

„Desinformation erkennen und benennen“

Thilo Baum will in seinem Buch die Fähigkeit vermitteln, sich eine fundierte Meinung zu bilden und herauszufinden, was stimmt und was nicht. Er findet, auch die HR-Kommunikation müsse publizistischen Standards genügen.

Herr Baum, von „Unsinn“ zu sprechen, gegen den es sich zu wappnen gilt, klingt harmlos. Mit welchem Unsinn haben wir es in der medialen Welt aktuell zu tun?

Thilo Baum Mit Unsinn meine ich vor allem die vielen Falschinformationen, die auf uns einprasseln – die meisten sind Teil der aktuellen Desinformationswelle und sollen die Menschen im Westen gegen die freiheitliche Demokratie aufwiegeln. Vielen ist die Dimension noch immer nicht bewusst: Das Ziel ist, dass die Bundesrepublik Deutschland aus der NATO austritt und sich nicht mehr verteidigen kann. Das Mittel dazu ist, demokratische Institutionen und Politiker mit Schmähungen und Diffamierungen zu überziehen und so die freiheitlich-demokratische Grundordnung von innen heraus aufzulösen. Oft sind es harmlos scheinende Cartoons und Spruchbilder mit unterschwelligem Lügen als Kernbotschaften, aber oft auch klare Falschbehauptungen und Verschwörungsmymen. Das Wort Unsinn deckt das gesamte Spektrum ab: von der einfachen Fehlannahme durch einen Denkfehler bis hin zur gezielten Manipulation von Meinungsbildung durch falsche oder unvollständige Informationen.

Der Meinung, ohne Mitgliedschaft in einem militärischen Bündnis wie der NATO auskommen zu können, sind viele Schweizer. Das galt bis vor Kurzem auch für eine Mehrheit der Bevölkerung Schwedens...

Baum Immer mehr Nationen, die sich von Russland bedroht fühlen, schließen sich der NATO an – aus gutem Grund, wie am Angriff auf die Ukraine zu sehen ist. Die Desinformation verdreht diese Sachlage, indem sie etwa von einer „NATO-Osterweiterung“ spricht, obwohl die Bewegung eher von Ost nach West geht. Und immer mehr Menschen glauben im Ernst, die NATO sei aggressiv, dabei hat sie Russland nie bedroht. Die Schweiz, Österreich oder Mexiko stört es auch nicht, NATO-Staaten als Nachbarn zu haben. Der Westen will sich in Russland gar nicht engagieren, er betrachtet es als „Failed State“.

Um die vielen Informationen einordnen zu können, ist für Sie eine Schlüsselkompetenz erforderlich. Was macht diese Kompetenz aus?

Baum Meist ist von Medienkompetenz die Rede, also davon, Medien und ihre Informationen richtig einschätzen zu können. Mir geht das nicht weit genug. Wir müssen viel basaler ansetzen und schon das Grundverständnis von Informationen vermitteln. Darum spreche ich von „Informationskompetenz“. Damit unterscheiden wir treffsicher Behauptungen von Vermutungen und Meinungen, wir durchschauen Andeutungen und merken, wenn uns jemand ohne Belege eine hanebüchene Story andrehen will. Es gehört ein wenig wissenschaftliches Denken dazu: So sind unprüfbare Behauptungen für Klardenker erst mal heiße Luft. Denn wissenschaftlich gesehen ist es unseriös, wenn sich Behauptungen nicht nachvollziehen lassen. Wer Unbelegtes behauptet, das wir nicht prüfen können, muss sich schon vorwerfen lassen, ein Schwurbler zu sein. Oder nehmen wir die Beweislast: Wer etwas behauptet, was dem wissenschaftlichen Kenntnisstand widerspricht oder ihn ergänzt, muss das beweisen.

Können auch Unternehmen etwas dazu beitragen, ihren Mitarbeitenden diese Schlüsselkompetenz zu vermitteln?

Baum Für Unternehmen ist Informationskompetenz schon bei der Frage elementar, ob wir einer E-Mail vertrauen können. Die Zahl der Hackerangriffe ist infolge des russischen Informationskriegs gegen den Westen massiv gestiegen. Unternehmen sind gut beraten, wenn sie ihren Mitarbeitenden gesunde Skepsis vermitteln. Auch was Entscheidungen betrifft, brauchen wir eine saubere Orientierung: Wir müssen sicher sein, dass uns alle – oder möglichst alle – relevanten Informationen vorliegen, bevor wir etwas entscheiden. Viele verlassen sich auf das, was sie sich vorstellen können oder was ihnen plausibel erscheint. Dabei ist es der Wirklichkeit egal, was wir uns vorstellen können. Und gute Lügengeschichten sind sowieso plausibel.

Zentral für Ihr Buch sind die Begriffe Behauptung und Meinung. Welche Rolle spielen diese, um immun gegen Unsinn zu werden?

Baum Behauptungen lassen sich prüfen: „Die Sonne scheint.“ Meinungen nicht: „Heute ist ein schöner Tag.“ Diese Differenzierung ist elementar und gehört schon in die Schule. Bilden wir uns unsere Meinungen anhand von Falschinformationen, können wir daraus keinen sinnvollen politischen Willen formulieren. Schon Hannah Arendt schrieb in ihrem Essay „Wahrheit und Politik“: „Tatsachen sind der Gegenstand von Meinungen.“ Und: „Meinungsfreiheit ist eine Farce, wenn die Information über die Tatsachen nicht garantiert ist.“ Es ist völlig klar, dass wir in der Demokratie verlässliche Informationen für die Meinungsbildung brauchen. Deswegen setzen die Feinde der Demokratie vor allem bei den Behauptungen an und überfluten uns mit Falschinformationen.

In der Wissenschaft und auch in anderen Bereichen gibt es Standards, was den Umgang mit Behauptungen angeht. Inwieweit sind diese übertragbar auf Internet, Zeitungen und die Medienlandschaft insgesamt?

Baum Der Rechtsstaat, die Wissenschaft und die Publizistik im Westen folgen den Gedanken der Aufklärung. Aus dem Grundsatz „Wer behauptet, belegt“ leitet die Justiz eines Rechtsstaats die Unschuldsvermutung ab: Wir sind grundsätzlich unschuldig, der Staat hat uns eine Schuld nachzuweisen. Da genügen keine bloßen Behauptungen. Insgesamt bilden wir uns unsere Meinungen anhand gesicherter Erkenntnisse, nicht anhand von Gerüchten oder Andeutungen. Und es gelten die Prinzipien der Transparenz und Nachvollziehbarkeit: Was wir bringen, muss prüfbar sein.

Viele denken, jede Meinungsäußerung sei durch die grundgesetzlich geschützte Meinungsfreiheit gedeckt. Dem ist allerdings nicht so. Inwiefern?

Baum Beleidigungen sind nicht in Ordnung, auch rassistische Äußerungen können strafbar sein. Das leuchtet den meisten noch ein. Allerdings kennen viele Menschen den Unterschied zwischen Behauptung und Meinung nicht und denken deshalb, auch ihre Behauptungen seien vom Grundrecht auf freie Meinungsäußerung gedeckt. Doch selbst wenn es stimmt, dass jemand eine bestimmte Krank-

heit hat, dürfen wir das nicht unbedingt sagen, weil wir damit möglicherweise seine Persönlichkeitsrechte verletzen. Erst recht nicht von Artikel 5 Grundgesetz gedeckt sind Lügen. Schon das Bundesverfassungsgericht hat 1982 in seinem Urteil 1 BvR 1376/79 erklärt: Was nicht zur „verfassungsmäßig vorausgesetzten Meinungsbildung beitragen kann, ist nicht geschützt, insbesondere die erwiesen oder bewusst unwahre Tatsachenbehauptung“. Ein Demagoge oder Scharlatan kann sich also nicht auf seine Meinungsfreiheit berufen, wenn er uns belügt – ob durch direkte Behauptung, durch raunendes Andeuten oder auch durch eine Scheinfrage nach dem Muster: „Könnte es nicht sein, dass...?“

Propaganda arbeitet gezielt und systematisch mit Desinformationen. Wie funktioniert das, und was verfängt am besten?

Baum Effektvolle Propaganda hebt nicht mehr die Vorzüge der eigenen Ideologie hervor, sondern zerstört den Gegner. Es geht um Verleumdungen und Schmähungen – völlig egal, ob das Gesagte stimmt. Den Inhalt gibt das „Lehrbuch der Demagogik“ von Rudolf Bartels vor, der schon 1905 schreibt: Um die Menschen aufzuhetzen, sollten wir schimpfen, spotten und verleumden, und das mit den Kunstgriffen des „Übertreibens, Verallgemeinerns, Entstellens, Lügens“. Zur Multiplikation gilt das Prinzip „Flood the zone with shit“ des früheren Trump-Beraters Steve Bannon: Es geht darum, uns mit so viel Unsinn zu überschütten, dass kein Faktenchecker mehr hinterherkommt. Was verfängt, sind die Spruchbilder in den sozialen Medien – antiwestlich, antidemokratisch, antiliberal. Laut Bartels genügt unbegründeter Spott: „Die Masse stellt an die Beschaffenheit der Späße keine hohen Anforderungen. Schon bloßes Schimpfen und Spotten nimmt sie als Witz.“ Und es ist völlig egal, ob eine kluge Minderheit die Täuschung durchschaut. Die Zahl derer, die sich manipulieren lassen, steigt einfach immer weiter. Es gilt das Sprichwort: „Und solange die Weisen noch grübeln, stürmen die Dummen die Burg.“

Thilo Baum ist Journalist, Buchautor und als Experte für Kommunikation Berater für Unternehmen und Personen des öffentlichen Lebens.



Thilo Baum *Immun gegen Unsinn. Wie wir uns eine fundierte Meinung bilden.*

Gabal 2024 / 231 S. / 19,90 €
ISBN 978-3-96739-198-5

In Diskussionen mit Populisten und Demagogen in Talkshows und mit begrenzten

Redezeiten machen „Grübler“ oft keine gute Figur. Wie kann man überzeugend gegenüber Populisten und Demagogen auftreten?

Baum Wir müssen Manipulationsversuche sofort entlarven und benennen. Weicht jemand aus, muss sofort jemand sagen: „Sie wechseln das Thema, warum weichen Sie aus?“ Betreibt jemand eine Schuldumkehr, müssen wir sofort deutlich machen: „Sie stellen das Opfer als Täter dar und machen sich damit zum Mittäter.“ Es geht in Diskussionen oft weniger darum, die Dinge in der Tiefe zu durchdenken, und schon gar nicht, über jedes Stöckchen zu springen, das uns ein Demagoge hinhält. Wir müssen Debatten immer auch aus der Metaebene führen.

In unserem aktuellen Heft beschäftigen wir uns mit HR-Kommunikation, also der zielgerichteten Information der Mitarbeitenden durch ihre Personalabteilung. Welche redaktionellen Standards sollten für die HR-Kommunikation gelten?

Baum Unbedingt die gleichen wie in der Publizistik, die sich im Pressekodex finden: sorgfältig prüfen, ob alle wesentlichen Informationen berücksichtigt sind, nur gesicherte Erkenntnisse rausgeben, Fehler richtigstellen,

die Menschenwürde achten. Noch wichtiger aber ist, dass Unternehmen Desinformation erkennen und benennen. Das Ziel der Desinformation sind totalitäre Verhältnisse, also das Gegenteil dessen, was Unternehmen brauchen: Freiheit und Demokratie.

Der Anspruch der HR-Kommunikation ist, intern Meinungsvielfalt beziehungsweise „Polyphonie“ zuzulassen. Ist das eine gute Idee angesichts von Fake News, Schmähungen, Hass und Hetze?

Baum Vielfalt ist grundsätzlich eine gute Idee. Der Modebegriff Diversity ist ja schon lange als Pluralismus bekannt. Demokratie braucht Vielfalt – wir müssen nicht alle derselben Ansicht sein. Die Grenze zu dem, was wir nicht zulassen sollten, dürfte bei Karl Poppers Toleranzparadoxon liegen: Nein, wir müssen nichts hinnehmen, was intolerant ist. Äußerungen sind dann legitim, wenn sie sich im Rahmen der Grundrechte ansiedeln. Falschbehauptungen sind tabu – ob als Gerücht, Hörensagen, Andeutung oder Suggestivfrage.

Im Rechtspopulismus und bei Verschwörungstheoretikern kursiert der Begriff Alternativmedien und ist die

Rede von dem „Mainstream“, gegenüber dem man sich absetzt. Was hat es damit auf sich?

Baum Sich Alternativen anzuhören, klingt erst mal gut. Doch zugleich finden sich dort dann Beiträge, die nicht unbedingt den journalistischen Standards entsprechen. So setzen viele „Alternativmedien“ auf das Prinzip, wir sollten „selber denken“ – eine perfide Strategie, um Belege schuldig zu bleiben und uns von Fachleuten zu entfremden. Wir sollen uns unsere Meinungen anhand des Anscheins bilden, wir sollen unkritisch halbgehe Behauptungen hinnehmen und an Verschwörungsmuthe glauben – laut Popper der Aberglaube von heute. Das Wort Mainstream dient dabei als herabwürdigendes Framing gegenüber der Wissenschaft und Publizistik, von der die Desinformation die Leute abschneiden will. Sogenannte alternative Medien sind also mit Vorsicht zu genießen: Meist läuft deren Rhetorik auf einen „Systemwechsel“ hinaus – und damit ist keine neue Regierung nach einer Bundestagswahl gemeint.

Herr Baum, vielen Dank für das Gespräch.

Das Gespräch führte Rainer Spies.

INSERENT

_____ Seite

Deutsche Gesellschaft für
Personalführung e.V. (DGFP)
_ 2. U, 21, 29, 57, 3. U, 4. U

BILDNACHWEISE

Anna Stills - adobe.stock; Anne Hufnagl; Aphisit - stock.adobe; christianvogel.com; Continental AG; deagreez - stock.adobe; elenvd - stock.adobe; Felix Kästle; Fotostudio Balsereit - Küttner Rechtsanwälte; Generali Deutschland AG; Hartmut Nägele; inspiring.team - stock.adobe; Hurca! - stock.adobe; Infineon Technologies AG; Jacob Lund - stock.adobe; Karl Scheuring; Lidl Stiftung & Co. KG; Markus Greber - Rebike Mobility GmbH; Markus Mainka - stock.adobe; Mercedes-Benz AG; Michaela Handrek-Rehle; Mopic - stock.adobe; MVProductions - stock.adobe; Parradee - stock.adobe; Rheinmetall AG; Shiji1; Studios - stock.adobe; Tom Merton/KOTO - stock.adobe; vadim_key - stock.adobe; Yves Sucksdorff; ZF Group