

SOUVERÄN IM NETZ

Zwölf Empfehlungen, wie wir (nicht nur) junge Menschen gegen digitale Desinformation und Hassrede stärken können



Hintergrund und Ziel

Dr. Johanna Börsch-Supan und Lars Thies, Vodafone Stiftung Deutschland

Keine Generation ist digitaler aufgewachsen und wurde mehr durch die digitalen Möglichkeiten und Herausforderungen geprägt als die Gruppe der Jung- und Erstwähler:innen bei der Bundestagswahl 2021. Ihr Leben findet zu großen Teilen digital statt: Ihre Themen, ihre Diskussionen, ihre favorisierten Medienformate und ihr politisches Engagement sind eng verwoben mit dem digitalen Raum.

Diesen Raum hat die Vodafone Stiftung Deutschland – gemeinsam mit vielen exzellenten Partner:innen aus Wissenschaft und Praxis – in den vergangenen Jahren mit einer Reihe von Studien intensiv vermessen (s. S. 17). Dazu haben wir zwischen 2018 und 2021 zum einen jährlich 14- bis 24-Jährige in Deutschland repräsentativ befragt, zum anderen immer wieder ausgewiesene Expert:innen interviewt. Wir wollten wissen: Wie informiert sich, kommuniziert und engagiert sich Jugend heute in der Demokratie? Welchen Herausforderungen und Gefahren sind Jugendliche im digitalen Umfeld ausgesetzt? Und: Wie kompetent ist diese Generation im Netz wirklich?

Aufbauend auf diesen Studien- und Umfrageergebnissen haben wir den Publizisten und Politikberater Martin Fuchs gebeten, in der vorliegenden Publikation konkrete Handlungsempfehlungen für die neue Bundesregierung zu erarbeiten, die helfen sollen, junge Bürger:innen digital souveräner zu machen. Seine Empfehlungen hat er in drei Handlungsfeldern zusammengefasst:

- 1. Fördert die digitale Diskussionskultur bei Jugendlichen**
- 2. Lasst die Generation Z im Netz nicht allein**
- 3. Bekämpft Desinformation nicht nur im Wahlkampf**

Viele Expert:innen und auch wir sind allerdings davon überzeugt, dass auch gerade ältere Nutzer:innen beim Thema Desinformation stärker in den Blick genommen werden sollten. Digitale Kompetenzbildung muss in allen Altersgruppen ansetzen,¹ um die demokratische Diskussionskultur im digitalen Raum zu stärken und den gesellschaftlichen Zusammenhalt zu sichern.

Wie sehr wir auf ein Miteinander im Digitalen angewiesen sind – um unserer Meinung Gehör zu verschaffen, unserer Arbeit nachzugehen oder unsere Kinder zu bilden –, führt uns die Corona-Pandemie weiterhin täglich vor Augen. Es sind größere Anstrengungen als bisher durch das neue Parlament und die neue Bundesregierung notwendig, alle Bürger:innen in Deutschland digital souverän zu machen. Wir hoffen, den politischen Entscheider:innen mit dieser Publikation hilfreiche Anregungen zu geben.

¹ Vgl. VSD 2021b, S. 15

Handlungsempfehlungen zur Förderung der digitalen Souveränität (nicht nur) der jungen Generation

Von Martin Fuchs

1. Fördert die digitale Diskussionskultur bei Jugendlichen

Junge Menschen sind politisch und wollen sich digital beteiligen, schrecken aber vor der Diskussionskultur im Netz zurück

Auch wenn Jugendlichen seit Generationen vorgeworfen wird, sie seien unpolitisch oder zu wenig politisch aktiv, so stimmte das doch noch nie. Und erst recht nicht in hoch politisierten Zeiten, die zuletzt u. a. geprägt waren von Fridays for Future, Black-Lives-Matter-Demonstrationen und Urheberrechtsreform-Protesten. Allein 64 Prozent der 14- bis 24-Jährigen gaben an, dass es ihnen wichtig sei, mit anderen über politische Themen zu diskutieren.² Diese Diskussionen finden dabei verstärkt digital statt. Jugendliche bewerten die Möglichkeiten des politischen Austausches im Netz und Social Media höher als die Optionen offline: 56 Prozent können sich dort besser austauschen (→ **Abbildung 1**).³

Nichtsdestotrotz hat ein erheblicher Teil der Jugendlichen noch nie online seine politische Meinung geäußert (38 Prozent).⁴ Dies trifft in stärkerem Maße auf sehr junge Befragte (43 Prozent), junge Frauen (41 Prozent) und Jugendliche mit formal niedriger Bildung (45 Prozent) zu. Einer der Gründe hierfür kann die abschreckende Diskussionskultur im Netz sein. Der Altersgruppe der 14- bis 24-Jährigen begegnet Hassrede nämlich überdurchschnittlich häufig. Laut einer Umfrage der Landesmedienanstalt NRW haben 94 Prozent der jungen Menschen schon einmal Hate Speech im Netz erlebt.⁵

² VSD 2020a, S. 11.

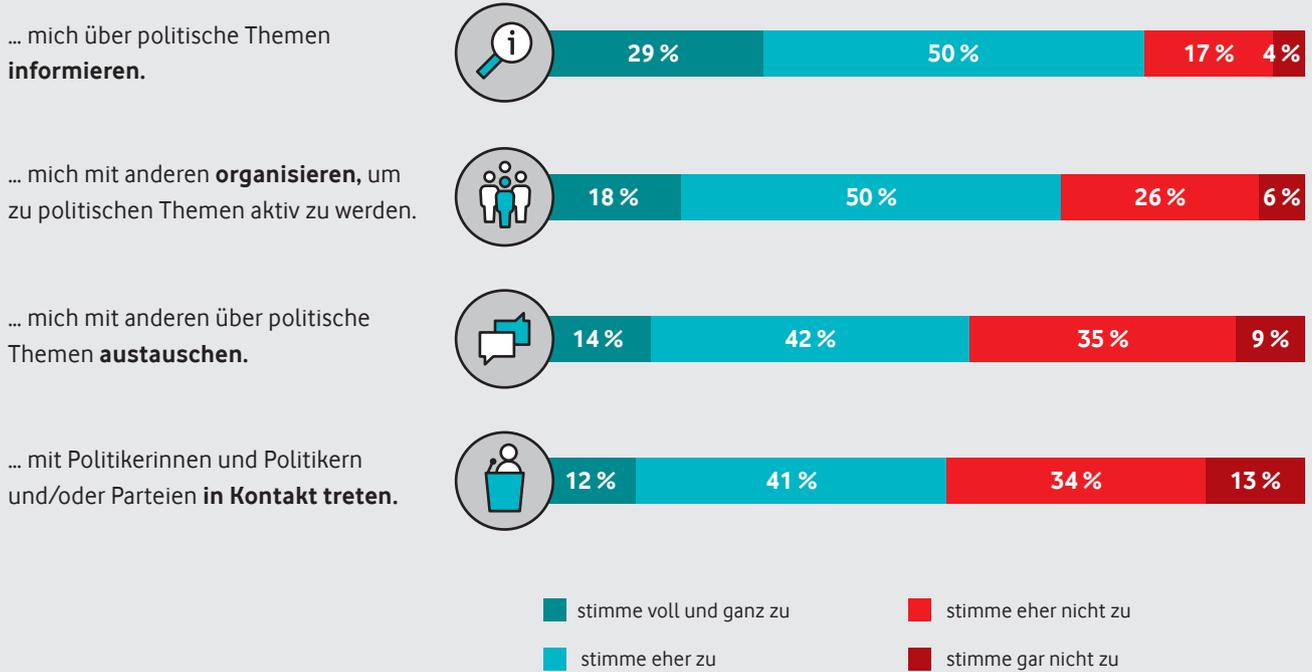
³ VSD 2020a, S. 13.

⁴ VSD 2020a, S. 15.

⁵ Vgl. Landesanstalt für Medien NRW 2020, S. 2.

Abbildung 1: Politische Information und Meinungsäußerung online

„Im Internet und in den sozialen Medien kann ich besser als offline ...“



Grundgesamtheit: deutschsprachige Bevölkerung zwischen 14 und 24 Jahren
Quelle: VSD 2020a

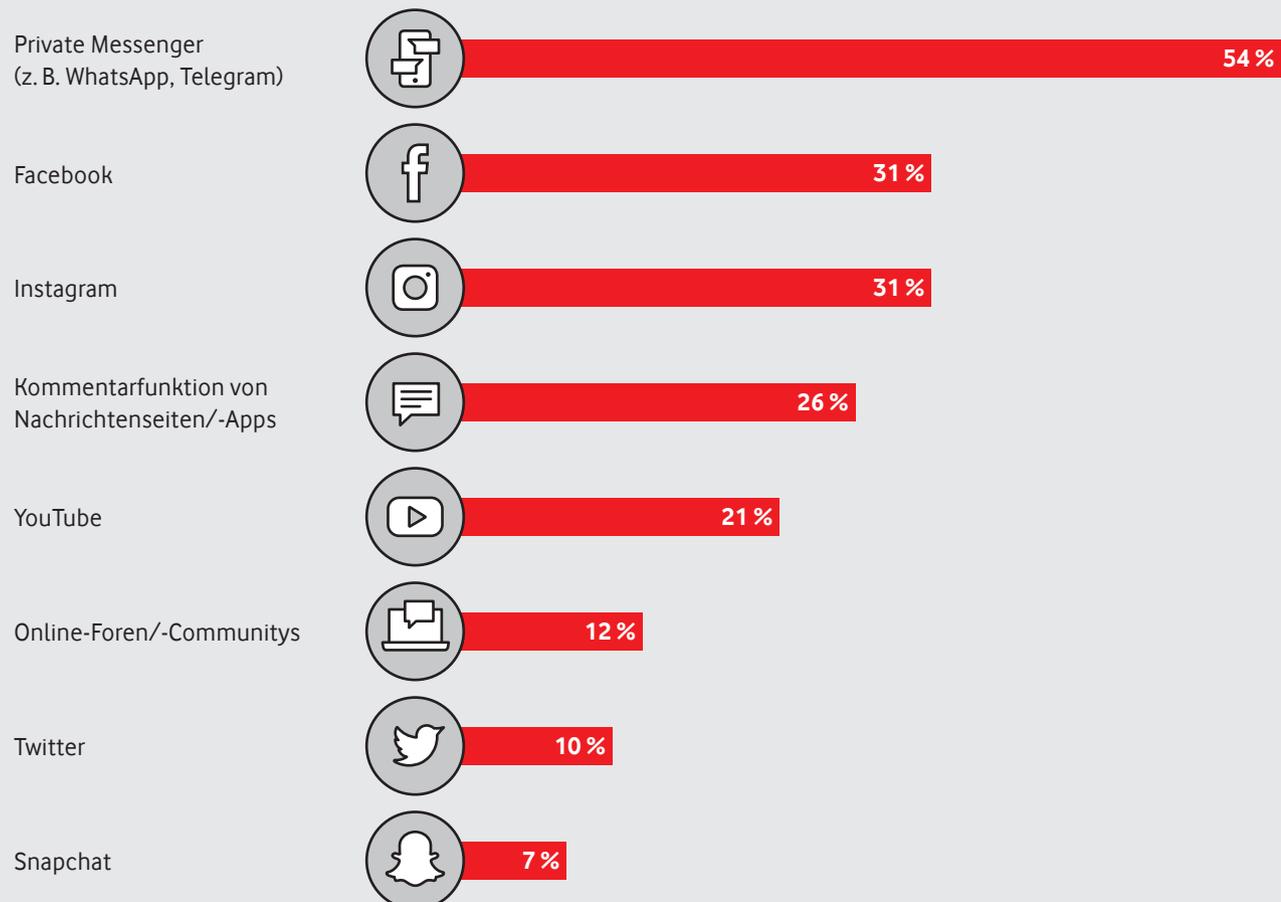
Die Diskussionskultur im Netz und speziell auf den von Jugendlichen am stärksten genutzten Plattformen ist „kaputt“: Auch wenn es immer wieder positive Ausnahmen gibt, wird von vielen Nutzer:innen ein toxisches Diskussionsklima wahrgenommen. Hass und Hetze gehören im Netz zum Alltag, Diskussionen werden bewusst gestört. Damit wird ein demokratischer, inhaltlicher und respektvoller Austausch erschwert und die Meinungsbildung behindert. Nutzer:innen ziehen sich aus dem Diskurs zurück und dieser wird immer stärker von den kleinen, lauten Minderheiten bestimmt, die dadurch immer stärkeren Einfluss auf die veröffentlichte Meinung nehmen.

Die beliebtesten Orte für politische Meinungsäußerungen sind daher auch digitale Räume, die größtenteils nicht öffentlich einsehbar sind. 54 Prozent der Befragten nutzen am häufigsten private Messenger für politische Meinungsäußerungen, gefolgt von Instagram und Facebook (jeweils 31 Prozent) sowie der Kommentarfunktion von Nachrichten-Apps und Webseiten (26 Prozent) (→ **Abbildung 2**).⁶

6 VSD 2020a, S. 18.

Abbildung 2: Genutzte Plattformen für Online-Meinungsäußerungen

„Welche der folgenden Online-Plattformen nutzt du am häufigsten, um dich zu politischen Themen zu äußern/zus diskutieren?“ (Mehrfachnennungen möglich)



Grundgesamtheit: deutschsprachige Bevölkerung zwischen 14 und 24 Jahren
Quelle: VSD 2020a

7 VSD 2021a, S. 14.

8 VSD 2021a, S. 15.

Weniger eindeutig ist das Bild, wenn es um die Diskussion politischer Inhalte geht. 41 Prozent der befragten jungen Menschen würden politische Themen eher in sozialen Medien diskutieren, obwohl die Inhalte dort öffentlicher sind; 29 Prozent der Befragten ziehen hierfür aber den geschützten Raum der Messengerdienste vor.⁷ Geschlossene Chats besitzen allerdings in den Augen vieler Jugendlicher eine höhere Attraktivität, auch das zu sagen, was sie wirklich denken: Drei Viertel der Befragten würden dort eher äußern, was sie wirklich denken, und 68 Prozent würden hier eher jemandem widersprechen, als in den sozialen Medien, wo es von allen gesehen werden kann (→ **Abbildung 3**).⁸

Abbildung 3: Vergleich der Kommunikation in Chats und in sozialen Medien

Frage: „Inwieweit stimmst du folgenden Aussagen über Chats in Messengerdiensten (z. B. WhatsApp, Telegram, iMessage) im Vergleich zu sozialen Medien (z. B. Instagram, Facebook, Twitter, YouTube) zu?“
n = 2.016

In geschlossenen Chats (z. B. WhatsApp-Gruppen) schreibe ich eher, was ich wirklich denke, als in sozialen Medien, die jeder lesen kann



In einem Chat (z. B. WhatsApp-Gruppe) würde ich eher jemandem widersprechen als in sozialen Medien, wo es alle sehen können



■ stimme voll und ganz zu ■ stimme eher nicht zu
■ stimme eher zu ■ stimme gar nicht zu

Grundgesamtheit: 14- bis 24-Jährige in Deutschland, die soziale Medien und Messengerdienste nutzen
Quelle: VSD 2021a

Empfehlungen

→ „Jugend debattiert“ für den digitalen Raum

Diskutieren – insbesondere über politische Themen – will gelernt sein. Dies gilt für den Austausch am Küchentisch und am Wahlkampfstand, aber in besonderem Maße auch für die digitale Auseinandersetzung. In den vergangenen Jahren hat sich eine „Diskussionskultur“ herausgebildet, die diesen Namen nicht wirklich verdient. Viel zu oft geht es um das verbale Niederringen des Gegenübers und das laute Niederschreien anderer Meinungen. Das Tolerieren Andersdenkender und das aktive Zuhören müssen wieder neu erlernt werden – sowohl von Jugendlichen als auch von älteren Diskutant:innen. Um die digitale Diskussionskultur unter jungen Menschen zu fördern, braucht es ein gesellschaftlich breit angelegtes Programm wie z. B. „Jugend debattiert“ für den digitalen Raum, das vor allem den Fokus auf bildungsferne Zielgruppen legen sollte.

→ Bildungsangebote auf den Plattformen schaffen, wo Jugendliche selbst aktiv sind

Die Förderung der Diskussionskultur sollte dort ansetzen, wo Jugendliche ihre Freizeit digital verbringen. Hierfür müssen Politik, Schule, Bildungsträger und Gesellschaft diese digitalen Orte kennen, respektieren und sich die Mühe machen, für diese Orte niedrigschwellige und smarte Informations- und Bildungsangebote zu schaffen. Die Populist:innen und Zerstörer:innen der Diskussionskultur sind längst auf YouTube, TikTok, Snapchat, Reddit, Twitch oder diversen Messengerdiensten. Es ist an der Zeit, dass auch die Verteidiger:innen der offenen, toleranten und demokratischen Gesellschaft dort aktiv werden.

→ Messengerdienste als Ort politischer Bildung ernst nehmen

Private Messengerdienste sind einer der wichtigsten Orte für den politischen Austausch von Jugendlichen, aber auch für die älteren Bevölkerungsgruppen ein immer wichtigeres Informations- und Kommunikationsinstrument. Für diese Dienste braucht es neue Bildungsangebote unter anderem mit dem Schwerpunkt Diskussionskultur, z. B. in Form von aufsuchender Jugendarbeit (digitale Street-Worker:innen), die Probleme dort identifiziert, wo sie auftreten, und ein Ohr für die Betroffenen hat.

→ Messengerdienste smart regulieren

Zudem sollten auch die Politik und die Regulierungsbehörden diese Messengerdienste stärker in den Blick nehmen und auf die veränderten Funktionalitäten und die zunehmende Nutzung als Massenkommunikationsmittel reagieren. Eine kluge und sensible Ausweitung der Social-Media-Regulierung auf die öffentlichen Bereiche der Messengerdienste ist überfällig. Angebote wie Telegram-Kanäle mit Hunderttausenden Empfänger:innen gehören unter das Netzwerkdurchsetzungsgesetz (NetzDG).

2. Lasst die Generation Z im Netz nicht allein

Falschnachrichten, Hassrede und Mobbing gehören für junge Menschen zum digitalen Alltag

Falschnachrichten, Hass und Mobbing gehören leider zum Alltag vieler Jugendlicher. Rund die Hälfte hat allein auf Messengerdiensten damit bereits Erfahrungen gesammelt. 53 Prozent haben dort Mobbing wahrgenommen, 48 Prozent Hassrede und immerhin noch 40 Prozent extremistische Aussagen und Gewaltaufrufe (→ **Abbildung 4**). Junge Frauen und Personen mit formal niedriger Bildung erleben dabei viel häufiger Mobbing als andere demografische Gruppen.⁹ Sie sind zudem auch häufiger selbst Opfer von Beleidigungen, Bedrohungen und Mobbing. Sind es bei allen Jugendlichen 32 Prozent, gaben 42 Prozent der Befragten mit formal niedriger Bildung an, bereits Opfer geworden zu sein, ein Viertel bereits mehrfach.¹⁰ Ein ähnliches Bild ergibt sich beim Thema Belästigung über Messengerdienste. Auch hier sind Männer und Personen mit formal mittlerer und hoher Bildung weniger betroffen.¹¹

⁹ VSD 2021a, S. 19.

¹⁰ VSD 2021a, S. 20.

¹¹ VSD 2021a, S. 21.

Abbildung 4: Wahrnehmung von Mobbing, Hassrede und Extremismus auf Messengerdiensten

Frage: „Was hast du selbst bereits auf Messengerdiensten gesehen?“
n = 2.032



Betroffenheit von Beleidigungen, Bedrohungen oder Mobbing auf Messengerdiensten

Frage: „Hat dich selbst schon mal jemand über Messengerdienste beleidigt, bedroht oder gemobbt?“
n = 2.032



Grundgesamtheit: 14- bis 24-Jährige in Deutschland, die Messengerdienste nutzen
Quelle: VSD 2021a

Viele Jugendliche fühlen sich grundsätzlich sicher im Umgang mit sozialen Medien. Sobald sie aber selbst Opfer werden, nimmt die Sicherheit ab. So fühlen sich 29 Prozent hilflos, wenn jemand etwas Falsches oder Beleidigendes über sie online postet (→ **Abbildung 5**).

Jugendliche brauchen natürlich auch digitale Freiräume und Orte, an denen sie sich unabhängig von Eltern, Lehrer:innen und staatlicher Fürsorge ungestört entfalten können. Dazu gehört sicherlich auch, dass sie negative Erfahrungen sammeln und diese im Prozess der eigenen Medienkompetenzbildung reflektieren. Hierfür braucht es aber professionelle Unterstützung, die dann verfügbar ist, wenn sie benötigt wird. Dies gilt sowohl für die Prävention als auch für die konkrete Verfolgung von Straftaten und das Engagement der Plattformen, auf denen Jugendliche zu Opfern werden.

Abbildung 5: Sicherheit im Umgang mit Anfeindungen online

Frage: „Inwiefern stimmen Sie den folgenden Aussagen in Bezug auf Ihre Nutzung von sozialen Medien zu?“
n = 618

Wenn jemand etwas Falsches oder Beleidigendes über mich in sozialen Medien postet, weiß ich nicht, wie ich reagieren soll.



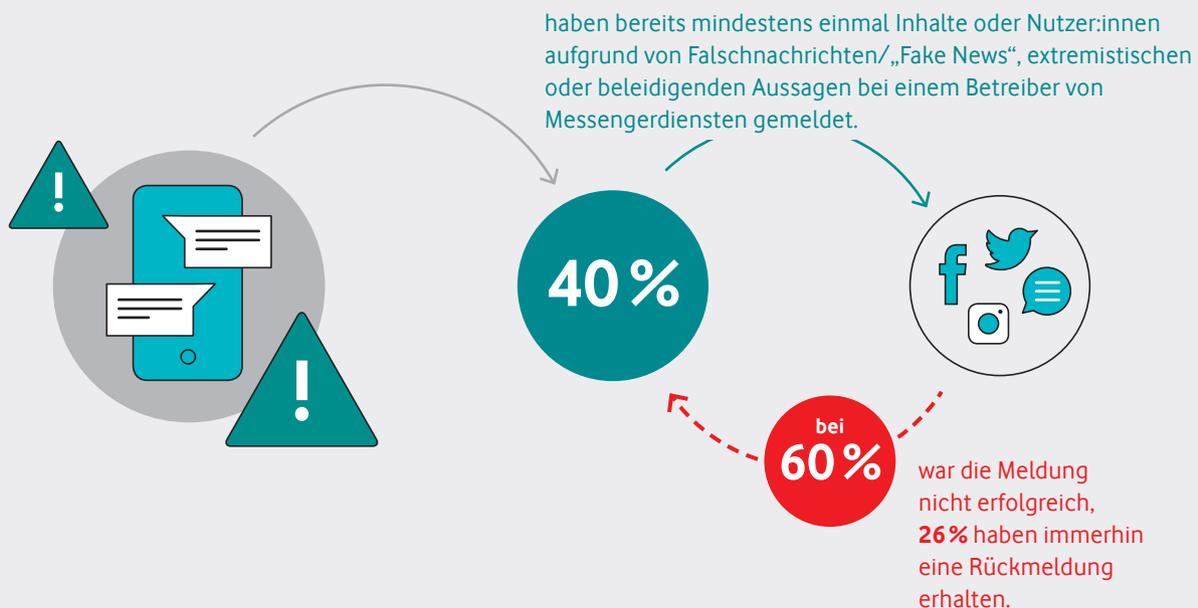
■ stimme voll und ganz zu ■ stimme eher nicht zu ■ weiß nicht/keine Angabe
■ stimme eher zu ■ stimme gar nicht zu

Von den Plattformbetreibern und der Politik wird erwartet, dass betroffene Bürger:innen gegen negative Vorkommnisse auch selbst aktiv werden und schädliche, verletzende und strafbare Handlungen bei den Unternehmen melden. 40 Prozent der Jugendlichen haben dies nach eigenen Angaben in der Vergangenheit bei Falschnachrichten, extremistischen und beleidigenden Aussagen in Messengerdiensten bereits getan. Und wurden dann enttäuscht: In 60 Prozent der Fälle war die Meldung nicht erfolgreich (→ **Abbildung 6**). Im öffentlichen Bereich von Social Media gaben sogar 51 Prozent der jungen Nutzer:innen an, bereits mindestens einmal die Meldefunktion der Plattformen bei Hasskommentaren genutzt zu haben. In rund der Hälfte der Fälle hatte die Beschwerde keinen Erfolg bzw. die Rückmeldung wurde zeitlich sehr stark verzögert bearbeitet.¹²

¹² VSD 2018, S. 31.

Abbildung 6: Meldungen von Inhalten oder Nutzer:innen bei den Betreibern von Messengerdiensten

Fragen: „Hast du schon einmal Inhalte oder Nutzer aufgrund von Falschnachrichten/„Fake News“, extremistischen oder beleidigenden Aussagen bei einem Betreiber von Messengerdiensten gemeldet? + War deine Meldung erfolgreich? Wenn du mehrmals Inhalte oder Nutzer gemeldet hast, denke an deine letzte Meldung.“
n = 2.032



Empfehlungen

→ Lebensrealität Jugendlicher muss Basis für Medienkompetenz-Bildung sein

Die Medienbildung junger Nutzer:innen muss viel stärker an der Lebensrealität der Generation andocken. Es müssen sowohl die Bildungsformate und -kanäle zielgruppengerechter gewählt werden als auch die inhaltliche Aufbereitung wesentlich niedrigschwelliger erfolgen. Die Aufklärung über die Gefahr von Falschinformationen sollte nicht an vergleichsweise entfernten Beispielen wie der Demokratie zersetzenden Wirkung im US-Wahlkampf erklärt werden, sondern an sehr konkreten, im hiesigen Raum beobachtbaren Beispielen wie Infos über vermeintlich kostenlose iPhones, die Nutzer:innen teilen und so andere in Abfallen locken, aus denen diese nur mit Aufwand, Kosten und Ärger wieder herauskommen. Diese täglichen Erfahrungen der jungen Erwachsenen müssen fester Bestandteil der Digital-Literacy-Bildung werden, um so das Gefahrenpotenzial für das eigene Leben direkt sichtbar und erfahrbar zu machen.

→ Ausbau von Anlauf- und Beratungsstellen für Opfer digitaler Verbrechen

Sowohl die Plattformen selbst als auch die engagierte Zivilgesellschaft und staatliche Institutionen sollten breitere (analoge) Unterstützungsangebote und Anlaufstellen für Opfer von Mobbing, digitalem Hass, Doxing und Desinformationen schaffen. Dies gilt insbesondere für lokale und regionale Beratungsangebote, die nicht ausschließlich auf Großstädte und Ballungsgebiete fokussieren sollten. Als Zielgruppe müssen bildungsferne Gruppen viel stärker in den Blick genommen werden und für diese muss eine adäquate Ansprache gefunden werden.

→ Ausbau von Internet-Schwerpunkt-Staatsanwaltschaften bundesweit

Die Strafverfolgung von Hass, Hetze und digitaler Gewalt im digitalen Raum muss weiter ausgebaut werden. Erste gute Ansätze mit spezialisierten Staatsanwaltschaften und digital kompetenten Ermittler:innen sind bereits vorhanden, sollten aber zeitnah bundesweit ausgeweitet werden. Die auch durch das NetzDG erzeugte Menge von neuen Strafverfahren und die erhöhte gesellschaftliche Sensibilität für das Thema muss sich auch in der juristischen Bearbeitung niederschlagen. Angestoßene Verfahren sollten schnellstmöglich zum Abschluss kommen, um die unmittelbare Wirkung strafbarer Handlungen im digitalen Raum spürbar zu machen.

→ Verbesserung der Meldesysteme auf den Plattformen und Etablierung unabhängiger Schiedsstellen

Die Plattformen müssen schneller und besser auf Meldungen von Nutzer:innen reagieren und ein transparentes, zeitnahes und nachvollziehbares Feedback zu Entscheidungen und Bearbeitungsstand der Meldungen geben. Hierfür müssen die Plattformen ihre digitalen Meldesysteme weiter ausbauen, mehr Personal für Moderation, Sichtung und Nachverfolgung vorhalten und das Feedback-Management der Meldungen verbessern. Empfohlen wird die Gründung und Etablierung von Staat und Plattformen unabhängigen Schiedsstellen, die die Moderationspraxis evaluieren und nationale Standards für Löschungen, Shadow banning und Deplatforming erarbeiten. Durch diese kontinuierliche externe Evaluation der Plattformen können gesellschaftsrelevante Entscheidungen möglichst plattformunabhängig und grundsätzlich geklärt werden.

3. Bekämpft Desinformation nicht nur im Wahlkampf

Junge Menschen brauchen mehr Unterstützung im Umgang mit Falschnachrichten

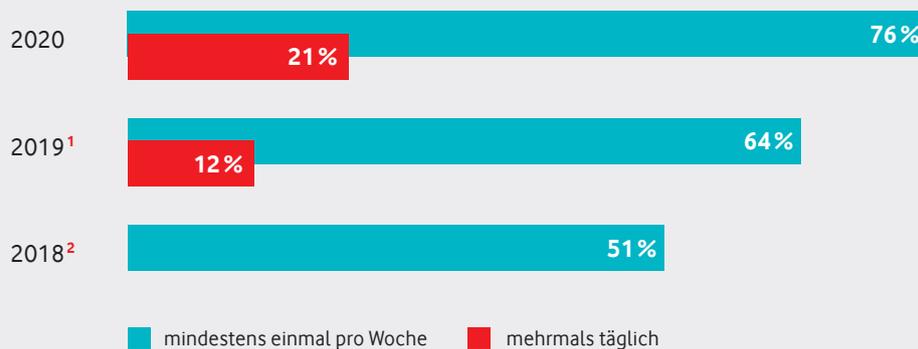
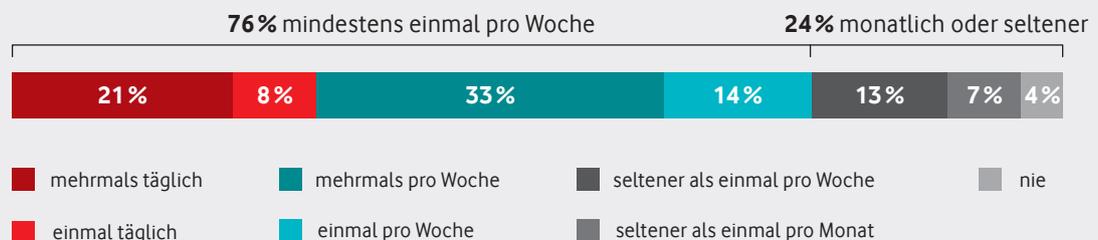
Gezielt eingesetzte Desinformation gehört zu Wahlkämpfen wie Wahlplakate und Kanzlerkandidat:innen. Desinformation gibt es nicht erst, seit es Social Media gibt, sondern schon lange vor dem Internet. Mit der Etablierung digitaler Intermediäre hat sich aber die Produktion, Verbreitung und auch Wirkmächtigkeit von Desinformation massiv beschleunigt und ausgeweitet. Durch digitale Kampagnen sind nun viel mehr Falschinformationen sichtbar und wohl auch im Umlauf.

Die große Mehrheit (76 Prozent) der 14- bis 24-Jährigen in Deutschland sieht mindestens einmal pro Woche Falschnachrichten online oder in sozialen Medien. Das sind 50 Prozent mehr als noch zwei Jahre zuvor. Zudem hat sich die Zahl derjenigen, die mehrmals täglich auf Falschnachrichten stoßen, in diesem Zeitraum fast verdoppelt (→ **Abbildung 7**). Die Corona-Pandemie war dabei ein wesentlicher Treiber von wahrgenommenen Falschnachrichten: 73 Prozent der befragten Jugendlichen gaben an, dass sie seit dem Start der Pandemie mehr Falschnachrichten gesehen haben.¹³

13 VSD 2020b, S. 6.

Abbildung 7: Kontakthäufigkeit mit Falschnachrichten

Frage: „Nachrichten oder Informationen, die die Realität falsch darstellen oder eindeutig falsch sind, werden Falschnachrichten/„Fake News“ genannt. Wie oft ungefähr stößt du im Internet, in sozialen Medien oder Messengerdiensten auf Nachrichten oder Beiträge, von denen du das Gefühl hast, dass sie die Realität falsch darstellen oder eindeutig falsch sind?“
n = 2.064



Grundgesamtheit: deutschsprachige Bevölkerung im Alter von 14 bis 24 Jahren in Deutschland

¹ Vgl. Vodafone Stiftung (2019): Alles auf dem Schirm? www.vodafone-stiftung.de/alles-auf-dem-schirm.

² Vgl. Vodafone Stiftung (2018): Engagiert aber allein. www.vodafone-stiftung.de/engagiert-aber-allein.

Quelle: VSD 2020b

14 VSD 2021a, S. 16.

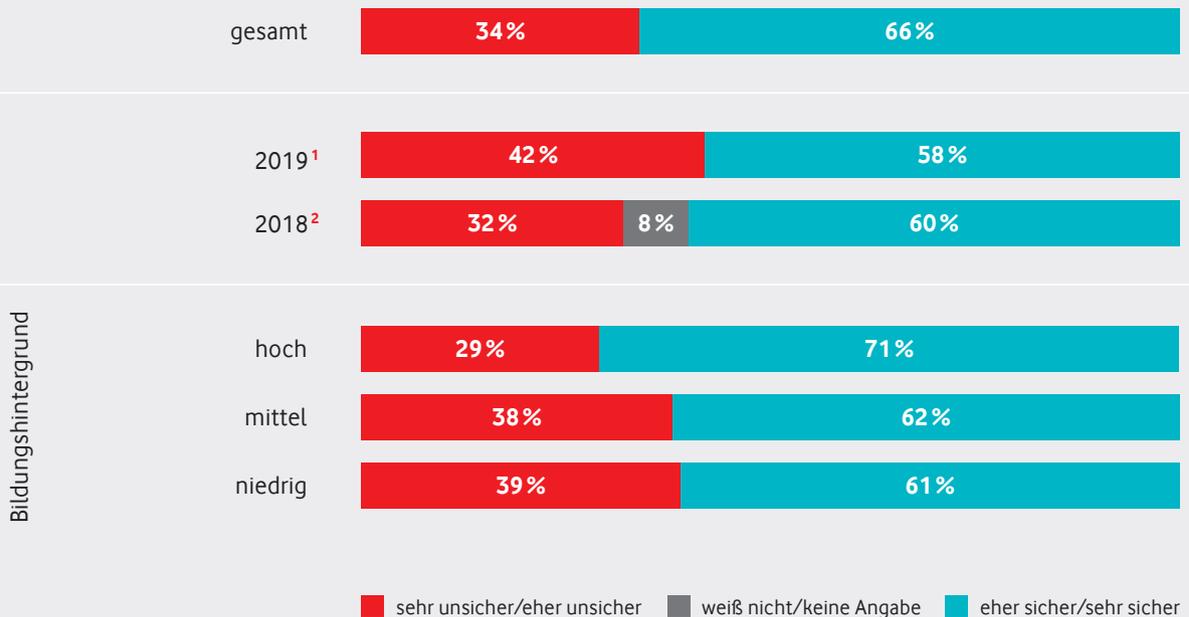
Darüber hinaus haben 61 Prozent der Befragten bereits Falschnachrichten über Messengerdienste zugesendet bekommen.¹⁴ Die Quellen der dort verbreiteten Falschnachrichten sind zu einem großen Teil der eigene Bekanntenkreis aus Schule, Ausbildung und Studium (50 Prozent) sowie Freizeit (25 Prozent), Freund:innen (37 Prozent) und Verwandte (27 Prozent). Aber auch Influencer:innen/Prominente (14 Prozent) und fremde Personen (40 Prozent) sind nicht unwichtige Verbreiter:innen in Chatgruppen, in denen die Jugendlichen aktiv sind.¹⁵

15 VSD 2021a, S. 18.

Dabei wächst mit der stärkeren Verbreitung von Falschnachrichten die Kompetenz im Umgang mit Desinformation nur langsam. Zwei Drittel (66 Prozent) der Jugendlichen und jungen Erwachsenen fühlen sich sicher darin, Falschnachrichten als solche zu erkennen – etwas mehr als in den vergangenen beiden Jahren. Immerhin ein Drittel (34 Prozent) der jungen Menschen – unter denen mit formal mittlerem und niedrigem Bildungshintergrund fast 40 Prozent – traut sich aber nach wie vor nicht zu, die Glaubwürdigkeit von Nachrichten gut einzuschätzen (→ **Abbildung 8**).

Abbildung 8: Sicherheit beim Erkennen von Falschnachrichten

Frage: „Wie sicher oder unsicher bist du, dass du Falschnachrichten/„Fake News“ erkennst?“
n = 2.064



Grundgesamtheit: deutschsprachige Bevölkerung im Alter von 14 bis 24 Jahren in Deutschland

¹ Vgl. Vodafone Stiftung (2019): Alles auf dem Schirm? www.vodafone-stiftung.de/alles-auf-dem-schirm.

² Vgl. Vodafone Stiftung (2018): Engagiert aber allein. www.vodafone-stiftung.de/engagiert-aber-allein.

Quelle: VSD 2020b

Die Kompetenzlücke ist vielen Jugendlichen bewusst: Sie fühlen sich unsicher und wünschen sich daher bessere und vertiefte Angebote, um die immer ausgefeilteren sowohl technischen als auch psychologischen Methoden und Formen von Desinformation erkennen und Gegenstrategien entwickeln zu können.

Es fehlt allerdings bisher an schulischen Angeboten. 70 Prozent der Schüler:innen gaben an, dass das Thema Desinformation nicht im Unterricht behandelt wird. Problematisch dabei ist, dass bei jungen Menschen mit formal niedrigerem Bildungshintergrund das Thema seltener im Unterricht vorkommt als bei denen mit hohem Bildungshintergrund (→ **Abbildung 9**). Damit erhalten gerade diejenigen, die die größte Unsicherheit im Umgang mit Falschnachrichten zeigen, am wenigsten Unterstützung. Der Wunsch, dies zu ändern, ist groß. Allein 85 Prozent der Befragten 14- bis 24-Jährigen wünschten sich, dass das Thema Falschnachrichten/Fake News Pflichtstoff in der Schule werden sollte, gut drei Viertel plädieren dabei für einen interdisziplinären Ansatz und für die fächerübergreifende Beschäftigung mit der Thematik im Unterricht (→ **Abbildung 10**).

Abbildung 9: Falschnachrichten als Thema in der Schule

Frage: „Wurde das Thema Falschnachrichten/„Fake News“ und der Umgang damit bei dir in der Schule behandelt?“
n = 2.064

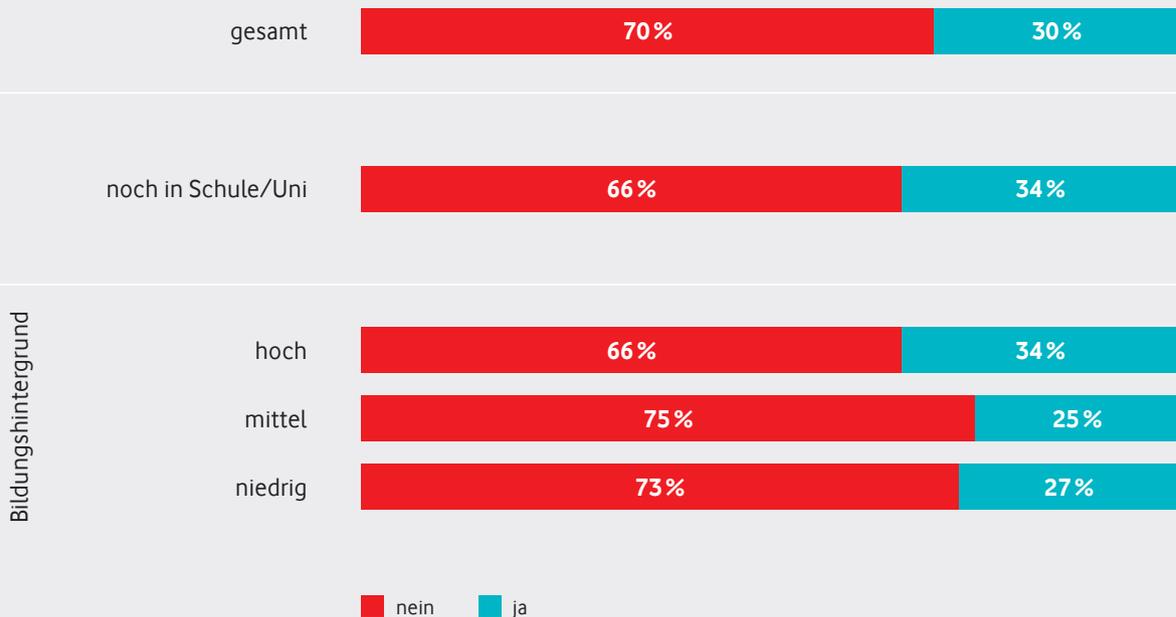


Abbildung 10: Falschnachrichten als Pflichtstoff in der Schule

Frage: „Inwieweit stimmst du folgenden Aussagen darüber zu, wie das Thema Falschnachrichten/„Fake News“ in der Schule behandelt werden sollte?“
Antwortmöglichkeiten „stimme eher zu“ und „stimme voll und ganz zu“ zusammengefasst.
n=2.064

Das Thema sollte verpflichtender Inhalt in einem bestimmten Fach sein (z. B. Politik, Gesellschafts- oder Sozialkunde).



85%

Das Thema sollte verpflichtend in verschiedenen Fächern behandelt werden (z. B. Deutsch, Geschichte, Politik, Informatik, Mathematik).



74%

Empfehlungen

→ Thema Desinformation gehört in den Schulunterricht – fächerübergreifend

Das Thema Desinformation muss als pädagogisches Querschnittsthema begriffen werden und die Beschäftigung fächerübergreifend in allen Schulformen massiv ausgebaut werden. Hierzu sollten die Curricula insbesondere von Haupt-, Real-, Förder- und Berufsschulen spezifiziert und quantitativ ausgebaut werden, z. B. in den Fächern Deutsch, Gesellschaftskunde, Geschichte, Biologie und Informatik. Schüler:innen sollten sich nicht nur außerschulisch mit dem Thema beschäftigen. Der Umgang mit Falschnachrichten und Hass-Kommentaren sollte auch im Unterricht reflektiert und erlernt werden.

→ Digitalkompetenz von Lehrkräften kontinuierlich stärken – auch mithilfe von Schüler:innen

Um Schüler:innen möglichst umfassend und kompetent zu bilden, müssen selbstverständlich auch die Lehrenden gut ausgebildet sein. Bereits im Studium/Referendariat und später in Form von verpflichtenden Weiterbildungen müssen Pädagog:innen noch stärker Digitalkompetenz aufbauen. Neue Phänomene im digitalen Raum sollten fester Bestandteil von Weiterbildungen sein. Hier bietet sich an, dass die Rollen zwischen Lehrenden und Schüler:innen getauscht werden. Als Referent:innen könnte die Generation Z viel stärker aktiv einbezogen werden: Sie besitzt in vielen digitalen Themen den größeren Erfahrungsschatz und bringt praktisches Know-how mit, das Pädagog:innen oftmals fehlt.

→ Gründung einer Bundeszentrale für digitale Bildung

Im außerschulischen Bereich gibt es bereits NGOs, Projekte staatlicher Institutionen und anderer Träger, die sich dem Thema Desinformation aus verschiedenen Perspektiven und mit diversen Ansätzen engagiert widmen. Diese Angebote sollten weiter ausgebaut und gestärkt werden, erfolgreiche Projekte auf andere Bundesländer systematischer übertragen und Akteur:innen besser vernetzt werden. Um diesen Prozess zu koordinieren, um zeitgemäße Bildungskonzepte für alle Altersgruppen zu entwickeln und um dem Thema eine größere Sichtbarkeit zu verschaffen, sollte eine „Bundeszentrale für digitale Bildung“ geschaffen werden. Diese hätte neben der Aufklärung über Desinformation weitere Aufgaben und könnte das Thema digitale Bildung insgesamt strategisch weiterentwickeln. Ein erster Ansatz der Bundesregierung, eine solche „Bundeszentrale für digitale Aufklärung“ zu schaffen, ist bisher an mangelnden Ressourcen und fehlender politischer Unterstützung im Sande verlaufen. Die neue Bundesregierung sollte die Idee der Bundeszentrale für digitale Bildung im Koalitionsvertrag als Leuchtturmprojekt festschreiben. Die Kooperation und enge Zusammenarbeit mit etablierten Strukturen der politischen Bildung wie der Bundeszentrale für politische Bildung (BpB) ist dabei empfehlenswert.

→ Digital Literacy für die Generation 40+ ausbauen

Die Erfahrungen bei der Medienkompetenzbildung junger Menschen sollten schnellstmöglich auch in der Breite für ältere Bevölkerungsgruppen fruchtbar gemacht werden. Wie Studien zeigen, sind ältere Menschen deutlich gefährdeter als junge Menschen, Opfer von Desinformationskampagnen zu werden. Der Blick beim Thema Aufklärung sollte sich daher viel stärker weiten und bisher weniger adressierte Zielgruppen 40+ in den Blick nehmen – für die das Internet auch heute oft noch Neuland ist.

Literatur

Landesanstalt für Medien NRW (2020): forsa-Befragung zu: Hate Speech 2020.
https://www.medienanstalt-nrw.de/fileadmin/user_upload/NeueWebsite_0120/Themen/Hass/forsa_LFMNRW_Hassrede2020_Ergebnisbericht.pdf

Vodafone Stiftung Deutschland, VSD (2018): Engagiert aber allein
<https://www.vodafone-stiftung.de/engagiert-aber-allein/>

Vodafone Stiftung Deutschland, VSD (2019): Alles auf dem Schirm?
<https://www.vodafone-stiftung.de/alles-auf-dem-schirm/>

Vodafone Stiftung Deutschland, VSD (2020a): Jugend will bewegen.
<https://www.vodafone-stiftung.de/jugend-will-bewegen/>

Vodafone Stiftung Deutschland, VSD (2020b): Die Jugend in der Infodemie
<https://www.vodafone-stiftung.de/die-jugend-in-der-infodemie/>

Vodafone Stiftung Deutschland, VSD (2021a): Generation Messenger.
<https://www.vodafone-stiftung.de/generation-messenger/>

Vodafone Stiftung Deutschland, VSD (2021b): Desinformation in Deutschland.
<https://www.vodafone-stiftung.de/expertenbefragung-desinformation-wahl-gesellschaft/>

Über den Autor

Martin Fuchs ist Politikberater, Publizist und Speaker. Er berät Regierungen, Parlamente, Parteien und Verwaltungen in digitaler Kommunikation. Als Dozent für digitale Kommunikation und Politik ist er an verschiedenen Hochschulen tätig. Seine Kolumnen erscheinen aktuell in den Magazinen „politik & kommunikation“ und „STRIVE“. Aktuell sind die Bücher „Demokratieverstärker“ und „Parlamentarische Demokratie heute und morgen“ erschienen, an denen er als Mitautor beteiligt ist.

Weitere Informationen unter: <https://martin-fuchs.org>

Impressum

Über die Vodafone Stiftung Deutschland

Die digitale Welt aktiv zu gestalten, erfordert neue Kompetenzen. Wir müssen neue Technologien verstehen, Veränderungen kritisch hinterfragen und gemeinsam kreative Lösungen für die Herausforderungen des 21. Jahrhunderts schaffen. Deshalb denkt die Vodafone Stiftung Bildung für die digitale Gesellschaft neu. Gemeinsam mit Vorreiter:innen aus Politik, Wissenschaft und Zivilgesellschaft forschen wir, engagieren uns in gesellschaftspolitischen Debatten und entwickeln innovative Bildungsangebote.

www.vodafone-stiftung.de

Herausgeber

Vodafone Stiftung Deutschland gGmbH
Ferdinand-Braun-Platz 1
40549 Düsseldorf
info@vodafone-stiftung.de
www.vodafone-stiftung.de
Verantwortlich: Inger Paus

Projektleitung

Dr. Johanna Börsch-Supan, Lars Thies

Lektorat

Katja Lange, richtiggut.com

Gestaltung

fountain studio, Düsseldorf

Titelbild

IMAGO / fStop Images



Vodafone
Stiftung
Deutschland
