


# Das ist alles nur gefälscht



Eine Kunstfigur aus einem britischen Präventionsprojekt gegen Extremismus wird von Rechtsextremen gekapert – und mutiert in den sozialen Netzen zu einer grotesken Figur. Mit Unterstützung von KI-Tools werden Deepfakes erzeugt, Meinungen manipuliert und Falschinformationen verbreitet. Über die Macht der Fälschung im Zeitalter der Algorithmen.

## VON RIEKE C. HARMSSEN

**Amelia trägt** eine knappe Schuluniform, lila Haare und steht auf „dark romantic“. In den Videos, die auf Social-Media-Kanälen wie X oder Facebook kursieren, läuft das junge Mädchen durch London, posiert im Unterhaus, schwenkt Union-Jack-Fähnchen und verbreitet rassistische Parolen. Die Botschaften sind emotional, einfach und eindeutig – und sie werden weltweit verbreitet. Denn Amelia ist eine Kunstfigur, die mit gängigen KI-Tools beliebig kopiert und verbreitet werden kann.

**Bitter ist die Geschichte** von Amelia vor allem deshalb, weil die Figur ursprünglich für ein von der britischen Regierung mitfinanziertes Videospiel entwickelt wurde, mit dem Jugendliche zwischen 13 und 18 Jahren lernen sollten, rechtsextremen Tendenzen zu widerstehen. Amelia diente im Spiel als abschreckendes Beispiel – doch das Spiel geriet außer Kontrolle, als rechte Aktivisten die Figur kaperen und umdeuteten. Sie fluteten das Netz mit Amelia als Mangafigur, als Knetpuppe und mit KI-generierten Videos, bei denen Amelia rechtsextreme Parolen schwingt.

**Der Fall Amelia** zeigt, wie schnell eine Figur heute medial transformiert, umgedeutet und missbräuchlich verwendet werden kann – ganz egal, ob sie wirklich oder nur virtuell existiert. Wer aktuell in sozialen Medien unterwegs ist, dem begegnen irgendwann zwangsläufig gefälschte Profile und KI-generierte Figuren, die selbst von Experten kaum mehr als echt oder unecht erkannt werden können.

**Viele Studien** belegen, wie stark Fake News und gezielte Desinformationen unsere persönlichen Haltungen und Entscheidungen beeinflussen können. Aber was macht diese Lügen so erfolgreich? Sie setzen genau dort an, wo unser Denken besonders anfällig ist. Wir neigen dazu, bevorzugt Nachrichten und Informationen aufzuneh-

men, die in unser Weltbild passen, erklärt der Kommunikationswissenschaftler Ralf Hohlfeld von der Universität Passau. Dieser „Confirmation Bias“ sorgt aber dafür, dass wir uns nur ungern außerhalb unserer Blasen bewegen. Hinzu kommt der „Illusory Truth“-Effekt: Unabhängig vom Wahrheitsgehalt glauben wir demnach Aussagen mehr, wenn wir sie immer wieder hören oder lesen. Irgendwann beginnen wir, unser Weltbild diesen „Informationen“ anzupassen. Populisten wissen das für sich zu nutzen. Konsequenter verbreiten und wiederholen sie schrille Thesen und angebliche Wahrheiten, die längst widerlegt sind. Was sie damit erreichen: eine Verschiebung des öffentlich Sagbaren zu ihren Gunsten.

**Natürlich** gibt es noch weitere psychologische und soziale Faktoren, die bei diesem Prozess eine Rolle spielen: unser Bedürfnis nach Klarheit und Kontrolle zum Beispiel oder der Wunsch nach Gruppenzugehörigkeit. Je unsicherer die Zeiten sind, desto attraktiver wirken einfache Antworten. Sie versprechen das Gefühl von Kontrolle und Ordnung.

**Besonders gut** funktioniert in den sozialen Medien zudem das Prinzip der emotionalen Manipulation. Mithilfe starker Gefühle wie Angst, Wut oder Freude lassen sich Aussagen wirkungsvoll verstärken. Fake News

bewegen sich deshalb am liebsten auf dem Spielfeld emotional hoch aufgeladener Themen. Gesellschaftliche Spannungen werden zugespitzt, persönliche Verunsicherung und Polarisierung nehmen zu. Die Plattformen wiederum nutzen all diese psychologischen und sozialen Faktoren, um ihre Algorithmen zu trainieren. Es gibt Fake Accounts und Bot-Farmen, die für eine künstliche Verbreitung von Inhalten sorgen. Und die nächste Welle rollt schon auf uns zu. Künftig könnten sogenannte „KI-Schwärme“ eingesetzt werden, um einen öffentlichen Konsens vorzutäuschen.

**KI-Schwärme** kann man sich wie eine größere Gruppe von Personen vorstellen, die allerdings künstlich generiert werden. Diese Personen haben eine eigene Identität und ein Gedächtnis, sie verfolgen gemeinsame Ziele und können sich in Echtzeit an eine Situation anpassen. Sie benötigen nur minimale Aufsicht und können plattformübergreifend eingesetzt werden – so wirken sie authentisch und sind kaum noch von echten Menschen zu unterscheiden.

**Die Gefahr**, dass diese KI-Schwärme falsche Tatsachen behaupten oder einen breiten öffentlichen Konsens vortäuschen, ist groß. Ein solcher „künstlicher Konsens“ könnte Überzeugungen und Normen unserer



KI-generierte Kunstfigur: Amelia

screenshot / Bearb.: top

Gesellschaft nachhaltig beeinflussen. Und natürlich ist es auch nicht ausgeschlossen, dass KI-Schwärme tief in ihr eigenes Ökosystem eingreifen, indem sie die Datenbanken mit den Trainingsdaten für die von ihnen verwendeten Large Language Models (LLM) mit einer Unmenge an frei erfundenen Behauptungen überfluten. Das, was aktuell als künstliche Intelligenz beschrieben wird, beruht ja hauptsächlich auf statistischen Methoden. Die Ergebnisse der KI können also in der Regel nur so zuverlässig sein wie die verwendete Datengrundlage.

**Sind diese Daten** aber erst einmal kontaminiert, dann sind grundlegende Mechanismen und Regeln der demokratischen Meinungsbildung außer Kraft gesetzt. Im Extremfall werden seriöse Nachrichten und Mitteilungen so effektiv von KI-generierten Fake-Informationen verdrängt, dass niemand mehr zwischen „wahr“ und „falsch“ unterscheiden kann. Wenn aber das Vertrauen in Fakten, in die Medien und in den Staat und seine Institutionen schwindet, ist der Zusammenhalt unserer Gesellschaft gefährdet.

**Immerhin** hat sich in den letzten Jahren einiges getan, um Fake News und Falschinformationen zu bekämp-



*Dr. Rieke C. Harmsen ist spezialisiert auf digitale Transformation, Innovation und Strategie in NGOs und Nonprofit-Organisationen. Sie ist Chefredakteurin Online und leitet die Abteilung Crossmedial im Evangelischen Presseverband für Bayern. Regelmäßig schreibt sie über Digitalisierung, Leadership, Ethik und Nonprofit sowie Kunst und Kultur. Außerdem berät sie Unternehmen, Stiftungen und Einrichtungen beim digitalen Wandel.*

fen. Mit dem sogenannten AI Act wurde 2024 ein mächtiges Instrument geschaffen, um den aggressiven Wildwuchs und die disruptiven Auswirkungen der KI-Technologie zu regulieren. Hier geht es etwa darum, eine digitale Kontrolle, wie sie in China mit „Social Scoring“ schon üblich ist, zu verbieten. Das EU-Gesetz über digitale Dienste, „Digital Service Act“ (DSA), verschafft vor allem Verbrauchern mehr Rechte. Zudem werden große Plattformen wie Google stärker kontrolliert und dürfen beispielsweise keine „Dark Patterns“ verwenden, also Tricks, mit denen Kunden irreführt werden.

**Viele Medienhäuser** haben inzwischen eigene Faktencheck-Redaktionen gegründet, die aktuelle Nachrichten kritisch prüfen, Quellen vergleichen und Falschmeldungen entlarven. Dazu gehören die dpa-Faktencheck-Redaktion, Mimikama oder AFP. In Schulen und Bildungseinrichtungen gibt es neue Angebote, die Medienkompetenz fördern. Schließlich kann jeder selbst gegen Desinformation vorgehen. Insbesondere emotionale und dramatische Nachrichten sollten nicht einfach geteilt und weiterverbreitet werden. Meist reicht es schon, sich ein paar Fragen zu stellen: Welche Person verbreitet die Information? Gibt es eine offizielle und vertrauenswürdige Webseite, die den Inhalt bestätigt? Wird ausgewogen und sachlich informiert oder handelt es sich nur um Behauptungen und Gerüchte? – Wer innehält und sich mit diesen Fragen bewusst auseinandersetzt, ist deutlich besser davor geschützt, auf falsche Informationen hereinzufallen.

**Wer Beleidigung,** Bedrohung oder extremistische Parolen im Netz entdeckt, kann diese „Hate Speech“ auch melden. Meldestellen wie HateAid oder Respect sorgen dann dafür, dass die Plattformbetreiber den Post löschen. Und dann gibt es noch einen neuen, heiteren Zugang: Rund

200 prominente Künstler\*innen und Wissenschaftler\*innen haben kürzlich ein neues Comedy-News-Format gegründet. Täglich präsentiert ein Künstler live in einem Theater eine 15-minütige Nachrichtensendung. Die Sendung mit dem Titel „Fun Facts“ wird in sozialen Medien veröffentlicht. Schauspielerinnen wie Karoline Herfurth, Comedians wie Sarah Bosetti und Autoren wie Marc-Uwe Kling wollen mit der Sendung dazu beitragen, die Fakten dort zu stärken, wo sie es derzeit am schwersten haben: im Internet.

## Fakes erkennen: Testen Sie Ihre Fähigkeiten!

### 1. Newstest

Mit diesem Selbsttest können die eigenen Fähigkeiten im Umgang mit Nachrichten im Internet überprüft werden. Handelt es sich um unabhängige Nachrichten, Werbung, eine Meinung oder Falschnachrichten? Eigene Defizite bei der Nachrichten- und Informationskompetenz können erkannt und verbessert werden.



[www.der-newstest.de](http://www.der-newstest.de)

### 2. Bad News

Von Fake News zum totalen Chaos! Wie böse sind Sie? Bekommen Sie so viele Follower\*innen, wie Sie können! Das Ziel des Spiels ist es, die Taktiken und Manipulationstechniken aufzudecken, die verwendet werden, um Menschen in die Irre zu führen und eine Fangemeinde aufzubauen. Entwickelt wurde das Spiel von Forschern der Universität Cambridge.



[www.getbadnews.com/de](http://www.getbadnews.com/de)

### 3. Desinformation interaktiv

Ein interaktives Spiel lädt dazu ein, sich mit Desinformationen auseinanderzusetzen. Das Deepfake Lab führt auf anschauliche und erschreckende Weise in das Thema Deepfake ein. Im Quiz Doublecheck muss blitzschnell entschieden werden, was wahr ist und was nicht.



[https://deepfakelab.theglassroom.org/index-de\\_DE.html](https://deepfakelab.theglassroom.org/index-de_DE.html)