

Leseprobe

[...]

Neue Märchenonkel

Über Fake News gibt es mittlerweile mehr tiefgründige und gute Literatur als Sand am Meer. Unzählige Initiativen und Techniken kämpfen gleichzeitig gegen diese modernen Märchen an. Doch mal ehrlich, man braucht weder einen Dokortitel noch eine Bibliothek voller Bücher, um das Phänomen zu verstehen. Die Realität ist einfacher und gleichzeitig perfider: Die Globalisierung bringt die Probleme der Welt direkt vor Ihre Haustür.

[...]

Aus Prinzip dagegen

Ich war gerade 19 Jahre alt und voller Idealismus, als ich den Job eines Junior-Kundenberaters in einer Werbeagentur annehmen durfte. Ich hatte zwar noch keine Ahnung von der Branche, aber klare Vorstellungen davon, was richtig und falsch für meine Karriere ist. Ich war gegen Teammeetings, gegen Kaltakquise, also das Anrufen von wildfremden Firmen und Personen, ich war gegen Kaffee – ironischerweise liebe ich ihn heute. Damals war ich GEGEN viel, aber FÜR wenig. Mein Chef, ein erfahrener Branchenveteran, fragte mich nicht nur einmal, was das für komische Prinzipien seien, gegen die ich aus Prinzip war. »Warum trinkst du keinen Kaffee?«, fragte er. »Ich bin aus Prinzip dagegen«, antwortete ich stolz. Und hatte keine Ahnung, warum ich das im Brustton der Überzeugung sagte. Mein Chef lächelte nur müde und schüttelte den Kopf. Mit der Zeit ist mir aufgefallen, dass meine Prinzipien mir öfter im Weg standen, als dass sie mir halfen. Und außerdem: Von den Anbaubedingungen abgesehen, wie kann man bitte aus Prinzip gegen Kaffee sein?

Erst Jahre später verstand ich, was es bedeutet, Prinzipien zu haben. Die Lektüre eines oben schon mal zitierten Immanuel Kant mit der »Kritik der praktischen Vernunft« und viele Lebenserfahrungen mehr halfen mir dabei. Es heißt, eine innere Leitlinie zu besitzen, die unser Handeln und unsere Entscheidungen beeinflusst. Prinzipien sind tief verwurzelte Überzeugungen, die uns helfen, in komplexen und unsicheren Situationen Orientierung zu finden. Sie können es als einen moralischen Kompass sehen, der Ihnen zeigt, was Sie als richtig und falsch empfinden. [76] Und mit 19 Jahren war ich weit davon entfernt, Orientierung zu haben, geschweige denn zu wissen, wie man einen Kompass benutzt. War das also wirklich meine eigene Überzeugung oder nur eine rebellische Haltung gegen die Gesellschaft? Sie erraten wohl die Antwort. Prinzipien haben mich also eingeschränkt, aber nicht gelenkt. Sie sollten uns helfen, bessere Entscheidungen zu treffen und uns nicht in starre Denkmuster verfangen.

»Das war schon immer so«, »Solche Leute brauchst du aus Prinzip nicht ins Land lassen«, »Die sind alle rechtsradikal«. Oft sind es genau solche banalen Prinzipien, die nicht wirklich fundiert, sondern nur eine bequeme Ausrede sind, um Veränderungen und neue Gedanken zuzulassen.

Also kann ich aus eigener Erfahrung sagen: »Es ist absolut nicht förderlich, aus Prinzip gegen alles zu sein.« Die Psychologie nennt dieses Denken: Reaktanz. Es beschreibt das Phänomen, dass Menschen aus Prinzip dagegen sind, wenn sie das Gefühl haben, ihnen wird etwas vorgeschrieben – oder im Sinne des Buchs, das Gefühl, ständig überall und immer verarscht zu werden. Wir lassen uns nicht sagen, was gut oder schlecht für uns ist, und verschlimmern die Situation oft, wenn uns etwas verboten wird. [117] Dann tun wir es erst recht. Auf die Kindheit bezogen nennt man das die Trotzphase. Verbietet man einem Kind etwas, wird es oft besonders reizvoll, gerade das Verbotene zu tun. »Geh ja nicht zu dem Abgrund dort an der Gartenmauer«, sagte ich dem Kind eines Freundes. Fünf Minuten später schreit er uns von unserer Gartenmauer entgegen: »Schau Mama, ich kann balancieren!« Faszinierend wie Verbote wirken. Auch bei Erwachsenen: Ein klassisches Beispiel dafür ist, wenn Menschen aus Prinzip gegen etwas protestieren, weil sie sich in ihrer Freiheit eingeschränkt fühlen. Denn ohne vernünftige Alternative werden Verbote niemals dauerhaft das Verhalten von Menschen verändern. So hätten wir dem Nachbarjungen den Hügel auf dem Grundstück nebenan schmackhaft machen müssen. Und so war es auch beim Rauchverbot in öffentlichen Räumen. Nach der Einführung des strikten Rauchverbots in Bars und Restaurants 2008 in Deutschland stieg die Raucherquote unter jungen Erwachsenen zunächst an, anstatt zu sinken. [152] Viele junge Raucher griffen aus Trotz häufiger zur Zigarette, um gegen die als bevormundend empfundene Regelung zu protestieren. Diese Tendenz zur Reaktanz findet sich aber auch bei Erwachsenen in politischen und sozialen Fällen immer wieder. Auch in politischen Diskussionen fand man heraus, dass Menschen, die stark unter Druck gesetzt wurden, um ihre Meinung zu ändern, häufig noch stärker an ihren ursprünglichen Überzeugungen festhielten. [90] Wenn es um allgemeine Fragen wie die Bewertung von Persönlichkeiten geht – etwa die Einschätzung, ob Albert Einstein der größte Physiker aller Zeiten ist – sind Menschen eher bereit, ihre Meinung zu überdenken, wenn sie neue, überzeugende Argumente hören. Doch bei politischen oder kontroversen sozialen Themen wie dem öffentlichen Rauchen ist das nicht der Fall. Wir Menschen neigen dazu, unsere Meinungen zu verteidigen und uns noch stärker zu verankern, wenn wir unter Druck gesetzt werden. Auch andere Studien belegen diese These, dass Menschen, die stark beworbene Produkte als aufdringlich empfunden haben, weniger wahrscheinlich diese Produkte kauften. [117] Stattdessen wählten sie Produkte, die weniger aggressiv vermarktet wurden, auch wenn diese teurer waren oder weniger Mehrwert, achten Sie auf dieses Wort, wir werden ihm später noch genau auf den Grund gehen, geboten haben. Reaktanz zeigt sich somit als ein tief verwurzeltes menschliches Verhalten.

Das Verlangen nach Autonomie und Freiheit führt oft dazu, dass wir genau das Gegenteil von dem tun, was uns nahegelegt wird und uns manchmal besser passen könnte. Es ist eine Art Selbstschutz.

Doch es kann bei übermäßigem Gebrauch auch dazu führen, dass wir zynisch und übermäßig zornig auf unser Umfeld reaktivieren, weil wir nichts mehr an uns heranlassen, was anderer Meinung ist.

Häufig verlassen sich jedoch Kampagnen aus Marketing, Werbung und Wirtschaft rein auf gute Argumente, griffige Fakten und wissenschaftliche Studien, um das bisherige Verhalten zu ändern. Dabei hofft man, dass der Mensch sich dann anders verhält – was er aber meist nicht tut. Menschen einfach nur zu sagen, dass sie Energie sparen sollen, weil es der Umwelt guttut, funktioniert nicht. Einfache Kampagnen, die mit Zahlen und Fakten aufzeigen, wie man Energie einsparen kann, berücksichtigen viel zu wenig die Psyche des Menschen. Klare Ansagen führen, wie Sie nun wissen, oft zu Widerspruch: »Ich lasse mir doch nicht vorschreiben, wie und wann ich meinen Fernseher einschalten soll.« Menschen ändern ihr Verhalten nur, wenn sie einen eigenen Vorteil für sich sehen, damit in den sozialen Vergleich gehen können (»Ich mehr als mein Nachbar«) oder wenn es schlichtweg zu teuer für sie wird. Genau an diesen Bedürfnissen setzen die Kommunikationsstrategen an, um Sie auf ihre Seite zu ziehen. Und Sie folgen brav wie die Lemminge in den Abgrund der verlockenden Botschaften.

Kritisch bis zum Stillstand

Es gibt eine unzählige Menge großartiger Ideen, die nie das Licht der Welt erblicken, weil sie im Keim erstickt werden. Sie kennen das vielleicht: Sie haben einen brillanten Einfall, doch bevor er überhaupt die Chance hat, sich zu entfalten, wird er zerredet, kritisiert und in Stücke gerissen. Schier endlose Kritik prasselt im Meeting oder unter Freunden auf Sie ein, jeder Gedankenblitz wird unter einer Lawine von Bedenken und Vorbehalten begraben. »Das kann doch nicht Ihr Ernst sein«, hagelt es zurück. Es ist fast schon eine Kunstform geworden, Ideen zu zerschmettern. Jeden Tag erreichen uns von Kunden Geschichten darüber, wie vielversprechende Vorschläge zerstückelt wurden. Es ist wie ein Automatismus: Anstatt die Idee zu fördern und konstruktiv kritisch zu hinterfragen, wird sie seziert, analysiert und am Ende meist völlig zerlegt. Wenn sie es überhaupt in die heiligen Hallen schafft, in denen man Ihnen zuhört.

Der Aufbruch der künstlichen Intelligenz »KI« wird von den meisten als große Chance gefeiert. Aber was passiert, wenn plötzlich jeder kritische Gedanke Gehör findet? Die Auswirkungen sind unberechenbar und können uns in Angststarre versetzen. Denn während wir einerseits den Fortschritt begrüßen, verfallen wir andererseits in eine Schockstarre, wenn die Zweifel zu laut werden. So kritisch zu denken, dass wir am Ende wie Rehe im Scheinwerferlicht stehen – unfähig, vor- oder zurückzugehen. Das ist überkritisches Denken, wo Fortschritt in der Theorie gefeiert wird, aber in der Praxis durch endlose Zweifel – und bürokratische Hürden – gelähmt wird. Um am Beispiel KI zu bleiben: Stellen Sie sich vor, jedes Mal, wenn ein neues, bahnbrechendes KI-Tool vorgestellt wird, gibt es eine Armee von Kritikern, die sofort alle möglichen dystopischen Szenarien heraufbeschwören. »Wir werden von Robotern überrannt«, »KI übernimmt unsere Jobs«, »Wir werden alle arbeitslos!« Diese kritischen Gedanken können uns in einer Spirale der Unsicherheit gefangen halten. Die Ironie dabei? Während wir versuchen, die Risiken der KI zu minimieren, könnten wir durch unsere eigene Skepsis den Fortschritt mehr behindern als jede technologische Hürde es könnte. Dadurch geraten wir in eine paradoxe Situation: Der Wunsch,

alles kritisch zu hinterfragen, führt dazu, dass wir in der Analyse verharren und nie in die Handlung kommen. Anstatt die Chancen der KI und anderer fortschrittlicher neuer Ideen zu nutzen, sitzen wir in endlosen Meetings und Debatten fest, gefangen in einer kollektiven Angststarre. Hier wird jeder Fortschritt und jeder Befürworter dieses Fortschritts zunächst auf seine potenziellen Gefahren reduziert, und die Chancen, die er bieten könnte, verblassen im Schatten der endlosen Bedenken. Und so stehen wir da, bereit, die nächste große Welle der Innovation zu reiten, aber unfähig, den ersten Schritt zu machen, weil unsere kritischen Gedanken uns den Boden unter den Füßen weggezogen haben.

Man könnte meinen, wir hätten mehr Freude daran, Einfälle zu zerstören, als sie zu verwirklichen. Nach einem Fernsehauftritt, bei dem ich als Gast eingeladen war, erhielt ich auf der Heimfahrt einen Anruf. Der Anrufer stellte sich mit zwei Dokortiteln vor und redete endlos über Kommunikation. Nach zehn Minuten wusste ich immer noch nicht, worum es ging. Ich war geduldig, entspannt und es war ein angenehmer Tag. Also bat ich ihn in, mir in aller Ruhe in einem einzigen Satz zu sagen, was er genau macht und in einem weiteren Satz, was er konkret von mir möchte. Doch es folgte nur ein weiterer Monolog seinerseits. Letztendlich war der Gedanke vermutlich nicht schlecht, doch seine Präsentation war eine Katastrophe. Ich bin sicher, dass dieser Mann mit seiner Expertise etwas Wichtiges beizutragen gehabt hätte, aber seine Idee wurde in der Flut seiner eigenen Worte ertränkt.

Unser Hang zum überkritischen Denken lähmt uns und hält uns davon ab, wirklich kreativ zu sein und neue Ideen zuzulassen. Gut, in diesem Fall musste ich leider das Gespräch wirklich abbrechen und bat ihn, eine E-Mail zu schreiben. Ich las mir jede Zeile aufmerksam durch, versuchte die vier! Seiten lange Mail zu verstehen. Aber auch daraus wurde ich nicht schlau und antwortete mit einer freundlichen, aber doch bestimmten Absage. Oft sind wir also mehr damit beschäftigt, Fehler zu finden, dass wir die großen Potenziale übersehen. In diesem Fall war weniger mein zu kritisches Denken als die Art der Präsentation die Quelle. Und nur zu oft erlebte ich es, dass in wöchentlichen Meetings zahlreiche Ideen präsentiert werden, die auf dem Papier hervorragend klingen. Doch anstatt sie weiterzuentwickeln, wurde jeder Aspekt so lange hinterfragt und zerredet, bis die ursprüngliche Idee nicht mehr wiederzuerkennen war. Am Ende bleibt nichts übrig außer einem Haufen Bedenken und verpasster Chancen. Der Gipfel der Ironie ist, dass wir dabei ständig betonen, wie wichtig Innovation und Fortschritt sind. Doch in der Realität sind wir Meister darin, genau das zu verhindern.

Wir tun so, als ob wir den Durchblick bewahren, indem wir alles zerpflücken, was uns vor die Nase kommt. Doch in Wahrheit sehen wir den Wald vor lauter Bäumen nicht.

Wir müssen uns ehrlich fragen: Wollen wir wirklich den Fortschritt blockieren, nur weil wir vor lauter kritischem Denken den Mut verlieren? Die Welt dreht sich weiter, ob wir es wollen oder nicht. Wenn wir nicht lernen, Ideen zu unterstützen und sie wachsen oder »eine Fünf auch mal gerade sein lassen«, werden wir stets im Kreis laufen, nichts erreichen und jeden zynisch anbellen wie eine läufige Hündin. Diese Gesellschaft braucht neue, mutige Ideen – und Menschen, die den Mut haben, sie zu verwirklichen. Aber

es scheint eine geradezu diebische Freude daran zu geben, peinliche Fehler und Missgeschicke anderer zur Schau zu stellen. Besonders in den sozialen Medien wird jede noch so kleine Unzulänglichkeit genüsslich auseinandergepflückt und öffentlich gemacht. Das ist nicht nur ein gesellschaftliches Problem, sondern auch eine gefährliche Praxis, die das Vertrauen untereinander untergräbt und das kritische Denken ins Extreme treibt. Wir fühlen uns von kritisierten Menschen dadurch pauschal verarscht.

Stellen Sie sich vor, Sie sind im Büro und Ihnen unterläuft ein kleiner Fehler in Ihrer Präsentation. Dieser lächerliche Fehler wird sofort auf Social Media gepostet und im internen Rundfunk öffentlich gemacht und breitgetreten. Das führt nicht nur dazu, dass Sie sich bloßgestellt fühlen, sondern auch dazu, dass Kollegen und Vorgesetzte Ihnen weniger Vertrauen entgegenbringen. Wenn Sie ständig mit Fehlern konfrontiert werden, die Sie offenbar machen, dann wird das auf Dauer das Vertrauen in Sie als Person und in Ihre Fachkenntnis erheblich mindern. [42] Sie bekommen den gesellschaftlichen Stempel »nicht vertrauenswürdig«. Und damit verfallen andere Menschen in Ihrem Umfeld in das Muster, dass Sie pauschal verurteilt werden, weil wiederum andere Sie gebrandmarkt haben. Und nun fragen Sie sich, warum im Misstrauens-Index Politiker sehr weit vorne stehen. Sind wir nicht alle ein wenig mitverantwortlich dafür? Was ich aus eigenen Beobachtungen behaupten darf: Dieser Drang, Fehler anderer zur Schau zu stellen, ist oft ein Versuch, die eigene Unzulänglichkeit zu überdecken. Es ist viel einfacher, auf die Schwächen und Unzulänglichkeiten anderer zu zeigen, als sich mit den eigenen auseinanderzusetzen. Doch was dabei verloren geht, ist das Verständnis dafür, dass Fehler menschlich sind und dass es gerade diese Schwächen sind, die uns miteinander verbinden und uns reifen lassen. Wie wir anderen gegenüber Kritik äußern, sagt viel mehr über uns selbst aus als über unser Gegenüber. Und wenn das zur Gewohnheit wird, ist die Gefahr groß, jeden und alles zu bezichtigen, dass sie uns nur verarschen wollen. Doch das ist viel zu einfach gedacht.

Die Vorbilder und Charaktere vergangener Zeiten, die vielen noch Orientierung gaben, werden nun bei jedem noch so kleinen Fauxpas als jämmerliche Gestalten dargestellt. Denken Sie an Persönlichkeiten wie Elon Musk oder Albert Einstein – Menschen, die trotz (oder gerade wegen) ihrer Fehler Großes erreicht haben. Doch heute würden selbst diese Ikonen wahrscheinlich unter dem kritischen Auge der sozialen Medien leiden und an Ansehen verlieren. Wenn sogar diese herausragenden Persönlichkeiten enttäuschen können, wie sollen wir dann noch Vertrauen in unser direktes Umfeld oder gar offizielle Institutionen haben? Wer wird dann NICHT kritisiert? Selbst Silvester und Tweetey haben Hater und das »Lustige Taschenbuch« mit den Comics von Donald Duck, Micky Maus und Co. muss sich in Onlineforen als noch einer der netteren Kommentare »Weltverbesserer-Magazin« beleidigen lassen, weil sich in den neuesten Ausgaben am Beginn Hinweise zu möglicher Diskriminierung befinden. Die öffentliche Zurschaustellung menschlicher Schwächen, vorwiegend in sozialen Netzwerken oder in den Kommentarspalten diverser Magazine und Zeitungen, erzeugt ein Vertrauensvakuum, das nur durch viel Einfühlungsvermögen und Verständnis überwunden werden kann. Doch wie wir wissen, bedeutet das viel Denkenergie. Wir müssen lernen, die Begrenztheit des Menschen, seine Anfälligkeit für Fehler und die teilweise Inkompetenz, was die Anforderungen in dieser Welt betrifft, offen und transparent zu akzeptieren.

Was heißt das? Es ist nicht nur wichtig, eigene Fehler zugeben zu können, sondern auch die der Anderen zu tolerieren und Verständnis entgegenzubringen. Kritisch denken ja. Aber ständig den Stempel des »von dem werde ich schon wieder nur verarscht« auszuteilen, ist zu schnell verurteilt. Studien zeigen das eindeutig. Gruppen, die eine Kultur des Vertrauens und der Fehlerfreundlichkeit pflegen, sind weitaus produktiver, kreativer und können offener miteinander sprechen. Am Ende des Tages ist es genau dieses Verständnis und diese Toleranz, die das Fundament einer gesunden und vertrauensvollen Gesellschaft bilden [42]. Ich möchte es mit einem philosophischen Spruch klar machen, der mich seit vielen Jahren begleitet:

»Die Energie, die wir ausstrahlen, ziehen wir auch an.«

Ohne näher auf die Herkunft einzugehen, verdeutlicht es eines: Sie sitzen im Auto und glauben mal wieder, nur von Idioten umgeben zu sein? Dann könnte es sein, dass ein Teil dieser Energie von Ihnen selbst ausgeht.

Ich hatte das Glück, in einem Elternhaus aufzuwachsen, in dem mein Vater wie ein Mantra über all diese Wackeljahre meiner vielen beruflichen Wechsel hinweg immer wieder sagte: »Der Junge macht seinen Weg, wirst sehen!« Sicherlich haben meine Eltern insgeheim auch Zweifel gehegt, ähnlich wie meine Freunde, Bekannte und alle, die meine Vita einmal gesehen haben. Aber egal welchen »Unfug« ich mit meiner Berufswahl anstellte, durch dieses unerschütterliche Urvertrauen meiner Eltern konnte ich das für mich finden, was ich gerne mache. Die Kraft von Vertrauen, die wir spüren oder an andere weitergeben, ist einer der stärksten Antreiber, um in Diskussionen den Durchblick zu bewahren. Das klingt fast ein wenig paradox. Denn blindes Vertrauen, so sagt ja dieser Satz, verschließt uns viel eher vor Wahrheit und Aufklärung. Aber wenn Sie außerhalb Ihres kritischen Gedankens in einem Gespräch bereit sind, Ihrem Gegenüber auch nur einen minimalen Anteil an Wahrheit zuzugestehen, werden Sie sehen, dass das Gespräch eine völlig andere Farbe annimmt.

Vertrauen ist die Basis jeder gesunden Gesellschaft. Ohne Vertrauen zerbröckeln die Fundamente unserer sozialen Strukturen. Doch in einer Zeit, in der Experten, Medien, Politik und Wirtschaft oft eigene Agenden verfolgen und Manipulation betreiben, ist es verständlich, dass viele Menschen skeptisch und zynisch werden. Vertrauen ermöglicht es uns, als Gesellschaft zusammenzuarbeiten und gemeinsame Ziele zu erreichen. Ohne Vertrauen würden wir uns ständig misstrauen und Zusammenarbeit wäre praktisch unmöglich. Auch die wirtschaftliche Entwicklung geht in Gesellschaften mit hohem Vertrauen schneller voran und die Lebensqualität ist höher. Dabei wurde festgestellt, dass ein 10%iger Anstieg des Vertrauensniveaus in einem Land zu einem Anstieg des Bruttoinlandsprodukts um 0,5 % führt. [73]

Dauerhafte Skepsis führt aber oft zu zwei extremen Reaktionen:

- Zynismus: Menschen werden zunehmend skeptisch gegenüber den Einflüssen von außen und reagieren gereizt. Sie zweifeln an den Motiven und der Glaubwürdigkeit von Medien, Politik und

Wirtschaft und entwickeln eine zynische Haltung gegenüber jeder Aussage – egal von wem diese kommt. Es geht soweit, dass selbst fundiertes und leicht erklärtes Wissen von renommierten Wissenschaftlern und Wissenschaftlerinnen im besten Fall »nur« skeptisch betrachtet wird.

- Naiver Glaube: Auf der anderen Seite gibt es Menschen, die naiv alles glauben, was Autoritätspersonen oder Institutionen sagen. Dazu später mehr in den neuen Neoreligionen. Sie hinterfragen nichts und nehmen Informationen unkritisch als Wahrheit an, nur weil sie von ihnen wohlgesinnten Stellen stammen.

Eine Studie der Stanford University legte offen, dass rund 36 % der Amerikaner zwei Jahre nach der Pandemie weiterhin glauben, dass Impfstoffe jeglicher Art gefährlich sind, obwohl umfangreiche wissenschaftliche Beweise, die selbst für einen Laien recherchierbar sind, das Gegenteil beweisen.

Medien und Politik spielen ebenfalls eine große Rolle bei der Beeinflussung unseres Vertrauens. Das Problem dabei ist, dass Desinformation und Falschmeldungen oft gezielt eingesetzt werden, um politische oder wirtschaftliche Ziele zu erreichen. [23] Es ist, als ob man ständig Werbung für fettfreie Kekse sieht und glaubt, sie seien gesund –, bis man die Zutatenliste liest und feststellt, dass sie voll von Zuckeralternativen und Chemikalien sind. Um Vertrauen zu bewahren und gleichzeitig kritisch zu bleiben, habe ich für mich persönlich drei Schritte gefunden, die ich praktisch bei jeder neuen Information anwende, ohne die Welt schwarz zu sehen:

1. Denken fördern: Woher kommen die Informationen? Wer hat sie verbreitet? Welche Motive könnten dahinterstecken?
2. Schauen lernen: Verlassen Sie sich nicht auf eine einzige Informationsquelle. Vielleicht sogar noch von »dem Freund, der das mal gelesen hat«. Suchen Sie nach unterschiedlichen Perspektiven und vergleichen Sie die Informationen. Das kostet Mühe, aber bei entscheidenden Themen macht es den Unterschied, ob Sie den Durchblick bewahren oder sich nur wieder als »Opfer« fühlen.
3. Prüfen von Inhalten: Nutzen Sie Faktenprüfungs-Websites und wissenschaftliche Quellen, um die Richtigkeit von Informationen zu überprüfen. Und wenn Sie das gemacht haben, haben Sie auch die Möglichkeit, Ihrem Gegenüber mit Fragen auf den Zahn zu fühlen.

Übrigens, wenn Sie Kreuzworträtsel, Sudoku und Co. mögen, werden Sie Folgendes gerne lesen:

Menschen, die regelmäßig Rätsel und Denksportaufgaben lösen, sind weniger anfällig für Fake News und Desinformationen. Eine Studie zeigt, dass gehirnaktive Menschen besser darin sind, Falschinformationen zu erkennen und eher bereit sind, etwas zu hinterfragen. [113] Es schützt zwar nicht wie ein Airbag, aber eine Aufprallwarnung ist es allemal. Irgendwie logisch, Sie machen sich die Mühe, Ihr Gehirn anzustrengen mit einem Logikrätsel, dann wird diese Mühe auch bei möglicherweise kritischen

Informationen in Kauf genommen. In der Studie bat man Teilnehmer, zwischen echten und gefälschten Nachrichten zu unterscheiden und testete gleichzeitig ihre Fähigkeit zur Problemlösung. Dabei stellte sich heraus, dass diejenigen, die besser im Lösen von Rätseln waren, auch besser darin waren, Fake News zu identifizieren. Ein mentales Fitnessstudio – je mehr man trainiert, desto stärker wird man im kritischen Denken. Es wäre so einfach, aber wer geht schon gerne ins Fitnessstudio?

Der Mensch als Handelsobjekt

[...)

Auftritt im Medienzirkus

Fingierte Umfragen täuschen die Öffentlichkeit – die Meinungen der Menschen werden durch den Teleprompter vorgegeben. Jeder Bürger, der ins Fernsehen kommen möchte, folgt brav dem Skript, das ihm vorgesetzt wird. Umfragen aus »ganz« Deutschland und Österreich werden als repräsentative Volksmeinung verkauft, obwohl nur wenige Personen befragt wurden. So in etwa lauten gängige Vorurteile oder skeptische Nachfragen, die ich regelmäßig bekomme, da ich dem Journalismus noch sehr nahe bin.

Was ich bejahen kann: Heute ist es durchaus möglich, mit ausreichend Auflage oder Quote buchstäblich alles zum Modetrend, Skandal oder zur Bedrohung der Gesellschaft zu machen. Man sammelt ein paar Beispiele von unfähigen Handwerkern, korrupten Politikern, betrügerischen Autoverkäufern oder gewalttätigen Polizisten und schon ist die mediale Kampagne gegen bestimmte Berufsgruppen on air. Jeden Tag wird eine neue Enthüllung veröffentlicht, bis diese betreffende Gruppe in der öffentlichen Wahrnehmung vollständig jeder Glaubwürdigkeit entzogen wurde. Mithilfe der Medien können völlig neue Weltbilder und Wirklichkeiten erschaffen werden. Und der Sieg des Meinungsjournalismus ist die andere Seite der Medaille, dass niemand mehr etwas hinterfragt. Der Florentiner Politikprofessor und Medienkritiker Giovanni Sartori warnte, dass Medien nicht nur die Demokratie, sondern auch die geistige Gesundheit gefährden. [129] Das Aufsaugen manipulierter Bilder und virtueller Inhalte ersetzt unser so wichtiges logisches, abstraktes und systematisches Denken. Wir verlieren die Fähigkeit, die Welt um uns herum zu verstehen und zu interpretieren, und wir bewegen uns zurück in eine vormoderne Ära. Im schlimmsten Fall verlieren Menschen den Bezug zur Realität und zu ihrer eigenen Identität.

Man hört es daher immer wieder: Boulevardzeitungen und diese Art der Mainstream-Medien sind die Tempel der Fake News und Desinformation. Sie bedienen Klischees, sind oberflächlich und schlecht recherchiert. In Gesprächen über diese Medien wird oft bemängelt, dass diese Art von Journalismus maßgeblich zur Meinungsbildung beiträgt – und zwar auf der Basis von stark vereinfachten Informationen. Tatsächlich lässt sich nicht leugnen, dass Boulevardmedien einen Einfluss darauf haben. Das Problem ist aber, wie so oft, vielschichtiger und die Verurteilung viel zu pauschal. Denn die Ursachen liegen woanders vergraben.

Das eigentliche Problem des Journalismus heute ist, dass sich gute Qualität kaum noch finanzieren lässt. Werbeeinnahmen fließen fast ausschließlich in Onlinekanäle, und die Bereitschaft der Leser, im »freien Umfeld des Internets« für allgemeine Informationen zu bezahlen, ist gering. Die Werbeeinnahmen für digitale Produkte sind im schon im Jahr 2021 alleine in den USA auf mehr als 200 Milliarden Dollar gestiegen. In Deutschland waren es 2021 etwa zwölf Milliarden Euro und macht heute schon mehr als die Hälfte des Werbemarktes aus. [157] Zum Vergleich: Die US-Werbeinnahmen im Printbereich haben damals schon etwa 22 Milliarden Dollar ausgemacht. [87] Wir sind es daher gewohnt, jederzeit kostenlos an Informationen zu gelangen, weil sie querfinanziert wurden durch Onlinewerbung. Zwar wächst langsam die Bereitschaft, für gut recherchierte Artikel extra zu zahlen, doch viele sind davon nur schwer zu überzeugen. Diese Entwicklung hat fatale Auswirkungen auf die Qualität der Berichterstattung und den Zeitungsmarkt per se. Seit Anfang des Jahrtausends sind die Werbeeinnahmen der größten deutschen Tageszeitungen um fast die Hälfte eingebrochen. [94] In den USA wurden in den letzten 15 Jahren mehr als 2000 Zeitungen eingestellt. Der Verlust lokaler Zeitungen beschleunigte sich im Jahr 2023 sogar auf durchschnittlich 2,5 Zeitungen pro Woche, wodurch mehr als 200 Landkreise zu sogenannten »Nachrichtenwüsten« wurden und nur noch digitale Nachrichten erhielten. Mag für viele ok sein. Doch wenn wir uns daran erinnern, dass wir online weniger kritisch denken, ist das fatal. In Summe sind rund 50 % der USA nicht mehr mit lokalen oder regionalen Nachrichten versorgt. [103] Auch in Deutschland sinken die Auflagenzahlen stetig. Einsparungen und Entlassungen sind die Folge, und der Journalist als frühere Institution verliert an Ansehen. Die Kompetenz wandert stattdessen zur bezahlten Öffentlichkeitsarbeit. Unternehmen und sogenannte Personal Brands zahlen viel Geld, um ihre Geschichten in die Medien zu bringen. PR-Leute verdienen oft besser als Journalisten, [8] und der Drang nach Individualismus und Aufmerksamkeit in unserer Gesellschaft treibt die Nachfrage nach Storytellern und Content Creators in die Höhe. Dadurch nimmt der Journalismus als fundierte und verlässliche Informationsquelle ab. Inmitten eines Dauerfeuers aus PR-Slogans und Schlagzeilen müssen wir als Konsumenten unterscheiden, was wahr und was nur halb wahr – oder was einfach nur Bullshit ist. Das führt zu einem weiteren Dilemma: einem Geschäft von Spektakel und Show. Auf der einen Seite gibt es die Populisten und Personal Brands, die möglichst kostenfreie Sendezeit erhalten wollen. Das Ziel vieler dieser Menschen heute ist es, sich möglichst teuer am Markt zu verkaufen. Und der Selbstwert derer basiert darauf, welche Rolle er im sozioökonomischen Kreislauf einnimmt. Mit ihrer oft bedingungslosen Gier nach Aufmerksamkeit sprechen sie ein breites Publikum an. Auf der anderen Seite stehen die Medienmacher, die diese Akteure brauchen, um Auflagenzahlen und Einschaltquoten hochzuhalten.

Normalität zieht heute nicht mehr. Wer hohe Quoten will, muss jedes Thema entweder zum Megatrend hochstilisieren oder als Bedrohung darstellen.

Eine fingierte Umfrage über die Ehrlichkeit von Kellnern – und schon hat man die nächste Skandalgeschichte. Die Folgen sind oberflächliches Gewäsch und populistische Meinungen in Hochglanz. »Panem et circenses« – Brot und Spiele – sind wieder da. Wenn wir uns jedoch gegen die Vielfalt von

Meinungen und Kulturen verschließen, verlieren wir den Durchblick, weil die Bereitschaft für Diskussionen nicht mehr gegeben ist. Die angebliche Spaltung der letzten Jahre wird uns nur suggeriert. Bleiben wir kritisch und hinterfragen wir die Informationen, die uns präsentiert werden.

Doch das kollektive Einbrüllen von Gegenseitigkeit und kleinlichen Pseudoenthüllungen unbedeutender C-Promis und Möchtegern-Experten führt zu einem unreflektierten Denken des Publikums. Mit autoritärer Meinungsmache und der Verwendung von reißerischen Überschriften leidet somit auch die Akzeptanz der Medienmacher. Man denke nur an politische Akteure, die von Systemmedien und Lügenpresse warnen und damit die Gesellschaft hellhörig machen. »Lügenpresse« schallte es auch über Monate in der Coronapandemie. Aufgrund der Info-Überforderung und einer allgemeinen Verunsicherung greift ein Misstrauen gegenüber den althergebrachten Medien um sich. Die Essenz der Arbeit eines guten Journalismus ist in Gefahr. Es sieht düster aus um die Glaubwürdigkeit der Presse. Eine Gallup-Umfrage aus dem Jahr 2023 bestätigt, dass das Vertrauen in die Medien weiterhin auf einem historischen Tiefpunkt ist. Nur 29 % der Befragten gaben an, den Nachrichtenmedien zu vertrauen, was beispielsweise den USA den letzten Platz unter 46 untersuchten Ländern einbrachte. [59] Etwas besser sieht es bei unseren nördlichen Nachbarn in Skandinavien aus. [120] Was aber bleibt, ist ein fahler Beigeschmack an Misstrauen und Skepsis gegenüber klassischen Medien.

»Einen guten Journalisten erkennt man daran, dass er sich nicht gemein macht mit einer Sache, auch nicht mit einer guten Sache«, formulierte einst der bekannte Moderator Hans Joachim Friedrichs. [70] Doch die Sensationslust übertrumpft leider doch oftmals das sachliche Interesse. Lange nicht bei allen – hier möchte ich eine klare Lanze brechen für viele Journalisten. Aber bei einer nicht unbeträchtlichen Anzahl sind reißerische Geschichten und markante Schlagzeilen an der Tagesordnung. Die Menschen und ihre Schicksale stehen im Fokus, nicht die Themen. Skandale und Hintergrundstorys zählen mehr als echtes Engagement. Solange die Bevölkerung darüber diskutiert, ohne sich um die wirklichen Probleme zu kümmern, ist alles in Ordnung. Prominente und deren Klatschgeschichten dominieren, während fundierte Aufklärung mehr und mehr fehlt. Ich verfolge aus Sicht der Rhetorik für die Medien regelmäßig die Auftritte der Politiker und Promis. In dieser Aufgabe, Rhetorikanalysen zu machen, kommt man nicht umhin, gemeinsam mit den Journalisten ausschließlich die rationale Sicht zu begutachten. Es scheint aber sonst so, als gäbe es einen globalen Ereignismix, zusammengestellt aus Skandalen und Intrigen. Klar, darüber spricht das Volk. In der griechischen Antike nannte man den engagierten Bürger »Polites«, während der sich heraushaltende Privatmann »Idiotes« genannt wurde. Diese Begriffe gewinnen heute wieder an Bedeutung. Denn die etwa 10 Millionen Zuschauer der Tagesschau werden die globalen Zusammenhänge der vielen Informationen nicht wirklich verstehen, nehmen sie aber dennoch für bare Münze. Das System funktioniert nur, wenn die Menschen diese Unwissenheit akzeptieren. Kann sich eine Regierung bessere Untertanen wünschen?

Unterstützt wird diese Entwicklung von Blogs und Videos auf YouTube, die teilweise ein größeres Publikum anziehen als manche Printmedien Auflagen haben. Die Demontage der Medien als Meinungsführer schreitet damit stetig voran. Medien sind dazu da, eine breite Beobachtung der

Gesellschaft darzustellen und zu analysieren. Im Wort Analyse steckt aber schon der Teufel. Analyse ist, wie im ersten Kapitel schon gelesen, die Zerteilung, Zergliederung und Detailuntersuchung – also die sachliche Veranschaulichung von Beobachtungen. Für meinen Geschmack lese ich aber sehr gerne Artikel und Lektüren, die nicht nur zergliedern, sondern auch wieder zusammenbauen. Eine Synthese herzustellen, eine Verknüpfung zum großen Ganzen eines Sachverhalts, würde es dem Leser, Zuseher und Hörer besser ermöglichen, eine fundierte und überlegte Meinung zu bilden. Dass dies aber nicht in einem einspaltigen Bericht in 20 Zeilen eines Boulevardblattes zu packen ist, wird nach kurzem Überlegen wohl jedem klar werden. Und in diesem Fall sehe ich den Vorwurf gegenüber dem Boulevard und den klassischen Medien als Fake-News-Produzenten als ungerechtfertigt. Kurze pointierte Sprache, reißerische Schlagzeilen sind leider Teil des Geschäfts.

Ich sehne mich nach dem Tag, an dem unsere Bundesregierung nicht nur Zigarettenpackungen mit einem Sicherheitshinweis versieht, sondern auch den Boulevard mit einer Aufschrift versieht: »SCHADET IHREM INTELLEKT«.

Wenn schon überreglementiert, warum nicht da, wo es der Zukunft unseres kritischen Denkens wirklichen Schaden zufügt? Denn die Verantwortung, sich weitere Informationen zu einem gelesenen oder gehörten Bericht zu holen, liegt hier gleichermaßen bei uns selbst.

Idioten-TV

In Indiens versteckten Tälern gibt es noch etwa 25.000 Dörfer, die weder über Mobilfunk- noch Internetverbindungen verfügen. [11] Die Dorfbewohner dieser isolierten Gemeinschaften leben in einer Welt, in der im besten Fall, wenn überhaupt, etwas bis dorthin durchdringt, das einzige Fenster zur Außenwelt ein Fernseher ist. Ohne moderne Kommunikationsmittel wird er zum zentralen Nervensystem des Dorflebens. Doch dieser scheinbar harmlose Fernseher, der auch in unserer höchst zivilisierten Welt Entspannung und Unterhaltung verspricht, entfaltet auf uns eine tiefgreifende, kaum wahrgenommene Macht über die Gedanken und das Verhalten. Was auf den ersten Blick wie ungefährliche Unterhaltung erscheint, offenbart bei näherem Hinsehen eine verborgene Agenda. Wenn die einzige Verbindung zur Außenwelt über den Bildschirm flimmert, werden Meinungen geformt und Realitäten konstruiert – oftmals ohne kritisches Hinterfragen. Die Dorfbewohner werden damit zu stillen Konsumenten einer fremdbestimmten Weltanschauung. Diese dynamische und teils unbewusste Beeinflussung wirft ein scharfes Licht auf die Manipulationskraft der Medien. Die Illusion von Kontrolle und Wahlfreiheit löst sich auf, wenn man erkennt, wie stark der Fernseher das Denken und Handeln beeinflusst. Und gerade in abgeschiedenen Dörfern, auch in unserem Umfeld, zeigt sich besonders deutlich, wie das Medium selbst zur Botschaft wird und die Schicksale seiner Zuschauer formt.

Durch die geschickte Ansprache unserer niedersten Instinkte führt er eine sanfte Gehirnwäsche durch, die unser Denken und Fühlen prägt. Der Psychologe Herbert Krugman führte bereits in den 1960er-Jahren Forschungen durch, die zeigten, dass das Fernsehen unsere Gehirnaktivität in einen

ähnlichen Zustand fallen lässt wie bei einer Hypnose. Die Alphawellen im Gehirn, die für Entspannung und leichte Trancezustände verantwortlich sind, dominieren [1]. Man wird empfänglicher für unterschwellige Botschaften und nimmt Informationen weniger kritisch auf. Das erklärt, warum das Fernsehen so effektiv darin ist, Meinungen und Einstellungen zu beeinflussen. Die endlosen Wiederholungen und einfachen Botschaften setzen sich in unserem Unterbewusstsein fest und formen unmerklich unsere Überzeugungen. Abgesehen davon, dass ich wirklich keinem F-Promi mehr zusehen möchte, wie er sich Maden in den Rachen steckt, oder peinliche jugendliche Laien-Darsteller beobachten möchte, wie sie sich am Wochenende am Leben vorbeisaußen. Aber wer sich von diesen Sendungen angesprochen fühlt, ist eben auch die Hauptzielgruppe dieser Idioten-TV-Sendungen. Reality-Shows, Sensationsnachrichten und oberflächliche Billigst-Unterhaltung zielen darauf ab, die primitivsten Instinkte zu befriedigen und lenken die Zuschauer von den wichtigen gesellschaftlichen Themen oder den eigenen Problemen ab. Damit werden sie auf dem Niveau eines Schuhgrößen-IQ gehalten. Der Gedanke: »Schön, hier gibt es zum Glück Menschen, denen es offenbar noch schlechter geht als mir. Da bin ich noch gut dran«, soll damit vermittelt werden.

Ich darf regelmäßig Gast in Fernsehsendungen sein. Und bei Talkshows ist es sehr häufig offensichtlich, welche Position die einzelnen Teilnehmer vertreten. Sie werden gezielt so zusammengestellt, sodass Gegenpositionen entstehen und damit eine kontroverse Diskussion erzielt wird. So weit so gut. Doch: Jeder hat seine vorgefertigte Meinung, und es geht nur noch darum, wer sie rhetorisch am besten verteidigen kann. Aber Menschen können Probleme nicht auf der Oberfläche lösen, wenn es niemand mehr zulässt, zum Kern und zur Ursache der Probleme vorzudringen. Deshalb dienen solche TV-Debatten und Diskussionen meist nur der Unterhaltung und weniger der Aufklärung der Gesellschaft. Wenn die Agenda einer einstündigen Sendung mit drei gesellschaftsrelevanten Themen gefüllt ist, werden Sie hoffentlich nicht ernsthaft glauben, dass diese in der Kürze dieser verfügbaren Zeit eine endgültige Lösung ergeben kann. Und zur Unterhaltung ist es ja durchaus amüsant zu sehen, wie der eine oder andere Diskussionsteilnehmer rhetorisch auseinandergenommen wird, oder?

Fernsehen hat die Macht, Diskurse zu formen und zu kontrollieren. Indem es die niedersten Instinkte anspricht, hält es uns davon ab, uns mit den großen Fragen unserer Zeit auseinanderzusetzen. [99] Anstatt über soziale Ungerechtigkeiten, politische Korruption oder ökologische Katastrophen nachzudenken, beschäftigen wir uns mit den neuesten Eskapaden von halb nackten TV-Stars oder Schauspielern, die nach Dialog-Skripten ein Wochenende durchfeiern oder sich von PR-affinen Streifenpolizisten kontrollieren lassen. Medienkonzerne erzeugen gezielt Inhalte, die unsere Aufmerksamkeit fesseln und unsere Gedanken lenken. Diese Unternehmen sind nicht nur an Profit interessiert, sondern auch daran, die bestehende soziale Ordnung zu wahren. Durch die ständige Berieselung mit leicht verdaulichen Inhalten halten sie uns in einem Zustand der Passivität und des unkritischen Denkens.

Das Fernsehen ist längst nicht mehr nur ein Unterhaltungsmedium, sondern ein systematisches Instrument der Massenmanipulation. Die permanenten Bilderfluten und der endlose Strom an trivialen

Inhalten halten die Zuschauer in einem hypnotischen Zustand der Unmündigkeit. Während wir uns von billigen Reality-Shows und der nächsten Serienstaffel wochenlang ablenken lassen, wird unser Bewusstsein langsam aber sicher in eine konforme, passiv konsumierende Haltung gedrängt. Die Folgen sind verheerend:

Eine Gesellschaft, die von ihren Bildschirmen hypnotisiert wird, verliert die Fähigkeit zur tiefgreifenden Analyse und Reflexion. Stattdessen wird sie zu einer Schafherde, die leicht zu lenken und zu kontrollieren ist.

Es ist kein Zufall, dass autoritäre Regime und mächtige Wirtschaftsinteressen gleichermaßen auf die Macht der Medien setzen, um ihre Agenden voranzutreiben. Der Fernseher ist dabei das perfekte Werkzeug und Idioten-TV die heimtückische Injektionsnadel. Der Fernseher ist allgegenwärtig, scheinbar harmlos und dennoch unfassbar wirksam in seiner Fähigkeit, unsere Realität zu formen und uns in einem Zustand der gedanklichen Starre zu halten.