verbreiten, die zu Gewalt und Hass führen. Vielleicht sollte man auch personalisierte Werbung abschaffen – oder den Like-Button, der so viele unter Druck setzt.

Aber das ist doch genau das Geschäftsmodell der IT-Firmen. Das werden sie sich wohl kaum wegnehmen lassen.

Zunächst mal muss man aufhören, in den Plattformen Informationsunternehmen zu sehen. Es sind große Werbekonzerne, nichts anderes. Und deren Businessmodell muss man brechen, denn es ist offensichtlich zerstörerisch. Wenn die Firmen ihr mangelndes Verantwortungsbewusstsein Geld kostet, wenn sie also Strafen und Steuern vermeiden wollen, werden sie sich ändern müssen. Vielleicht erst mal in kleinen Schritten. So wie jetzt auf einmal auf Unbewiesenes in Tweets aufmerksam gemacht wird – oder man nicht mehr so leicht etwas retweeten kann, das man gar nicht gelesen hat. Die Firmen sind nicht plötzlich gut geworden, sie sind auch nicht böse. Sie haben Angst, Geld zu verlieren. ↵



Giuliano da Empoli wurde 1973 in Paris geboren. Er studierte Politikwissenschaft und war stellvertretender Bürgermeister für Kultur in Florenz. Er leitet den Volta-Thinktank in Mailand, der sich für mehr Transparenz

in der Politik und eine verantwortungsvolle politische Rhetorik einsetzt. Sein Buch „Ingenieure des Chaos“ ist im Blessing Verlag erschienen.