



Medienkompetenz und die Stärkung der Nutzer

IRIS

Eine Publikation
der Europäischen Audiovisuellen Informationsstelle



IRIS

Medienkompetenz und die Stärkung der Nutzer

Europäische Audiovisuelle Informationsstelle, Straßburg, 2024

ISSN 2079-1089

Verlagsleitung – Susanne Nikoltchev, Geschäftsführende Direktorin

Redaktionelle Betreuung – Maja Cappello, Leiterin der Abteilung für juristische Informationen

Redaktionelles Team – Eric Munch, Justine Radel-Cormann, Sophie Valais

Europäische Audiovisuelle Informationsstelle

Verfasserin

Amélie Lacourt

Korrektur

Barbara Grokenberger, Aurélie Courtinat, Anthony Mills

Übersetzung

Stefan Pooth, Marco Polo Sarl

Verlagsassistentz – Sabine Bouajaja

Presse und PR – Alison Hindhaugh, alison.hindhaugh@coe.int

Europäische Audiovisuelle Informationsstelle

Herausgeber

Europäische Audiovisuelle Informationsstelle

76, allée de la Robertsau, 67000 Straßburg, Frankreich

Tel.: +33 (0)3 90 21 60 00

Fax: +33 (0)3 90 21 60 19

iris.obs@coe.int

www.obs.coe.int

Titellayout – ALTRAN, Frankreich

Bitte zitieren Sie diese Publikation wie folgt:

Lacourt, A., *Medienkompetenz und die Stärkung der Nutzer*, IRIS, European Audiovisual Observatory, Strasbourg, Juni 2024

© Europäische Audiovisuelle Informationsstelle (Europarat), Straßburg, 2024

Die in diesem Bericht enthaltenen Aussagen geben die Meinung der Verfasser wieder und stellen nicht unbedingt die Meinung der Europäischen Audiovisuellen Informationsstelle, ihrer Mitglieder oder des Europarats dar.

Medienkompetenz und die Stärkung der Nutzer

Amélie Lacourt

Vorwort

Wenn Sie Ihr Telefon entsperren und wahllos eine Social-Media-App öffnen oder einen 24-Stunden-Nachrichtensender einschalten würden, was würden Sie sehen und wie würden Sie Ihren Medienkonsum in den ersten 30 Sekunden, nach einer Minute, fünf Minuten, 15 Minuten beschreiben?

Haben Sie noch nie gedankenlos durch Posts auf Instagram, Facebook oder TikTok gescrollt oder blindlings Informationen aus dem Fernsehen aufgesogen? Selbst für Medienexperten wird es immer leichter, in der Flut von Inhalten und Informationen zu ertrinken, von dem, was wir sehen und hören, überwältigt zu werden, ohne kritische Analyse oder Unterscheidung zwischen sachlichen Inhalten und reißerischem Clickbait.

In einer Zeit, in der die automatische Generierung von Inhalten und die Verbreitung von Desinformationen ein dringendes Problem darstellen, ist dies eine immer größere Herausforderung. Während die Gewährleistung korrekter Medieninhalte traditionell in der Verantwortung von Medienanbietern, Journalisten oder Faktenprüfern lag, hat sich der Schwerpunkt in letzter Zeit auf die Befähigung der Nutzer selbst verlagert. Wie robust die Mechanismen auch sein mögen, die zur Bekämpfung von Desinformation eingesetzt werden, die Verantwortung für die Förderung einer umfassend informierten, widerstandsfähigen und aktiv engagierten Bürgerschaft liegt letztendlich bei den Nutzern. In jüngster Zeit haben Funktionen wie die „Community Notes“ von X es den Nutzern ermöglicht, gemeinsam Kontext oder Informationen zu Beiträgen hinzuzufügen, die sie für unvollständig oder irreführend halten. Dieser Ansatz wirft jedoch auch Fragen über die Richtigkeit der von den Nutzern beigetragenen Inhalte auf.

Es ist daher von entscheidender Bedeutung, dass jeder Einzelne mit den richtigen Fähigkeiten ausgestattet ist, um die neuen Herausforderungen, die vor uns liegen, zu meistern. Und dies gilt nicht nur für Minderjährige, die seit Jahren im Mittelpunkt der Aufmerksamkeit stehen. Es ist in der Tat ebenso wichtig, dass Erwachsene und ältere Nutzer mit den wesentlichen Medienkompetenzen, insbesondere dem kritischen Denken, ausgestattet werden.

Nachdem in Kapitel 2 untersucht wurde, wie auf supranationaler Ebene mit Medienkompetenz umgegangen wird, befasst sich Kapitel 3 dieses Berichts mit der nationalen Perspektive. Hier geht es um die Verpflichtungen in ausgewählten europäischen Ländern zur Durchführung, Unterstützung oder Förderung von Initiativen zur Stärkung der Medienkompetenz und der Nutzer. In diesem Kapitel werden verschiedene nationale Strategien vorgestellt, bei denen es darum geht, Nutzern spezielle Medienkompetenzen zu vermitteln, sowie Finanzierungsmechanismen, die auf konkrete Medienkompetenzbedürfnisse oder Zielgruppen zugeschnitten sind. Darüber hinaus wird in Kapitel 4 auf mögliche Verpflichtungen im Zusammenhang mit Evaluierungsverfahren eingegangen, die in den letzten Jahren zunehmend an Bedeutung gewonnen haben. Es ist wichtig geworden, den Bedarf und die zu seiner Deckung geplanten Maßnahmen zu bewerten und festzustellen, ob die durchgeführten Projekte das betreffende Problem wirksam angegangen sind. Kapitel 5 befasst sich mit der praktischen Umsetzung von Medienkompetenzinitiativen, die die Fähigkeit zu kritischem Denken fördern sollen.

Besonderes Augenmerk wird dabei auf Maßnahmen gelegt, die sich an Minderjährige, Erwachsene und ältere Menschen richten. Darüber hinaus befasst sich dieses Kapitel mit der neuen Herausforderung der Ausbildung von Erziehern. Es wird auch das Konzept der „eingebauten Medienkompetenz“ („Media Literacy by Design“) untersucht. Kapitel 6 befasst sich dann mit den neuen Herausforderungen und Möglichkeiten, die sich aus der raschen Entwicklung der künstlichen Intelligenz (KI) ergeben. In diesem Kapitel wird die Notwendigkeit der Entwicklung einer neuen Reihe von Kompetenzen untersucht.

Viel Vergnügen beim Lesen!

Straßburg, Juni 2024

Maja Cappello

IRIS-Koordinatorin

Leiterin der Abteilung für Rechtsinformation

Europäische Audiovisuelle Informationsstelle

Inhaltsverzeichnis

Zusammenfassung	1
1. Überblick.....	4
2. Medienkompetenz auf supranationaler Ebene.....	7
2.1. Rückblick auf den Rechtsrahmen der Europäischen Union.....	7
2.2. Ansätze anderer Akteure	9
2.2.1. Europarat.....	9
2.2.2. OSZE.....	11
2.2.3. UNESCO	13
2.2.4. EPRA.....	14
2.2.5. EDMO.....	15
3. Nationale Perspektive	17
3.1. Nationale Rechtsrahmen für Medienkompetenz und die Stärkung der Nutzer	18
3.1.1. Finnland.....	18
3.1.2. Irland.....	19
3.1.3. Luxemburg.....	20
3.1.4. Nordmazedonien	22
3.2. Finanzierungsprogramme	23
3.2.1. Kroatien	23
3.2.2. Finnland.....	24
3.2.3. Deutschland	25
3.2.4. Schweden.....	25
3.3. Förderung der Medienkompetenz.....	25
3.3.1. Verpflichtungen nationaler Regulierungsbehörden.....	26
3.3.2. Verpflichtungen von Medienkompetenzstellen.....	27
3.3.3. Verpflichtungen für VSPs	28
3.3.4. Zusammenarbeit zwischen den Akteuren der Medienlandschaft	29
4. Die Bedeutung der Evaluierung.....	31
4.1. Anforderungen nach nationalem Recht.....	32
4.2. Praktische Umsetzung.....	33

5. Stärkung der Fähigkeit der schwächsten Nutzer zum kritischen Denken..... 36

5.1. Fähigkeit zu kritischem Denken	37
5.2. Stärkung von Minderjährigen.....	38
5.2.1. Förderung von kritischem Denken in formalen Bildungssystemen.....	39
5.2.2. Förderung von kritischem Denken in der non-formalen Bildung	40
5.3. Stärkung älterer Menschen	42
5.3.1. Tschechien.....	43
5.3.2. Spanien	44
5.3.3. Kooperation zwischen Irland, Italien, Nordmazedonien und der Slowakei	45
5.4. Eine neue Herausforderung: die Ausbildung von Lehrkräften	46
5.4.1. Flandern.....	47
5.4.2. Georgien	47
5.4.3. Irland.....	48
5.5. Der nächste Schritt: eingebaute Medienkompetenz	49

6. Ein neuer Schwerpunkt: KI- und Algorithmenkompetenz..... 51

6.1. Welche Risiken gehen von digitalen Medien, Algorithmen und KI aus?.....	51
6.2. Wie lassen sich die Risiken bewältigen?	53
6.3. Ein neuer Kreis von Kompetenzen?	54
6.4. Initiativen zur Stärkung der Nutzer mit kritischem Denken für digitale Medien, Algorithmen und KI	56
6.4.1. Belgien und Südkorea	56
6.4.2. Kanada	57
6.4.3. Vereinigtes Königreich.....	58

7. Fazit..... 60

Abbildungen

Abbildung 1.	OSZE-Initiativen im Kosovo.....	12
Abbildung 2.	<i>Medienkompass</i> , Rahmens für Bildung über und durch Medien	21
Abbildung 3.	Kompetenzen des Konzepts für Medienkompetenz in Nordmazedonien	22
Abbildung 4.	Maßnahmen zur Förderung der Medienkompetenz.....	26
Abbildung 5.	Medienkompetenzmodell.....	34
Abbildung 6.	Zoom auf das Medienkompetenzmodell	34
Abbildung 7.	Beispiele für Eingriffe auf Plattformen.....	49
Abbildung 8.	Dimensionen und Unterkategorien von Algorithmenkompetenz	55

Zusammenfassung

Medienkompetenz ist seit vielen Jahren ein aktuelles Thema, das mit den Entwicklungen im Medien- und Technologiesektor Schritt hält und zur Umsetzung einer Reihe von Initiativen in diesem Bereich geführt hat. Die Entwicklung und das Wachstum des Medienangebots sowie die veränderten Gewohnheiten bei der Nutzung von Medien haben die Medienkompetenz zu einem Schlüsselthema für Gesetzgeber, Medienakteure und Nutzer gemacht, mit dem Ziel, letztere zu befähigen.

Auf internationaler Ebene wurde und wird viel unternommen. Die Europäische Union hat das Thema Medienkompetenz bereits in der Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste (AVMD-RL) von 2010 aufgegriffen, wenn auch eher zaghaft. Knapp ein Jahrzehnt später wurde mit der Überarbeitung der Richtlinie im Jahr 2018 in den Artikeln 33a und 28b Absatz 3 Buchstabe j Verpflichtungen zur Entwicklung der Medienkompetenz eingeführt. Die Europäische Kommission hat verschiedene Initiativen ergriffen, unter anderem in Zusammenarbeit mit der ERGA. Auch der Europarat, die OSZE, die UNESCO, EPRA und EDMO haben sich des Themas angenommen und arbeiten an aktuellen Themen wie gefährdete Gruppen, Desinformation, KI-Kompetenz und Zusammenarbeit.

Medienkompetenz ist für die meisten Länder auch auf nationaler Ebene ein Thema, insbesondere seit der Überarbeitung der AVMD-Richtlinie. Vor allem in den letzten Jahren hat die Befähigung der Nutzer zur Medienkompetenz mehr Raum eingenommen. In einigen der untersuchten Länder (Finnland, Irland, Luxemburg und Nordmazedonien) scheint das kritische Denken einen wichtigen Platz auf dem Weg zur Befähigung der Nutzer einzunehmen, ebenso wie digitale und Programmierkenntnisse.

Die Entwicklung solcher Initiativen erfordert jedoch Ressourcen, einschließlich finanzieller Mittel. Finanzierungsprogramme können speziell für Medien- oder Medienkompetenzinitiativen vorgesehen, und in solchen Fällen in der Primär- oder Sekundärgesetzgebung vorgeschrieben sein. Während sich einige Länder, wie Kroatien, für eine Zuweisung von Mitteln für Programme und Inhalte von öffentlichem Interesse entschieden haben, die auf die Entwicklung und Förderung allgemeiner Medienkompetenzinitiativen abzielen, haben andere, wie Finnland, Finanzierungsinstrumente entwickelt, die hauptsächlich auf Kinder und Jugendliche ausgerichtet sind. In Schweden hingegen gibt es derzeit keine staatliche Unterstützung speziell für Medienkompetenzaktivitäten, und es scheint, dass in den letzten Jahren die meisten Aktivitäten von den Akteuren der Medienkompetenz selbst finanziert worden sind.

In Anbetracht dieser Investitionen in die Entwicklung von Medienkompetenzinitiativen und die Ausstattung der Nutzer mit grundlegenden Medienkompetenzfähigkeiten ist es von entscheidender Bedeutung - und gemäß Artikel 33a AVMD-Richtlinie vorgeschrieben -, ihre Förderung zu unterstützen. Die Förderung der Medienkompetenz kann individuell erfolgen, insbesondere durch nationale Regulierungsbehörden, Medienkompetenzgremien, Industrie- oder Bildungsorganisationen, oder durch gemeinsame Anstrengungen. Dies ist insbesondere in Frankreich der Fall, wo verschiedene Vereinbarungen zwischen der französischen Regierung, der nationalen Regulierungsbehörde Arcom, dem Zentrum für Medien- und Informationserziehung (CLEMI), der Universität Sorbonne (CELSA) und ARTE Education unterzeichnet wurden.

In jüngster Zeit spielt die Evaluierung eine wichtige Rolle bei der Entwicklung von Medienkompetenzinitiativen, bei der Ermittlung von Schwerpunktbereichen, bei der Bestimmung der Art und Weise, wie den Nutzern Medienkompetenz vermittelt werden soll, und bei der Feststellung, ob die ergriffenen Maßnahmen das Problem wirksam angegangen sind. Nationale Medienlandschaften und kulturelle oder politische Kontexte bedeuten, dass der Ansatz zur Medienkompetenz und die erforderlichen Fähigkeiten unterschiedlich sein können. In einigen Ländern wurden Evaluierungsanforderungen in Betracht gezogen, wenn auch in unterschiedlichen Phasen. Einige Länder, wie Lettland, die Slowakei und Polen, verlangen eine vorgelagerte Evaluierung, um den Zustand des Medioumfelds oder das Niveau der Medienkompetenz zu bewerten. Andere, wie Litauen, verlangen eine Bewertung der Durchführung von Medienkompetenzmaßnahmen und ihrer Auswirkungen. Wieder andere, wie das Vereinigte Königreich, verlangen die Ausarbeitung von Empfehlungen, wie Aktivitäten oder Initiativen zu bewerten sind. In der Praxis haben das Vereinigte Königreich und Flandern bereits aufschlussreiche Initiativen in Bezug auf den Evaluierungsprozess umgesetzt, mit einem Toolkit zur Evaluierung von Medienkompetenzmaßnahmen bzw. einem Modell für Medienkompetenz.

Alle diese Schritte, von der Finanzierung bis zur Förderung und Bewertung, spielen daher eine entscheidende Rolle bei der Entwicklung von Medienkompetenzinitiativen, die auf die Stärkung der Nutzer abzielen. Während Medienkompetenz vielfältig ist und verschiedene Bereiche abdecken kann, untersucht dieser Bericht auch die praktische Umsetzung von Medienkompetenzinitiativen, die darauf abzielen, die Fähigkeit zum kritischen Denken zu fördern, die eine Schlüsselkomponente für das Verständnis und den sicheren Umgang mit Medieninhalten ist. Dabei werden zwei besonders gefährdete Gruppen herausgestellt: Minderjährige und ältere Menschen. Jahrzehntlang wurden große Anstrengungen unternommen, um Minderjährige durch formale und nicht-formale Bildungssysteme zu fördern. Senioren hingegen wurden lange Zeit ausgeklammert, zum Teil deshalb, weil sie von diesen Systemen nicht so leicht erreicht werden können. In den letzten Jahren hat sich dies jedoch geändert, wenngleich Initiativen, die sich an Erwachsene und Senioren richten, nach wie vor in der Minderheit sind. Die Analyse der Initiativen, die den Nutzern die Fähigkeit zum kritischen Denken vermitteln sollen, ergab ein weiteres grundlegendes Problem: die Ausbildung der Lehrkräfte. Mit anderen Worten, es ist notwendig, die Erwachsenen selbst zu sensibilisieren, damit sie über das Wissen und die Fähigkeiten verfügen, medienkompetente Menschen zu erziehen und zu bilden. Dies scheint jedoch eine

Herausforderung zu sein, da solche Initiativen viel Zeit sowie personelle, materielle und finanzielle Ressourcen erfordern. Zu den Projekten mit dieser Zielsetzung gehören insbesondere die Entwicklung einer kritischen Einstellung bei Lehrern (Flandern), die Sensibilisierung für die schädlichen Auswirkungen von Desinformation, die Förderung von Medienkompetenz und kritischem Denken sowie die Verbesserung ihrer Fähigkeit, Desinformation und Propaganda zu bekämpfen (Georgien), und die Bereitstellung von Leitlinien für die wirksame Nutzung von Lehrmitteln (Irland). Doch wer das Problem an der Wurzel packen will, muss zum Kern vordringen und Grundsätze und Praktiken der Medienkompetenz in die verschiedenen Facetten audiovisueller Mediendienste integrieren. Dieser Ansatz könnte die Wirksamkeit von Medieninhalten unmittelbar verbessern. Im Vereinigten Königreich hat die Ofcom beispielsweise beschlossen, zu untersuchen, wie Unternehmen aller Größenordnungen ihre Dienste so gestalten können, dass sie die digitale Kompetenz ihrer Nutzer fördern und unterstützen.

Mit dem Aufkommen neuer Technologien und der zunehmenden Integration von KI in unser tägliches Leben hat die Bedeutung der Förderung von Fähigkeiten zum kritischen Denken erheblich zugenommen. Dieser Bericht schließt mit einer Analyse eines neuen Schwerpunktbereichs: die Befähigung der Nutzer, kritisch über Algorithmen und KI nachzudenken. Die Risiken von KI-generierten Inhalten sind vielfältig und umfassen Deepfakes, automatische Faktenprüfung, personalisierte Inhaltsempfehlungen, Vorhersagen, algorithmische Verzerrungen und Filterblasen. Das Verständnis der Öffentlichkeit für KI kann jedoch sehr unterschiedlich sein, und KI-Systeme müssen verstanden werden, damit sie in Frage gestellt, bewertet und zur Verantwortung gezogen werden können. Daher ist es wichtig, der Allgemeinbevölkerung die nötigen Fähigkeiten und Kompetenzen zu vermitteln, damit sie sich kritisch mit KI-gesteuerten Technologien auseinandersetzen kann. Die Medienkompetenz, die bereits mehrere Phasen durchlaufen hat, verschiebt sich daher in Richtung neuer Horizonte, um Daten, Algorithmen und KI-Kenntnisse abzudecken. In Belgien, Südkorea, Kanada und dem Vereinigten Königreich gibt es mehrere Initiativen, die die Nutzer dazu befähigen sollen, kritisch über digitale Medien, Algorithmen und KI nachzudenken.

1. Überblick

Medienkompetenz ist ein weites Feld, in dem sich die ganze Vielfalt und Komplexität der heutigen Medienlandschaft widerspiegelt. Das Medienangebot hat sich von der traditionellen Informationsverbreitung durch lineare Fernsehdienste zu einer verstärkten Produktion digitaler audiovisueller Dienste im Internet verlagert. Dadurch hat die Vielfalt der Informationsquellen enorm zugenommen (öffentlich-rechtliche Medien, Informationskanäle, soziale Medien, nutzergenerierte Inhalte, Vlogger, Influencer, Freelancer usw.). Diese Verlagerung zeigt sich auch darin, wie sich die Konsumgewohnheiten der Nutzerinnen und Nutzer entwickelt haben.

Für einen sicheren und sachkundigen Umgang mit den Inhalten audiovisueller Dienste spielt Medienkompetenz daher eine wichtige Rolle. Nutzer sind heute nicht nur Empfänger, sondern auch Sender von Informationen, und dadurch entstehen neue Risiken und Herausforderungen in einem „Regime geteilter Wahrheiten“,¹ in dem man lernen muss, „zwischen wahr und falsch, zwischen wissenschaftlicher Autorität und Vorurteil, zwischen gesicherten Fakten und bloßer Meinung zu unterscheiden“.² Da die Medien Desinformationen und potenziell (für Demokratie, Meinungsfreiheit, Sicherheit oder Gesundheit) schädliche Inhalte vermitteln können, kommt der Stärkung der Nutzer besondere Bedeutung zu. Trotz der im Vorfeld ergriffenen Maßnahmen bleibt das Risiko falscher oder irreführender Informationen bestehen, und in diesem Fall ist die Verbesserung der Medienkompetenz der Nutzer Teil der Lösung, denn gestärkte Nutzer sind besser gerüstet, wenn sie auf ungefilterte Quellen stoßen. „Medienkompetenz ermöglicht Menschen also, an einer offeneren und sachlicheren demokratischen Debatte teilzuhaben“,³ führt zu einer resistenten und aktiv engagierten Bürgerschaft und trägt zur Stärke demokratischer Gesellschaften bei.

Doch wer sind diese Nutzerinnen und Nutzer? Das Publikum besteht aus einem breiten Spektrum von Menschen aus unterschiedlichen Schichten und Altersgruppen, von Kleinkindern über Jugendliche bis hin zu Senioren. Jede dieser Zielgruppen ist in einen bestimmten gesellschaftlichen und zeitlichen Kontext eingebunden, mit unterschiedlichen Realitäten, Gewohnheiten und Automatismen. Tendenziell hebt diese generationen- und kontextbedingte Kluft die Stärken der einzelnen Gruppen hervor, aber sie legt auch Defizite und Lücken offen, die es zu beheben gilt. Daraus ergeben sich

¹ Erklärung des französischen Bildungsministers Pap Ndiaye

² Ibid.

³ [Guidelines pursuant to Article 33a\(3\) of the Audiovisual Media Services Directive on the scope of Member States' reports concerning measures for the promotion and development of media literacy skills](#), European Commission, S. 1.

vielfältige Herausforderungen, die die Verbesserung und Entwicklung eines breiten Spektrums von Nutzerkompetenzen erfordern, vom kritischen Denken und der Fähigkeit, Informationen zu analysieren, über die sichere und effiziente Nutzung von Medienwerkzeugen, die verantwortungsvolle Erstellung von Inhalten, die Ausübung demokratischer Freiheiten und die Erkennung von Verzerrungen bis hin zum Verständnis von KI und der zugrunde liegenden Algorithmen. Das European Digital Competence Framework for Citizens⁴ bietet ein gemeinsames Verständnis von Digitalkompetenz mit mehr als 250 neuen Beispielen für Kenntnisse, Fähigkeiten und Einstellungen, die Bürgerinnen und Bürgern helfen, selbstbewusst, kritisch und sicher mit digitalen Technologien umzugehen, auch mit neuen und sich abzeichnenden Technologien wie KI-gesteuerten Systemen.

Diese Vielfalt zeigt, dass ein breites Spektrum von Akteuren auf verschiedenen Ebenen an der Förderung der Medienkompetenz beteiligt sein kann. Auf supranationaler Ebene sind Organisationen wie die Organisation für Sicherheit und Zusammenarbeit in Europa (OSZE), der Europarat, die Organisation der Vereinten Nationen für Erziehung, Wissenschaft und Kultur (UNESCO) oder die Europäische Plattform der Regulierungsbehörden (EPRA) intensiv an der Forschung, dem Austausch bewährter Verfahren und der Entwicklung von Leitlinien, Empfehlungen und Rahmenwerken beteiligt, um die Zusammenarbeit im Bereich Medienkompetenz zu erleichtern. Oft überbrücken NGOs Lücken mit internationalen Konferenzen, Workshops und Kampagnen, die Fachleute und Interessenträger zum Austausch von Erkenntnissen und Strategien zusammenbringen.

Auf EU-Ebene hat der Gesetzgeber in diesem Bereich vor über einem Jahrzehnt mit der Aufnahme von Verpflichtungen zur Medienkompetenz in die Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste (AVMD-Richtlinie)⁵ und in jüngerer Zeit, im Jahr 2023, mit der Formulierung von Leitlinien zur Medienkompetenz⁶ eingegriffen. Aufgrund der Verpflichtungen, die ihnen dadurch auferlegt wurden, haben die Mitgliedstaaten (und EWR-Länder) die Medienkompetenz in ihren nationalen Rechtsrahmen aufgenommen. An diesen nationalen Maßnahmen ist in der Regel ein breites Spektrum von Akteuren beteiligt, von der Regierung über die Industrie bis hin zur Wissenschaft. Die aktive Beteiligung der Industrie hat auch zu verschiedensten Initiativen geführt, unter anderem von öffentlich-rechtlichen Medien, Bürgermedien, Fernsehsendern und Online-Plattformen. In den Leitlinien der Kommission heißt es: „Es ist notwendig, dass neben den Anbietern von Mediendiensten und den Anbietern von Video-Sharing-Plattformen auch die Mitgliedstaaten in Zusammenarbeit mit allen relevanten Interessenträgern die

⁴ Vuorikari R., Kluzer S., Punie Y., DigComp 2.2: The Digital Competence Framework for Citizens – With new examples of knowledge, skills and attitudes, EUR 31006 EN, Publications Office of the European Union, Luxembourg, 2022, ISBN 978-92-76-48882-8, doi:10.2760/115376, JRC128415

⁵ [Richtlinie 2010/13/EU des Europäischen Parlaments und des Rates vom 10. März 2010 zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Bereitstellung audiovisueller Mediendienste](#) (Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste) (kodifizierte Fassung).

⁶ [Guidelines pursuant to Article 33a\(3\) of the Audiovisual Media Services Directive on the scope of Member States' reports concerning measures for the promotion and development of media literacy skills](#), European Commission, S. 1,



Entwicklung der Medienkompetenz in allen Teilen der Gesellschaft, für Menschen aller Altersgruppen und für alle Medien fördern“. Die Akteure können unabhängig voneinander agieren, aber die Initiativen können auch Kooperationen fördern, etwa zwischen nationalen Regierungen und audiovisuellen Mediendiensten oder Bildungseinrichtungen. Die Beziehungen zwischen allen Akteuren sind von grundlegender Bedeutung, denn eine solche Synergie ist wichtig, damit bei der Vermittlung von Medienkompetenz ein strukturierter Ansatz verfolgt wird. Letztlich erfordert die Herausbildung einer global informierten und medienkompetenten Gesellschaft einen Ansatz, der viele Interessenträger aus Bildungswesen, Politik und internationalen Organisationen einbezieht.

Die Europäische Audiovisuelle Informationsstelle hat sich schon 2016⁷ mit Praktiken zur Förderung der Medienkompetenz und 2022⁸ mit dem Thema Desinformation beschäftigt und will diesen Weg mit der vorliegenden Publikation weiterverfolgen, indem sie sich darauf konzentriert, Nutzende mit Medienkompetenzen zu stärken, damit sie ihre Rechte als Bürgerinnen und Bürger im Zusammenhang mit Desinformation umfassend wahrnehmen und schützen können. Zu den Schlüsselqualifikationen sowohl für die Prävention als auch für die Folgenbewältigung zählt kritisches Denken. Dies gilt umso mehr in Krisenzeiten, in denen Fehl- und Desinformation leicht massenhaft verbreitet werden kann, wie 2020 in der COVID-19-Krise oder zuletzt im Zusammenhang mit bewaffneten Konflikten. Die Fähigkeit zu kritischem Denken ist daher nicht nur im Alltag wertvoll, sondern wird besonders in Krisenzeiten oder bei großen Veränderungen wichtig. Hier wird das Superwahljahr 2024 sicherlich keine Ausnahme sein. Auch die fortschreitende Entwicklung der KI bringt viele neue Herausforderungen mit sich, was den Schutz des Urheberrechts und die Transparenz betrifft, aber auch in Bezug auf Desinformation. Deepfakes und der Einsatz von Algorithmen in Verbindung mit fehlenden Kenntnissen in diesem Bereich und einem Mangel an kritischem Denken darüber, was wahr zu sein scheint, erfordern weitere Schulungen. Um fundierte Entscheidungen treffen zu können, müssen Nutzer daher die Funktionsweise von KI-Systemen, die ethischen Überlegungen im Zusammenhang mit ihrem Einsatz und die potenziellen Auswirkungen auf verschiedene Aspekte der Gesellschaft verstehen.

⁷ [Analyse von Praktiken und Maßnahmen zur Förderung der Medienkompetenz in der EU-28](#), Europäische Audiovisuelle Informationsstelle, Straßburg, 2016.

⁸ Cabrera Blázquez F.J., Cappello M., Talavera Milla J., Valais S., [„Empowerment der Nutzer gegen Desinformation im Internet“](#), IRIS Plus, Europäische Audiovisuelle Informationsstelle, Straßburg, September 2022.



2. Medienkompetenz auf supranationaler Ebene

Mangelnde Medienkompetenz gilt seit Langem als Problem. Doch in der supranationalen Debatte spielt sie erst seit wenigen Jahren eine größere Rolle. Die Europäische Union, die das Thema schon in Artikel 33 und den Erwägungsgründen 12 und 47 der AVMD-Richtlinie von 2010 angesprochen hatte, bekräftigte ihr Interesse an der Lösung dieses Problems mit der Überarbeitung der Richtlinie von 2018, in der sie den Mitgliedstaaten und Video-Sharing-Plattformen (VSPs) eine Reihe von Verpflichtungen auferlegte. Auch andere supranationale Organisationen wie der Europarat, die OSZE, die UNESCO und die EPRA haben sich im Laufe der Jahre mit dem Thema befasst, insbesondere durch unverbindliche rechtliche Instrumente, die allen beteiligten Akteuren als Orientierungshilfe dienen sollen.

2.1. Rückblick auf den Rechtsrahmen der Europäischen Union

Im Jahr 2010 hat die Europäische Union das Thema Medienkompetenz in der AVMD-Richtlinie aufgegriffen, da sie darin ein Interesse der Allgemeinheit sah, das durch die europäische Regulierungspolitik im audiovisuellen Bereich gefördert werden muss.⁹ Damals war der Begriff „Medienkompetenz“ selbst recht weit gefasst, doch inzwischen wurde er weiterentwickelt, um mit den raschen technologischen Veränderungen Schritt zu halten. Im Mittelpunkt der Medienkompetenz steht nun auch, Nutzer so zu stärken, dass sie mit Desinformation umgehen und ihr entgegenreten können, wobei es inzwischen ebenso um die Herausforderungen durch KI geht.

Trotz einer Empfehlung des Europäischen Parlaments und des Rates aus dem Jahr 2006¹⁰ und der darin enthaltenen Vorschläge zur Förderung der Medienkompetenz sieht Artikel 33 der AVMD-Richtlinie von 2010 in Bezug auf Medienkompetenz lediglich vor,

⁹ Erwägungsgrund 12 der [Richtlinie 2010/13/EU über audiovisuelle Mediendienste](#)

¹⁰ [Empfehlung des Europäischen Parlaments und des Rates vom 20. Dezember 2006 über den Schutz Minderjähriger und den Schutz der Menschenwürde und über das Recht auf Gegendarstellung im Zusammenhang mit der Wettbewerbsfähigkeit des europäischen Industriezweiges der audiovisuellen Dienste und Online-Informationendienste](#)



dass die Kommission im Lichte des Niveaus der Medienkompetenz in allen Mitgliedstaaten Bericht erstatten muss. Zusätzliche Verpflichtungen zur Medienkompetenzen kamen erst 2018, also ein knappes Jahrzehnt später, mit der Überarbeitung der Richtlinie ins Spiel. Diese Überarbeitung verpflichtet die Mitgliedstaaten, die Entwicklung von Medienkompetenz zu fördern, entsprechende Maßnahmen zu ergreifen und darüber zu berichten sowie die Umsetzung der Maßnahmen durch die VSPs zu gewährleisten.

Gemäß Artikel 33a müssen die Mitgliedstaaten die Entwicklung von Medienkompetenz fördern und entsprechende Maßnahmen ergreifen. Im Rahmen dieser Verpflichtung müssen sie der Kommission auch in regelmäßigen Abständen über diese Maßnahmen berichten.¹¹ Zusätzlich zu diesen Verpflichtungen müssen die Mitgliedstaaten gemäß Artikel 28b Absatz 3 Buchstabe j der AVMD-Richtlinie die Umsetzung verschiedener Maßnahmen durch VSPs sicherstellen, darunter das Angebot wirksamer Maßnahmen und Instrumente für Medienkompetenz und die entsprechende Aufklärung der Nutzer.

Auch die Gruppe europäischer Regulierungsstellen für audiovisuelle Mediendienste (ERGA)¹² spielt bei der Anwendung des Rechtsrahmens für audiovisuelle Mediendienste eine Rolle, auch im Hinblick auf die Medienkompetenz. Die ERGA konzentriert sich insbesondere auf den Austausch von Erfahrungen und bewährten Verfahren (Artikel 30b Absatz 3 Buchstabe b der AVMD-Richtlinie) und hat 2021 in Zusammenarbeit mit der Europäischen Kommission im Einklang mit dem Aktionsplan 2020 für Medien und audiovisuelle Medien eine Toolbox für Medienkompetenz entwickelt.¹³ Der Plan erkennt an, dass die neuen Verpflichtungen in Bezug auf Medienkompetenz, die sich aus der überarbeiteten AVMD-Richtlinie ergeben, zur Stärkung der Bürgerinnen und Bürger unbedingt erforderlich sind, und fordert, Medienkompetenz „sollte über verschiedene Programme und Initiativen unterstützt werden, wie im Europäischen Aktionsplan für Demokratie dargelegt“.¹⁴ Insbesondere wird betont, wie wichtig es ist, Bürgerinnen und Bürger aller Schichten und Generationen, einschließlich junger und älterer Menschen, zu befähigen und zu stärken.

Die Leitlinien der Kommission zur Stärkung des Verhaltenskodex zur Bekämpfung von Desinformation heben auch hervor, wie wichtig Medienkompetenz im Kampf gegen die Verbreitung von Desinformation ist, vor allem weil sie die Nutzer in die Lage versetzt, Informationsquellen kritisch zu bewerten und falsche oder irreführende Inhalte zu erkennen.¹⁵ Die Europäische Woche der Medienkompetenz,¹⁶ eine weitere Initiative der

¹¹ Die ersten nationalen Berichte für den Zeitraum 2020–2022 wurden im Mai 2023 veröffentlicht. Die Berichte sind abrufbar unter: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/national-reports-media-literacy-measures-under-audiovisual-media-services-directive-2020-2022>

¹² <https://erga-online.eu/>

¹³ [Europas Medien in der digitalen Dekade: Ein Aktionsplan zur Unterstützung der Erholung und des Wandels](#)

¹⁴ https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/new-push-european-democracy/protecting-democracy_en

¹⁵ [Leitlinien der Europäischen Kommission für die Stärkung des Verhaltenskodex zur Bekämpfung von Desinformation](#)

¹⁶ <https://digital-strategy.ec.europa.eu/de/policies/media-literacy>

Europäischen Kommission, unterstreicht die gesellschaftliche Bedeutung der Medienkompetenz und fördert Initiativen und Projekte zur Medienkompetenz in der gesamten EU.

2.2. Ansätze anderer Akteure

2.2.1. Europarat

Medienkompetenz fällt beim Europarat insbesondere in den Zuständigkeitsbereich der Abteilungen für Medien und Bildung. Seine Strategie bestand bisher darin, die Medienkompetenz in einen institutionellen Rahmen zu stellen, um systemische Ansätze und die Koordinierung zwischen den Mitgliedstaaten zu gewährleisten. Er entwickelt praktische Anleitungen und stellt Hilfsmittel zur Verfügung, um Mediennutzer „aller Altersgruppen und Gesellschaftsschichten“ zu stärken. Mehrere Empfehlungen des Ministerkomitees befassen sich mit dem Thema Medienkompetenz. Diese Empfehlungen stehen im größeren Zusammenhang der Schaffung eines günstigen Umfelds für Qualitätsjournalismus,¹⁷ der Befähigung der Nutzer zur Orientierung im Umfeld der Online-Medien,¹⁸ der Stärkung der Entwicklung geeigneter Rechtsvorschriften und politischer Maßnahmen zur Förderung von MIK¹⁹ (Medien- und Informationskompetenz) und der Stärkung der Kompetenzen von Kindern, damit sie sich effektiv mit dem digitalen Umfeld auseinandersetzen und mit dessen Risiken umgehen können.²⁰ Der Europarat hat sich daher grundsätzlich und frühzeitig für die Förderung der Medienkompetenz eingesetzt, Publikationen herausgegeben und Konferenzen, Seminare und andere Veranstaltungen organisiert, um die Diskussion über konkrete Themen anzuregen.

2.2.1.1. Gefährdete Gruppen

Der Europarat hat bei mehreren Gelegenheiten anerkannt, wie wichtig es ist, bestimmte Gruppen mit Initiativen zur Förderung der Medienkompetenz zu erreichen. Die Studie über die Förderung des Qualitätsjournalismus durch MIK²¹ von 2020 hat bestätigt, dass noch mehr getan werden muss, um bestimmte Gruppen zu erreichen. In einem weiteren Bericht

¹⁷ Recommendation CM/Rec(2022)4 of the Committee of Ministers to Member States on promoting a favourable environment for quality journalism in the digital age, <https://www.coe.int/en/web/freedom-expression/-/council-of-europe-calls-on-states-to-support-quality-journalism-new-guidelines>

¹⁸ Recommendation CM/Rec(2014)6 on a Guide to human rights for Internet users

¹⁹ Recommendation CM/Rec(2018)1 of the Committee of Ministers to Member States on media pluralism and transparency of media ownership

²⁰ Recommendation CM/Rec(2018)7 on rights of the child in the digital environment

²¹ [Supporting Quality Journalism through Media and Information Literacy](#)

vom Mai 2020²² hat der Europarat festgestellt, dass öffentlich-rechtliche, aber auch Lokal- und Bürgermedien in diesem Zusammenhang eine wichtige Rolle spielen könnten. Zuletzt hat die Abteilung Informationsgesellschaft einen Bericht über das Recht von Senioren veröffentlicht, durch MIK am digitalen Zeitalter teilzuhaben.²³ Auch in der Leitlinie des Lenkungsausschusses für die Medien und die Informationsgesellschaft (CDMSI) zur Bekämpfung der Verbreitung von Fehl- und Desinformation im Internet heißt es: „MIK-Maßnahmen sollten berücksichtigen, dass verschiedene Bevölkerungsgruppen durch verschiedene Arten von Fehl- und Desinformation in unterschiedlichem Maß gefährdet sind, und Initiativen zu deren Stärkung an den spezifischen Bedürfnissen verschiedener gefährdeter Gruppen ausrichten“.

2.2.1.2. Desinformation

Im Jahr 2019 veranstaltete der Europarat eine Reihe von Konferenzen, auf denen insbesondere darüber diskutiert wurde, dass MIK oft als Königsweg im Kampf gegen Desinformation im Internet angesehen wird.²⁴ Außerdem wurde untersucht, was die Interessenträger tun können, um korrekte, glaubwürdige Nachrichten zu fördern, die MIK zu stärken und Menschen zu helfen, sich mit Qualitätsquellen zu beschäftigen.²⁵ Im Dezember 2023 veröffentlichte das CDMSI eine Leitlinie zur Bekämpfung der Verbreitung von Fehl- und Desinformation im Internet, die der ihm nachgeordnete Sachverständigenausschuss für die Integrität von Online-Informationen (MSI-INF) ausgearbeitet hatte.²⁶ In dieser Leitlinie bezieht sich der Begriff „Stärkung der Nutzer“ auf Maßnahmen, die das Verständnis, die bewusste Entscheidung und die Kontrolle der Nutzer hinsichtlich der Auswirkungen digitaler Technologien auf ihre Rechte verbessern sollen, einschließlich der Förderung von MIK-Möglichkeiten zur Ausübung der Nutzerrechte und von Ansätzen für kollektives Handeln“.

2.2.1.3. KI-Kompetenz

In seinen Leitlinien zum verantwortungsvollen Einsatz von KI-Systemen im Journalismus²⁷ vom November 2023 empfiehlt das CDMSI den Staaten, „in Zusammenarbeit mit Medienorganisationen, Journalisten, Plattformen, Kommunikationswissenschaftlern und einschlägigen NGOs Initiativen zu entwickeln, die die Daten-, Medien- und KI-Kompetenz der Bürgerinnen und Bürger fördern, damit diese den Einsatz journalistischer KI-Systeme durch Nachrichtenorganisationen besser verstehen und die Kontrolle über die Personalisierung, die Nachrichtenorganisationen und Plattformen bieten, besser

²² [Media literacy for all: supporting marginalised groups through community media](#)

²³ [The Digital Era? Also My Era! Media and information literacy: a key to ensure seniors' rights to participate in the digital era](#)

²⁴ <https://www.coe.int/en/web/freedom-expression/mediapluralism2019>

²⁵ <https://www.coe.int/en/web/freedom-expression/qualityjournalism2019>

²⁶ [Guidance Note on countering the spread of online mis- and disinformation](#)

²⁷ [Guidelines on the responsible implementation of artificial intelligence systems in journalism](#)

wahrnehmen können“. Ferner heißt es darin, MIK-Programme und -Aktivitäten „sollten darauf ausgerichtet sein, den Nutzern zu helfen, besser zu verstehen, wie die Online-Infrastruktur und -Wirtschaft funktioniert und wie Technologie medienbezogene Entscheidungen beeinflussen kann, und den Wert von Qualitätsnachrichten als Quellen hervorzuheben“.

2.2.1.4. Zusammenarbeit

Der Europarat entwickelt zudem zahlreiche Kooperationsprojekte im Bereich Meinungsfreiheit, in denen er Medienakteuren, Regierungen und Regulierungsbehörden in seinen Mitgliedsstaaten und im südlichen Mittelmeerraum Fachwissen und Unterstützung bietet. Eine solche Initiative wurde etwa in Bosnien und Herzegowina von 2020 bis 2022 im Rahmen des Projekts „Medien- und Informationskompetenz: Für Menschenrechte und mehr Demokratie“ durchgeführt. Im Oktober 2022 veröffentlichte der Europarat neue Leitlinien für die Entwicklung einer Politik für Medien- und Informationskompetenz in Bosnien und Herzegowina.²⁸ 2018 veröffentlichte er außerdem eine vergleichende Analyse²⁹ der besten europäischen Praktiken zur Förderung der Medienkompetenz, mit besonderem Augenmerk auf die Rolle der Medienregulierungsbehörden. Die Studie erschien im Rahmen des Kooperationsprojekts JUFREX.³⁰

2.2.2. OSZE

Im Rahmen ihres Mandats, sich mit Sicherheitsfragen zu befassen, greifen die OSZE und insbesondere die OSZE-Beauftragte für Medienfreiheit (RFoM) eine breite Palette von Themen auf, darunter auch die Medienfreiheit. Die OSZE-Beauftragte beobachtet die Entwicklungen in den Medien im Rahmen einer Frühwarnfunktion und unterstützt die Teilnehmerstaaten bei der Einhaltung ihrer Verpflichtungen in Bezug auf Meinungsfreiheit und freie Medien. Im Januar 2024 erklärte der amtierende OSZE-Vorsitzende, der maltesische Minister für auswärtige und europäische Angelegenheiten und Handel, bei der Eröffnungssitzung des Ständigen Rates in Wien, da die Medienfreiheit stärker bedroht sei denn je, werde die OSZE Initiativen für Medienkompetenz vorantreiben.³¹ Die Feldoperationen unterstützen ihre Gastländer durch Missionen bei der Umsetzung ihrer OSZE-Verpflichtungen. Insbesondere wurden Medienkompetenzinitiativen in der Ukraine,³² in Montenegro³³ und im Kosovo³⁴ durchgeführt.

²⁸ [Guidelines for the Development of Media Information Literacy Policy in Bosnia and Herzegovina](#)

²⁹ [Regulatory authorities for electronic media and media literacy – Comparative analysis of the best European practices](#), Robert Tomljenović

³⁰ <https://www.coe.int/en/web/freedom-expression/promoting-freedom-of-expression-in-south-east-europe>

³¹ <https://www.osce.org/chairpersonship/561902>

³² Das [Projekt](#) soll Initiativen unterstützen, die das Publikum über die Grundsätze der Medienkompetenz aufklären, damit die Menschen dem negativen Einfluss von Propaganda oder schlechtem Journalismus entgehen können, und läuft von November 2022 bis Ende Mai 2025.

2.2.2.1. Fokus: OSZE-Mission im Kosovo

Seit 2016 ergreift die OSZE im Rahmen ihrer Mission im Kosovo konkrete Initiativen. Wegen der Verbreitung von Fake News und Fehlinformationen im Zusammenhang mit der COVID-19-Pandemie hat die OSZE ihr Engagement in diesem Bereich verstärkt. So startete sie im Juni 2021 eine einmonatige Kampagne für Medienkompetenz, die sich speziell an Jugendliche richtete und das Ziel verfolgte, „die Öffentlichkeit mit den Kenntnissen und Fähigkeiten auszustatten, die notwendig sind, um sich sicher und kritisch in der Online-Umgebung zu bewegen“. Die in diesem Dokument³⁵ vorgestellten Initiativen zeigen, wie kreative MIK-Initiativen zu umfassender Sicherheit beitragen, indem sie einer neuen Generation kritisches Denken vermitteln.

Abbildung 1. OSZE-Initiativen im Kosovo

Initiativen	
Formale Bildung	2017: Aufnahme von Medienkompetenz als Wahlfach auf voruniversitärer Ebene. Die Studienpläne mehrerer Universitäten sehen vor, dass das Fach als Pflichtfach für alle Studierenden unterrichtet wird.
Workshops	Wie lassen sich Technologie und soziale Medien bewusst nutzen und komplexe Medienbotschaften dekonstruieren? Beispiele für echte Nachrichten im Vergleich zu Fake News, Desinformation, Clickbait, Social-Media-Sucht, Werbung, Hassbotschaften usw
Ausbildung von Lehrkräften	Jährlicher Fortbildungsworkshop zu Medienkompetenzkonzepten und innovativen Methoden, der sich an Oberstufenlehrer richtet (in Partnerschaft mit dem Internationalen Dokumentar- und Kurzfilmfestival DokuFest). ³⁶
Fernsehsendungen und Aufklärungskampagnen	
Übersetzung von Lehrbüchern zur Medienkompetenz in lokale Sprachen	

³³ Diese [Studie untersucht die Medienkompetenz von Eltern und Kindern in Montenegro](#), ihr Vorgehen bei der Auswahl von Medieninhalten und allgemein die Gewohnheiten im Zusammenhang mit der Übernahme von Informationen aus verschiedenen Quellen.

Ein [weiterer Bericht](#) vom Oktober 2022 enthält Empfehlungen, die Eltern, Erziehungsberechtigten, Lehrkräften und Medienfachleuten helfen sollen, die digitalen Herausforderungen besser zu verstehen, erfolgreicher mit Kindern zu kommunizieren und sie zu ermutigen, die vielfältigen Möglichkeiten der digitalen Plattformen im Internet positiv zu nutzen

³⁴ Alle Verweise auf das Kosovo, sei es das Gebiet, die Institutionen oder die Bevölkerung, in diesem Text sind in voller Übereinstimmung mit der Resolution 1244 des Sicherheitsrates der Vereinten Nationen und unbeschadet des Status des Kosovo zu verstehen.

³⁵ OSCE Mission in Kosovo – [Media and Information Literacy Initiatives, Organization for Security and Co-operation in Europe](#), 11 May 2023

³⁶ <https://dokufest.com/en/>

2.2.3. UNESCO

Die UNESCO spielt bei der Förderung der Medienkompetenz und der Stärkung der Nutzer eine wichtige Rolle. Sie hat Rahmenwerke, Leitlinien und Schulungsinstrumente entwickelt, um die Medienkompetenzerziehung weltweit zu verbessern und kritisches Denken und einen verantwortungsvollen Umgang mit den Medien zu fördern.

Wie in der Übersicht dieser Publikation erwähnt, erfordert die Entwicklung der Medienkompetenz die Mitwirkung verschiedenster Akteure, von denen der Auftrag der UNESCO die meisten berücksichtigt. Dazu gehören politische Entscheidungsträger, Lehrkräfte und Lernende, Informations- und Medienfachleute, Jugendorganisationen, städtische Akteure und gefährdete Bevölkerungsgruppen. Außerdem unterstützt sie ihre Mitgliedstaaten bei der Formulierung nationaler Konzepte und Strategien in diesem Bereich und erleichtert den Austausch bewährter Verfahren und die Förderung der Zusammenarbeit. Die UNESCO Media and Information Literacy Alliance, früher bekannt als Global Alliance for Partnerships on Media and Information Literacy (GAPMIL), ist ein Netzwerk von Netzwerken, die sich der Förderung der internationalen Zusammenarbeit zur Verbesserung der Medien- und Informationskompetenz für alle verschrieben haben.³⁷

2.2.3.1. KI

Die UNESCO hat sich kürzlich mit der Frage befasst, wie die Stärkung der Nutzer in Bezug auf generative KI aussehen kann. Sie hat 2024 ein Strategiepapier³⁸ veröffentlicht, in dem die Risiken und Chancen solcher Entwicklungen analysiert werden. Dieses Papier ergänzt die 2023 erschienenen UNESCO-Leitlinien für die Führung digitaler Plattformen.³⁹

„Konzepte und Regelungen zu künstlicher Intelligenz müssen die Stärkung der Nutzer in den Vordergrund stellen, und in dieser Hinsicht umfasst Medien- und Informationskompetenz die entscheidenden Fähigkeiten, mit denen Nutzer sich in einem gestörten digitalen Ökosystem bewegen können.“

Tawfik Jelassi, Assistant Director-General for Communication and Information, UNESCO

³⁷ <https://www.unesco.org/en/media-information-literacy/alliance>

³⁸ [User empowerment through media and information literacy responses to the evolution of generative artificial intelligence \(GAI\)](#), Divina Frau-Meigs, 2024

³⁹ [Guidelines for the Governance of Digital Platforms: safeguarding freedom of expression and access to information through a multistakeholder approach](#)

2.2.3.2. Zusammenarbeit

Im Oktober 2023 startete die UNESCO mit Unterstützung von Meta im Rahmen des Projekts Social Media 4 Peace⁴⁰ eine globale Kampagne,⁴¹ um junge Nutzer mit der Fähigkeit zu kritischem Denken zu stärken, die sie im Umgang mit schädlichen Inhalten im Internet brauchen. Die Kampagne bestand aus einem Quiz, in dem die Teilnehmenden beispielsweise testen konnten, ob sie manipulierte Inhalte erkennen oder die Rolle von Journalisten in einem neuen digitalen Ökosystem verstehen. Das Quiz ist in englischer und bosnischer Sprache verfügbar und wird vor allem unter Nutzern in Bosnien und Herzegowina beworben – einem Zielland des Projekts Social Media 4 Peace.

Im Februar 2024 hat die UNESCO ferner mit TikTok⁴² kooperiert, um die Bedeutung von MIK für die Schaffung eines sichereren digitalen Raums zu betonen. Dazu hat sie einen Bildungs-Hub eingerichtet, der direkt auf TikTok verfügbar ist.⁴³ Dort können die Nutzer mehr über Sicherheitstools erfahren und hilfreiche Videos der UNESCO und ihres Netzwerks von Partnerorganisationen für Online-Sicherheit ansehen. Anlass war der „Safer Internet Day“.⁴⁴

2.2.4. EPRA

Die 1995 gegründete EPRA⁴⁵ ist das älteste und größte Netzwerk von Rundfunkregulierern. Sie wurde mit dem Ziel gegründet, Informationen, Fallstudien und bewährte Verfahren zwischen den Rundfunkregulierern in Europa auszutauschen. Die Gründung der EPRA war eine direkte Reaktion auf die Notwendigkeit, die Zusammenarbeit zwischen den europäischen Regulierungsbehörden zu intensivieren, und die grenz- und sektorübergreifende Kooperation steht nun im Mittelpunkt des Auftrags der EPRA. Das Netzwerk zählt aktuell 55 Regulierungsbehörden aus 47 Ländern⁴⁶ innerhalb und außerhalb der EU. Die Europäische Kommission, der Europarat, die Europäische Audiovisuelle Informationsstelle und das Büro der OSZE-Beauftragten für Medienfreiheit sind ständige Beobachter der Plattform.⁴⁷

Die EPRA darf zwar keine gemeinsamen Standpunkte oder Erklärungen verabschieden, aber sie fördert offene Diskussionen über Fragen der Anwendung der Medienregulierung, unterstützt durch vergleichende Arbeitsdokumente, Präsentationen und eine Reihe virtueller Meetings.

⁴⁰ <https://www.unesco.org/en/articles/social-media-4-peace>

⁴¹ <https://www.unesco.org/en/articles/unesco-and-meta-empower-young-social-media-users>

⁴² <https://www.unesco.org/en/articles/unesco-and-tiktok-collaborate-safer-internet-day-support-media-literacy>

⁴³ https://www.tiktok.com/@unesco?_t=8krqVuaDLTl&_r=1

⁴⁴ <https://www.saferinternetday.org/>

⁴⁵ <https://www.epra.org/>

⁴⁶ [Liste der Mitgliedstaaten \(epra.org\)](#)

⁴⁷ [Ständige Beobachter \(epra.org\)](#)

Medien- und Informationskompetenz ist einer der Schwerpunktbereiche der EPRA und wurde insbesondere durch die Einrichtung der EPRA Media and Information Literacy Taskforce im Jahr 2018 in Angriff genommen, die dann 2021 als EMIL formalisiert wurde. Diese Taskforce hat 35 Mitglieder, darunter sowohl Medienregulierer und nationale MIK-Einrichtungen wie den CSEM⁴⁸ oder Mediawijs⁴⁹ in Belgien als auch multinationale Organisationen wie die Europäische Audiovisuelle Informationsstelle,⁵⁰ das EDMO,⁵¹ und das Community Media Forum Europe (CMFE).⁵² EMIL verfolgt vor allem drei Ziele:

1. Koordination und Lernen
2. Netzwerke und Partnerschaften
3. Sprachrohr für MIK-Netze

Darüber hinaus hat die EPRA zwei weitere Arbeitsgruppen eingerichtet, die sich mit Fragen und Entwicklungen rund um KI und VSPs befassen. Im Jahr 2023 organisierte die EPRA den gemeinsamen EMIL/AI & Regulators Roundtable, bei dem Akteure aus dem KI- und dem MIK-Sektor zusammenkamen, um das Thema Algorithmenkompetenz und insbesondere die Erklärbarkeit von Algorithmen aus der Sicht von Fachleuten für Medienkompetenz, KI-Experten und den Medien zu untersuchen. Dieser Runde Tisch bot ein Forum für den Austausch wichtiger Informationen und Erkenntnisse zu diesem wichtigen Thema an der Schnittstelle von Medien, Technologie und Regulierung.⁵³

2.2.5. EDMO

Die Europäische Beobachtungsstelle für digitale Medien (EDMO)⁵⁴ ist eine von der Europäischen Union finanzierte Initiative, die von einem Konsortium unter der Leitung des Europäischen Hochschulinstituts verwaltet wird. Sie wurde im Rahmen des Aktionsplans 2018 der Europäischen Kommission gegen Desinformation⁵⁵ eingerichtet, um die Aufdeckung zu verbessern, Reaktionen zu koordinieren, mit Online-Plattformen zusammenzuarbeiten und die Öffentlichkeit zu sensibilisieren. EDMO hat eine unabhängige Leitungsstruktur mit einem von den Behörden unabhängigen Beratungs- und Exekutivausschuss.

EDMO will die Zusammenarbeit zwischen den Akteuren bei der Bekämpfung von Desinformation und der Förderung der Medienkompetenz in ganz Europa ermöglichen und stärken. Die EDMO-Gemeinschaft ist groß und fungiert als Drehscheibe, die

⁴⁸ <https://www.csem.be/profile-select?destination=/>

⁴⁹ <https://www.mediawijs.be/en>

⁵⁰ <https://www.obs.coe.int/de/web/observatoire/>

⁵¹ <https://edmo.eu/>

⁵² <https://www.cmfe.eu/>

⁵³ <https://www.epra.org/attachments/emil-ai-regulators-roundtable-event-summary>

⁵⁴ [EDMO – United against disinformation](#)

⁵⁵ https://ec.europa.eu/newsroom/dae/document.cfm?doc_id=56166

Faktenchecker, Experten für Medienkompetenz und Wissenschaftler, Medienorganisationen, Online-Plattformen und Fachleute für Medienkompetenz zusammenbringt. EDMO arbeitet über ein Netzwerk von 14 nationalen und multinationalen „Hubs“, die alle 27 EU-Mitgliedstaaten sowie Norwegen im EWR abdecken. Die Zentren konzentrieren sich auf die Analyse von Entwicklungen und Besonderheiten in ihren Regionen.

Zu den Aktivitäten von EDMO gehören insbesondere

Medienkompetenz

- Kartierung der Medienkompetenzlandschaft
- Förderung des Wissensaustauschs
- Anhebung der Standards durch Bereitstellung von Leitlinien und Ermittlung bewährter Verfahren

Faktenüberprüfung

- Netzwerk von Fact-Checking-Organisationen mit Sitz in der EU zur Förderung der Zusammenarbeit
- Online-Plattform zur Unterstützung der Aufdeckung und Analyse von Desinformationskampagnen

Forschung

- Rahmen für sicheren Datenzugang und Förderung von Diskussionen für Forscher, die Desinformation untersuchen

Politische Analyse

- Überwachung und Bewertung von Maßnahmen auf nationaler und EU-Ebene zur Bekämpfung von Desinformation, Berichterstattung über relevante Trends und Forschung sowie Unterstützung des Verhaltenskodex für Desinformation durch Experten

Medienkompetenz ist daher ein Eckpfeiler der Arbeit von EDMO. Nationale und multinationale Zentren bieten EDMO direkte Verbindungen zu nationalen Kontexten und ermöglichen es ihm, spezifische Probleme zu identifizieren, die angegangen werden müssen.

EDMO hat auch eine Arbeitsgruppe für Medienkompetenz eingerichtet, die regelmäßige Treffen und Gelegenheiten zum Erfahrungsaustausch organisiert. Die Arbeitsgruppe dient auch dazu, die Ergebnisse der geleisteten Arbeit zu fördern und sichtbar zu machen und die politische Debatte darüber, wie das Niveau der Medienkompetenz in der Gesellschaft angehoben werden kann, kontinuierlich zu informieren.

EDMO bietet auch Schulungen an, die allen offen stehen, unter anderem zur Bewertung von Medienkompetenzinitiativen.

3. Nationale Perspektive

Wie in Abschnitt 2.1. dieses Berichts erwähnt, müssen seit der Überarbeitung der AVMD-Richtlinie im Jahr 2018 sowohl die EU-Mitgliedstaaten als auch VSPs Maßnahmen und Instrumente zur Förderung der Medienkompetenz entwickeln. Die Mitgliedstaaten haben daher primäre und in einigen Fällen sekundäre Rechtsvorschriften erlassen, mit denen die Richtlinie mehr oder weniger umfassend in nationales Recht umgesetzt wird. Auch viele Nicht-EU-Länder haben sich angeschlossen und übernehmen die Regelungen. Internationale Kooperationsprojekte haben ebenfalls zur Umsetzung von Rechtsrahmen oder nationalen Aktionsplänen geführt. All diese Bemühungen sind von entscheidender Bedeutung, um Nutzenden aller Schichten und Altersgruppen die nötigen Fähigkeiten zu vermitteln, um die von den Medien ausgehenden Herausforderungen zu bewältigen und ihre Rechte als Bürgerinnen und Bürger wahrzunehmen. Medienkompetenz trägt maßgeblich dazu bei, Menschen in die Lage zu versetzen, ihr Recht auf freie Meinungsäußerung uneingeschränkt und verantwortungsbewusst wahrzunehmen, Informationen zu empfangen und weiterzugeben, Botschaften im Hinblick auf bewusste Wahlentscheidungen zu entschlüsseln, auf (staatliche) Onlinedienste zuzugreifen oder den Zugang zu einer Vielzahl von Informationsquellen zu gewährleisten. Die Vorteile sind vielfältig.

In diesem Kapitel soll daher untersucht werden, wie die nationalen Gesetzgeber die Frage der Medienkompetenz und der Stärkung der Nutzer in ihrem Rechtsrahmen angehen. Aufgrund der Verpflichtungen aus der AVMD-Richtlinie sind die Vorschriften zur Medienkompetenz meist in das nationale Primärrecht integriert. Diese Bestimmungen sind jedoch oft recht allgemein gehalten und werden in der Regel im Sekundärrecht konkretisiert. In diesem Kapitel wird untersucht, wie und mit welchem Rechtsrahmen verschiedene Länder die Stärkung der Nutzer mit spezifischen Medienkompetenzen angehen. Zudem analysiert es bestehende Finanzierungsprogramme, die Initiativen für Medienkompetenz unterstützen, insbesondere bei der Verbesserung der Fähigkeit zu kritischem Denken und es befasst sich anhand überzeugender Beispiele mit dem Potenzial zur Förderung solcher Initiativen. Die folgenden Seiten geben einen Überblick über die vielfältigen gesetzgeberischen Maßnahmen zur Stärkung der Nutzer mit den benötigten Medienkompetenzen und zum Aufbau einer informierten, resistenten und aktiv engagierten Bürgerschaft.

3.1. Nationale Rechtsrahmen für Medienkompetenz und die Stärkung der Nutzer

Bei der Umsetzung der AVMD-Richtlinie bzw. der Angleichung bestehender Rechtsvorschriften an deren Bestimmungen ist die Primärgesetzgebung der meisten Länder dem Wortlaut der Richtlinie sehr eng gefolgt und daher recht allgemein geblieben.⁵⁶ Die erforderlichen Entwicklungen im Bereich der Medienkompetenz werden meist im Rahmen nationaler Strategien oder Konzepte umfassender adressiert. In einigen Fällen zielen diese darauf ab, den Nutzern spezifische Fähigkeiten und Kompetenzen im Umgang mit ihrem Medienkonsum zu vermitteln.

Da Medienangebot und Medienkonsum weltweit je nach kulturellem und politischem Kontext variieren, können sich auch die Anforderungen an die Medienkompetenz von Land zu Land oder von Region zu Region unterscheiden, und die nationalen Strategien können daher die Entwicklung unterschiedlicher Fähigkeiten oder Kompetenzen zum Ziel haben. Auch aufgrund von Veränderungen der Technologie, des Medienkonsums und der gesellschaftlichen Bedürfnisse können sich nationale Strategien im Laufe der Zeit weiterentwickeln.

In diesem Abschnitt wird eine Auswahl nationaler Maßnahmen vorgestellt, die sich darauf konzentrieren, den Nutzern bestimmte Medienkompetenzen zu vermitteln.

3.1.1. Finnland

Gemäß Artikel 2 Absatz 2 des Gesetzes über das Nationale Audiovisuelle Institut⁵⁷ hat das Nationale Audiovisuelle Institut (*Kansallinen audiovisuaalinen instituutti* – KAVI) insbesondere die Aufgabe, die Medienerziehung, die Medienkompetenz von Kindern, ein kindersicheres Medienumfeld und die Bereitstellung von Informationen zu Fragen rund um Kinder und Medien zu fördern.

Im Herbst 2020 veröffentlichte die Abteilung Medienerziehung des KAVI das Programm „Uudet lukutaidot“⁵⁸ (Neue Kompetenzen) für den Zeitraum 2020–2023. Dessen Ziel ist die landesweite Verbesserung der Chancengleichheit beim Lehren und Lernen von Fähigkeiten, die für den Umgang mit den Medien benötigt werden, insbesondere durch Stärkung der Medienkompetenz, Digitalkompetenz und Programmierkenntnisse von Kindern und Jugendlichen.

Als Ergebnis haben die finnische Bildungsbehörde und das KAVI zusammen mit Lehrkräften und anderen Fachleuten detaillierte Kompetenzbeschreibungen⁵⁹ entwickelt,

⁵⁶ [AVMS Database](#), Europäische Audiovisuelle Informationsstelle

⁵⁷ [Laki Kansallisesta audiovisuaalisesta instituutista](#)

⁵⁸ <https://kavi.fi/en/media-education/new-literacies-development-programme/>

⁵⁹ https://docs.google.com/spreadsheets/d/1NJuVjMcPq5StRlxb0Y2_bFh6CD8RjhRX0WSoNB3oszo/edit#gid=1807680698

die auf die Entwicklung einer guten pädagogischen Praxis in frühkindlicher Erziehung, Vorschule, Primarschule und unterem Sekundarbereich abzielen. Die Kompetenzen sind an den Bildungsstand der Zielgruppe angepasst (frühkindliche Erziehung und Betreuung, Vor- und Primarschulbildung). Zu den Arbeitsbereichen gehören „kreativer Ausdruck“, „Engagement“, „Informationsvermittlung“ und „eigene Medienproduktion“. Für jeden Bereich werden gute pädagogische Aktivitäten, gute Kompetenzen und fortgeschrittene Kompetenzen ermittelt. Im Rahmen der vorgeschlagenen Aktivitäten lernen die Kinder, beim Konsumieren und Produzieren von Medien die eigenen Rechte und das eigene Wohlergehen wie auch die bzw. das von anderen zu fördern.

3.1.2. Irland

Im Rahmen ihrer Verpflichtung gemäß Artikel 7 Absatz 3 Buchstabe g des Rundfunkgesetzes von 2009,⁶⁰ Untersuchungen, Maßnahmen und Aktivitäten zur Förderung der Medienkompetenz durchzuführen, anzuregen und zu fördern, hat die irische Rundfunkbehörde (*Broadcasting Authority of Ireland* –BAI, jetzt *Coimisiún na Meán* – CNAM) im Jahr 2016 ein Konzept für Medienkompetenz entwickelt.⁶¹

„Übergreifendes Ziel des Medienkompetenzkonzepts und des entsprechenden Arbeitsplans der BAI ist, die Menschen in Irland in die Lage zu versetzen, fundierte Entscheidungen über die Medieninhalte und -dienste zu treffen, die sie konsumieren, erstellen und verbreiten.“

Das Konzept definiert fünf strategische Ziele, die von drei Kernkompetenzen begleitet werden, also den Medienkompetenzen, die der irische Regulierer für die Orientierung im aktuellen und absehbaren technologischen, medialen und sozialen Umfeld als wesentlich eingestuft hat. Die Kernkompetenzen und die entsprechenden Fähigkeiten und Erfolgsindikatoren sind folgende:

- Inhalte von Rundfunk-, Digital- und anderen Medien und -Diensten verstehen und kritisch bewerten, um fundierte Entscheidungen zu treffen und die Mediennutzung bestmöglich zu beherrschen
- Inhalte von Rundfunk-, Digital- und anderen Medien und -Diensten sicher abrufen und nutzen, um Chancen zu maximieren und Risiken zu minimieren
- Auf verantwortungsvolle, ethische und wirksame Weise die kreativen, kulturellen und demokratischen Aspekte der Gesellschaft schaffen und medial daran teilhaben

Diese Kompetenzen sollten Menschen in die Lage versetzen, potenziell irreführende oder unzutreffende Informationen zu erkennen und mit dieser kritischen Einstellung fundierte

⁶⁰ [Broadcasting Act](#)

⁶¹ <https://www.bai.ie/en/bai-launches-media-literacy-policy/>

Entscheidungen zu treffen, sei es im Zusammenhang mit politischen Wahlen oder bei der Ausübung des Rechts auf Informationsweitergabe oder freie Meinungsäußerung. Zudem sollten diese Kompetenzen Menschen helfen, Informationen anhand verschiedener Quellen zu überprüfen, und dadurch informierte und demokratische Debatten fördern.

Mit diesem Konzept nahm sich der Regulierer auch vor, die Entwicklung eines irischen Netzwerks für Medienkompetenz (Media Literacy Ireland)⁶² zu fördern und einen jährlichen Arbeitsplan für die Beschäftigung mit spezifischen Elementen aller drei Kompetenzen zu veröffentlichen. Die Förderung der Medienkompetenz und die Verbesserung des Verständnisses, des Engagements und der Beteiligung der Öffentlichkeit wurde auch in der Strategieerklärung 2021–2023⁶³ der BAI erneut als Ziel aufgeführt und ist seit Juni 2023 Teil der Ziele des Arbeitsprogramms der CNAM.⁶⁴

3.1.3. Luxemburg

Einfach digital – Zukunftskompetenzen für starke Kinder (... für starke Kinder) heißt eine im Februar 2020 ins Leben gerufene Initiative des luxemburgischen Ministeriums für Bildung, Kinder und Jugend. Ihr Ziel ist die Stärkung technologischer, menschlicher und kognitiver Kompetenzen, die als die fünf C bekannt sind:

- Critical Thinking (kritisches Denken)
- Creativity (Kreativität)
- Communication (Kommunikation)
- Collaboration (Kooperation)
- Coding (Programmierung)

Die Initiative besteht aus vier Hauptprojekten, darunter die Einführung eines allgemeinen Rahmens für Bildung über und durch Medien (*Medienkompass*).⁶⁵ Dieser Rahmen basiert auf dem Europäischen Rahmen für digitale Kompetenzen der Bürgerinnen und Bürger,⁶⁶ der schon in der Urfassung von 2020 eine große Anzahl von Kompetenzen enthielt, die bei Kindern während der gesamten Ausbildung entwickelt werden sollten, und 2022 überarbeitet wurde, um insbesondere Daten- und KI-Kompetenzen einzubeziehen. Insgesamt 15 zentrale Medienkompetenzen werden in fünf Kompetenzbereichen zusammengefasst und durch Beschreibungen in Bezug auf Kenntnisse, Fertigkeiten und Denkweisen ergänzt.

⁶² <https://www.medialiteracyireland.ie/>

⁶³ <https://www.bai.ie/en/download/135507/>

⁶⁴ <https://www.cnam.ie/wp-content/uploads/2023/06/Coimisiun-na-Mean-Work-Programme-Web.pdf>

⁶⁵ <https://www.edumedia.lu/medienkompass/medienkompass/>

⁶⁶ https://publications.jrc.ec.europa.eu/repository/bitstream/JRC128415/JRC128415_01.pdf

Abbildung 2. *Medienkompass, Rahmens für Bildung über und durch Medien*

		Kompetenzbereiche				
		Informationen und Daten	Kommunikation und Kooperation	Inhaltserstellung	Datenschutz und Datensicherheit	Digitale Welt
Wichtige Medienkompetenzen	Filtern und Recherchieren von Daten, Informationen und digitalen Inhalten	Arbeiten mit anderen	Erstellen digitaler Inhalte	Schützen von Geräten	Lösen einfacher technischer Probleme	
	Analysieren und Bewerten von Daten, Recherchieren von Daten, Informationen und digitalen Inhalten	Teilen und Veröffentlichen von Daten, Recherchieren von Daten, Informationen und digitalen Inhalten	Kennen und Anwenden des Urheberrechts	Personenbezogene Daten und Schutz der Privatsphäre	Kritischer, reflektierender Umgang mit digitalen Medien	
	Speichern und Verwalten von Daten, Recherchieren von Daten, Informationen und digitalen Inhalten	Verwenden angemessener Ausdrucksformen (Netiquette)	Modellieren, Strukturieren und Programmieren		Sozial verantwortungsbewusstes Interagieren mit der digitalen Welt	
	Verarbeiten von Daten, Informationen und digitalen Inhalten					

Durch die Betonung dieser Kompetenzen möchte die luxemburgische Regierung die Nutzenden, insbesondere die jüngere Generation, in die Lage versetzen, eine Reihe von Rechten, Verantwortlichkeiten und Pflichten als Bürgerinnen und Bürger demokratischer Gesellschaften zu verstehen und sich damit auseinanderzusetzen. Dies umfasst auch Aspekte wie das Urheberrecht und den Datenschutz.

3.1.4. Nordmazedonien

Nach dem Auslaufen des Programms zur Förderung der Medienkompetenz in der Republik Mazedonien⁶⁷ für den Zeitraum 2016–2018 hat die Agentur für Audio- und audiovisuelle Mediendienste (Агенција за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги), die nationale Regulierungsbehörde, im März 2019 ein Konzept für Medienkompetenz⁶⁸ veröffentlicht. Dieses Konzept soll das weitere Vorgehen beschreiben und wurde im Rahmen des Gemeinschaftsprojekts „Reinforcing Judicial Expertise on Freedom of Expression and the Media in South-East Europe“ (JUFREX) erstellt. Mit diesem Konzept will die Behörde „Menschen verschiedener Klassen, Altersgruppen und Segmente (alte Menschen, Erwachsene, Kinder, junge Frauen usw.), die in verschiedenen Funktionen und Kontexten (Verbraucher, Wähler, Bürger usw.) agieren, in die Lage versetzen, von dem Medienumfeld, in dem sie leben, zu profitieren“.

Das neue Konzept beschreibt insbesondere, an welchen Kompetenzen sich die Behörde bei ihren Initiativen zur Förderung der Fähigkeiten und Einstellungen orientieren sollte, die zur Förderung der Medienkompetenz beitragen und diese prägen. Dem Konzept zufolge geht es bei Medienkompetenz „nicht nur um Fähigkeiten, die es zu erwerben gilt, sondern auch um tiefergehende persönliche Einstellungen und Ansätze“. Dies unterstreicht noch einmal, wie wichtig die Medienkompetenz und die Stärkung der Nutzer für die Herausbildung einer robusten und verantwortungsbewussten Bürgerschaft sind. Menschen mit den richtigen Fähigkeiten haben die Möglichkeit, eine engagierte Gesellschaft zu fördern, die sowohl die eigenen Rechte als auch die von anderen achtet. Darüber hinaus ist die Fähigkeit, digitale Tools zu nutzen, eine wichtige Kompetenz, die es Nutzern auch ermöglicht, ihre Rechte digital wahrzunehmen, da sich die Interaktion mit staatlichen Stellen auf breiter Front ins Internet verlagert.

Abbildung 3. Kompetenzen des Konzepts für Medienkompetenz in Nordmazedonien

1. Kritisches Bewusstsein:	Qualitätsdenken als persönliche Einstellung und solide Werte als Schlüssel zum Leseverständnis
2. Bewusstheit der Emotionen:	Emotionale Intelligenz, Kreativität, Intuition und Achtsamkeit gegenüber dem eigenen Online-Verhalten
3. Digitales Wohlbefinden:	Fähigkeit zur sicheren und souveränen Nutzung der Technologien
4. Volle Staatsbürgerschaft:	Lernen, wie ein besseres kommunikatives Wohlergehen gefördert werden kann

⁶⁷

https://mediumskapismenost.mk/wp-content/uploads/2021/11/Programme_for_Promoting_Media_Literacy.pdf

⁶⁸ https://avmu.mk/wp-content/uploads/2017/06/Media-Literacy-policy_online-version.pdf

3.2. Finanzierungsprogramme

Die Entwicklung von Medienkompetenz und -erziehung kann auf verschiedene Weise unterstützt werden, insbesondere durch Finanzierungsprogramme. Die oft von Regierungen, gemeinnützigen Organisationen oder privaten Einrichtungen finanzierte Förderung von Medienkompetenz setzt insbesondere voraus, dass Bedürfnisse (also Herausforderungen und Lücken in der Medienlandschaft) ermittelt und Ziele für deren Erfüllung festgelegt werden. Organisationen mit Interesse am Thema Medienkompetenz können eine solche Finanzierung beantragen, um Programme, Workshops oder Ressourcen zu entwickeln, zum Beispiel um Menschen zu helfen, Medieninhalte kritisch zu analysieren und besser zu verstehen.

In einigen Fällen können Finanzierungsprogramme, die speziell für Medien- oder Digitalkompetenzinitiativen vorgesehen sind, durch nationale Rechtsvorschriften vorgeschrieben oder verlangt werden. Damit soll insbesondere die Verwendung der Mittel für wichtige gesellschaftliche Bedürfnisse sichergestellt und ein stabileres und nachhaltigeres finanzielles Umfeld geschaffen werden. Solche Systeme können im Primärrecht verankert sein (wie etwa in Kroatien, Deutschland und Irland), sie können aber auch in mehr oder weniger großem Umfang in nationalen Strategien und Konzepten geregelt werden (wie in Finnland).

3.2.1. Kroatien

Artikel 71 Absatz 2 des Gesetzes über elektronische Medien⁶⁹ sieht vor, dass die Mittel des Fonds zur Förderung von Pluralismus und Vielfalt elektronischer Medien für Projekte, Programme und Inhalte von öffentlichem Interesse verwendet werden, die auf die Entwicklung und Förderung von Programmen zur Förderung der Medienkompetenz abzielen.

Laut dem Bericht des Landes an die Europäische Kommission⁷⁰ ist die einzige Quelle für eine regelmäßige jährliche Finanzierung von Medienkompetenzprojekten die nationale Regulierungsbehörde, die Agentur für elektronische Medien (*Agencija za elektronicke medije*, AEM). Seit 2015 führt die AEM jährlich eine öffentliche Ausschreibung zur Kofinanzierung von Medienkompetenzprojekten für Universitäten, Institute, Bildungseinrichtungen, NGO-Verbände und andere juristische Personen durch, die Projekte zur Medienkompetenz entwickeln und durchführen (etwa Bildungsmaterialien, Seminare, Workshops, Konferenzen, Vorträge oder Umfragen). Darüber hinaus können gemäß Artikel 81 des Gesetzes über elektronische Medien nicht verwendete Mittel der AEM für Medienkompetenzprojekte verwendet werden.

⁶⁹ [Zakon o elektroničkim medijima](#)

⁷⁰ <https://ec.europa.eu/newsroom/dae/redirection/document/96037>

Zu diesem regelmäßigen jährlichen Projekt können gelegentlich auch Finanzmittel einzelner staatlicher Stellen hinzukommen, darunter das Arbeitsministerium, die Agentur für das Rentensystem und die Agentur für Familien- und Sozialpolitik, die die Durchführung von zwei Projekten unterstützt: *Prevention, not Intervention!* und *Growing Up Without (E)Violence – Every Child's Right*. Die Durchführung von zwei weiteren Projekten hat das Ministerium für Wissenschaft und Bildung mitfinanziert: *I'm Part of the World of Media* und *Beauty Ideals on Social Network Sites*.

3.2.2. Finnland

Laut „Media Literacy in Finland“, dem nationalen Konzept für Medienerziehung, das 2019 vom Ministerium für Bildung und Kultur veröffentlicht wurde,⁷¹ scheitert Medienerziehung in der Praxis oft an fehlenden (finanziellen, personellen, zeitlichen oder materiellen) Ressourcen. Dem kann jedoch durch die Bereitstellung von mehr Mitteln entgegengewirkt werden. In Finnland wird Medienerziehung schon seit Langem mit öffentlichen und privaten Geldern finanziert.

Allgemeine Zuschüsse können für Organisationen gewährt werden, die auf nationaler Ebene in der Jugendarbeit tätig sind, darunter wichtige medienpädagogische Organisationen wie die Finnische Gesellschaft für Medienerziehung. Die Zuschüsse gehen an nationale Projekte zur Stärkung der Medienerziehung und der kritischen Medienkompetenz von Bürgerinnen und Bürgern aller Altersgruppen und von besonderen Gruppen (etwa Menschen mit Migrationserfahrung, besonderen Bedürfnissen oder Ausgrenzungsrisiko). Sonderzuschüsse können auch für medienpädagogische Projekte von Städten und Gemeinden gewährt werden.

Bibliotheken spielen ebenfalls eine Schlüsselrolle bei der Förderung der Medienkompetenzen der Bürgerinnen und Bürger, und Mittel für die Bibliotheksentwicklung wurden auch für medienpädagogische Projekte und Schulungen bereitgestellt.

Das Programm „New Literacies“, das vom KAVI entwickelt wurde und von 2020 bis 2023 lief, wurde vom Ministerium für Bildung und Kultur mit EUR 13 Millionen gefördert. Sein Ziel war die Stärkung von Medienkompetenz, Digitalkompetenz und Programmierfähigkeiten von Kindern und Jugendlichen in der frühkindlichen Bildung und Betreuung sowie in der Vor- und Primarschulbildung. Die Mittel wurden in zwei verschiedene Kategorien aufgeteilt: Projektmittel für Verwaltungsbehörden und Sonderzuschüsse für Gemeinden oder andere Bildungsträger.

In einem Bericht von 2021 wies das KAVI jedoch darauf hin, dass für die Medienerziehung von Erwachsenen keine ähnlichen Finanzierungsinstrumente wie für die Medienerziehung von Kindern und Jugendlichen zur Verfügung stehen.⁷²

⁷¹ https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/162065/OKM_2019_39.pdf

⁷² <https://medialukutaitosuomessa.fi/medialiteracysummary.pdf>

3.2.3. Deutschland

In Deutschland sieht § 112 Abs. 1 des Medienstaatsvertrags⁷³ vor, dass Mittel aus dem in § 10 des Rundfunkfinanzierungsstaatsvertrags bestimmten Anteil auf der Grundlage besonderer Ermächtigungen des Landesgesetzgebers für Projekte zur Förderung der Medienkompetenz verwendet werden können.

Programme, Projekte und Initiativen des Bundes zur Medienkompetenz und Online-Sicherheit erhalten daher unter anderem Mittel aus dem Budget des Kinder- und Jugendplans des Bundes oder des Verbraucherschutzministeriums. Im Gegensatz dazu werden die Projekte der Landesmedienanstalten aus den Landeshaushalten oder aus dem Rundfunkbeitrag finanziert.⁷⁴ Organisation und Finanzierung sind jedoch von Bundesland zu Bundesland so unterschiedlich, dass sich die Mittel für die Förderung der Medienkompetenz nicht standardisiert beziffern lassen.

3.2.4. Schweden

Laut Schwedens nationalem Bericht⁷⁵ über Maßnahmen zur Förderung der Medien- und Informationskompetenz an die Europäische Kommission gemäß Artikel 33a Absatz 2 der AVMD-Richtlinie gibt es derzeit keine staatliche Unterstützung, die speziell für Maßnahmen zur Förderung der Medien- und Informationskompetenz bestimmt ist. Die Finanzierung erfolgt in erster Linie durch die Aktivitäten und Maßnahmen der betroffenen Behörden, die zum Teil aus Sonderfonds finanziert werden, die mit staatlichen Aufträgen verbunden sind. Im Jahr 2021 hat der schwedische Medienrat (*Statens medieråd*) eine groß angelegte Bestandsaufnahme der nationalen Maßnahmen zur Entwicklung und Förderung von MIK in Schweden durchgeführt. Die Studie ergab, dass diese Maßnahmen zu 70 % mit Eigenmitteln oder Zuschüssen von den Interessenträgern der Medienkompetenz selbst und zu etwa 20 % durch spezielle Projektmittel finanziert wurden. Einige wenige Maßnahmen wurden durch Teilnehmergebühren oder externe Beiträge finanziert, doch die meisten Aktivitäten von MIK-Akteuren werden aus öffentlichen Mitteln finanziert, auch wenn MIK nicht ihre Hauptaufgabe ist.

3.3. Förderung der Medienkompetenz

Gemäß Artikel 33a der AVMD-Richtlinie muss die Medienkompetenz gefördert werden, um die Nutzer über die von den Medien ausgehenden Risiken aufzuklären und ihnen die

⁷³ https://www.die-medienanstalten.de/fileadmin/user_upload/Rechtsgrundlagen/Gesetze_Staatsvertraege/Medienstaatsvertrag_MStV.pdf

⁷⁴ [6.8 Media literacy and safe use of new media \(europa.eu\)](https://ec.europa.eu/newsroom/dae/redirection/document/96052)

⁷⁵ <https://ec.europa.eu/newsroom/dae/redirection/document/96052>

Möglichkeit und die Kompetenzen zu geben, sich diesen Herausforderungen zu stellen. Mit dem Begriff „Förderung“ kann die Unterstützung und Stärkung der Medienkompetenz gemeint sein, aber auch konkretere Maßnahmen, mit denen für Medienkompetenzinitiativen geworben und öffentlich auf sie hingewiesen wird.⁷⁶ Es ist in der Tat von entscheidender Bedeutung, für Sichtbarkeit zu sorgen, Interesse zu wecken und das Publikum effektiv zu erreichen. Medienkompetenz kann daher auf verschiedenen Ebenen und mit unterschiedlichen Mitteln gefördert werden, etwa wie folgt:

Abbildung 4. Maßnahmen zur Förderung der Medienkompetenz

Wer?	Wie?
- Regierung	- Kampagnen (Engagement für das Gemeinwesen, Veranstaltungen, Workshops)
- Regulierer	- Pädagogische Initiativen
- Industrie	- Partnerschaften mit Online-Plattformen und Medien / Einbindung von Influencern
- Besondere Stellen	- Mehrsprachige Ressourcen

Dieser Abschnitt enthält Beispiele dafür, wie die Förderung der Medienkompetenz im Primär- und/oder Sekundärrecht verschiedener Länder angegangen wird, welche Maßnahmen, Anforderungen oder Initiativen vorgesehen sind und für wen diese gelten. Die Förderung der Medienkompetenz kann entweder individuell oder durch Kooperation zwischen verschiedenen Akteuren der Medienlandschaft erreicht werden.

3.3.1. Verpflichtungen nationaler Regulierungsbehörden

In vielen Ländern liegt die Verantwortung für die Förderung von Medienkompetenzinitiativen bei den bestehenden nationalen Regulierungsbehörden. Ihre Aufsicht über die audiovisuelle Medienlandschaft spielt eine entscheidende Rolle für den erfolgreichen Umgang mit diesem Thema und ermöglicht eine robuste, umfassende und offizielle Öffentlichkeitsarbeit. Beispiele dafür, wie die Regulierungsbehörden dieses Ziel erreichen können, finden sich in Lettland, Österreich und Kroatien.

In **Österreich** bestimmt § 20a des KommAustria-Gesetzes,⁷⁷ dass die RTR-GmbH „für die Bereitstellung eines vielfältigen Informationsangebots zum Thema Medienkompetenz im digitalen Zeitalter zu sorgen und als Servicestelle für Initiativen in diesem Bereich zu fungieren“ hat. Der Regulierer muss zudem ein Informationsportal zu

⁷⁶ In der englischen Fassung wird der Begriff „promotion“ verwendet, im [Cambridge Dictionary](#) definiert als „act of encouraging something to happen or develop“, aber auch als „activities to advertise something“,

⁷⁷ [Bundesgesetz über die Einrichtung einer Kommunikationsbehörde Austria \(„KommAustria“\)](#) (KommAustria-Gesetz – KOG),

entsprechenden Projekten und Initiativen betreiben, insbesondere zu solchen, die aus öffentlichen Mitteln gefördert werden.

In **Kroatien** muss der Rat für elektronische Medien gemäß Artikel 19 Absatz 1 des Gesetzes über elektronische Medien⁷⁸ ebenfalls Programme zur Entwicklung von Kenntnissen und Medienkompetenzen fördern. 2018 hat die kroatische Regulierungsbehörde AEM die „Medienkompetenztage“ ins Leben gerufen, um eine Plattform zur Förderung und Organisation von Medienkompetenzprojekten zu schaffen. Sie gehören inzwischen zu den wichtigsten MK-Events Kroatiens. Im Jahr 2021 gab es in landesweit 115 Städten mehr als 266 Veranstaltungen (Vorträge, Workshops, Debatten und andere Aktivitäten) mit mehr als 16 000 Teilnehmenden.⁷⁹

In **Lettland** verlangt das Gesetz über elektronische Massenmedien (*Elektronisko plašsaziņas līdzekļu likums*)⁸⁰ lediglich, dass der Nationale Rat für elektronische Massenmedien „die Medienkompetenz fördert“, aber detaillierte Informationen darüber, wie dieses Ziel erreicht werden soll und vor welchen Herausforderungen es steht, finden sich in der Nationalen Strategie für die Entwicklung des Sektors der elektronischen Medien für den Zeitraum 2023–2027.⁸¹ Die Medienkompetenz soll insbesondere durch die Datenbank „datubaze.nepl.lv“ gefördert werden, die der Nationale Rat für elektronische Massenmedien (*Nacionālā elektronisko plašsaziņas līdzekļu padome* – NEPLP) aufgebaut hat. Die Strategie für den Zeitraum 2023–2027 sieht insbesondere die Erweiterung ihres Funktionsumfangs und die Aufnahme von Materialien aus anderen baltischen Staaten – auf Litauisch und Estnisch – sowie die Übersetzung der wichtigsten Materialien ins Lettische vor. Der Strategie zufolge werden die Pflege, die regelmäßige Aktualisierung und die breite Nutzung der Datenbank den Erfahrungsaustausch zum Thema Medienkompetenz erheblich erleichtern und allen Interessierten den einfachen Zugang zu Materialien aus anderen Ländern ermöglichen.

3.3.2. Verpflichtungen von Medienkompetenzstellen

In einigen Ländern hat der Fokus auf Medienkompetenz dazu geführt, dass spezielle Einrichtungen für diesen Bereich aufgebaut wurden. Diese Einrichtungen sind nicht unbedingt neu und bestehen teilweise schon seit mehreren Jahrzehnten.

Ein gutes Beispiel hierfür ist Belgien, denn hier haben alle drei Gemeinschaften solche Einrichtungen geschaffen.

In der **Französischsprachigen Gemeinschaft** wurde bereits 2008 der Hohe Rat für Medienerziehung (*Conseil Supérieur de l'Éducation aux Médias* – CSEM)⁸² eingerichtet.

⁷⁸ [Zakon o elektroničkim medijima](#)

⁷⁹ <https://edmo.eu/resources/repositories/mapping-the-media-literacy-sector/croatia/>

⁸⁰ [Electronic Mass Media Law](#)

⁸¹ [Elektronisko plašsaziņas līdzekļu nozares attīstības nacionālā stratēģija 2023.-2027.gadam](#)

⁸² <https://www.csem.be/>

In **Flandern** folgte 2013 das Flämische Wissenszentrum für Digital- und Medienkompetenz (*Mediawijs*).⁸³ Es wurde vom flämischen Medienministerium initiiert und finanziert und soll der Flämischen Gemeinschaft die Informationen und Materialien bereitstellen, die notwendig sind, „um digitale Technologie und Medien aktiv, kreativ, kritisch und bewusst zu nutzen und zu verstehen, um an der digitalen Gesellschaft teilzuhaben“.

Für die **Deutschsprachige Gemeinschaft** gibt es das Medienzentrum Ostbelgien,⁸⁴ das die Aufgabe hat, die Medienkompetenz zu fördern und medienpädagogische Aktivitäten für alle Altersgruppen anzubieten.

3.3.3. Verpflichtungen für VSPs

Die Verpflichtung zur Aufklärung der Nutzer über die von VSP entwickelten Maßnahmen und Instrumente zur Förderung der Medienkompetenz wird im Primärrecht sehr selten aufgegriffen. Einige wenige Länder gehen jedoch über den Wortlaut der AVMD-Richtlinie hinaus, darunter Österreich, Belgien und Polen.

In **Österreich** müssen VSP-Anbieter zur Aufklärung der Nutzer und zur Verbesserung der Medienkompetenz einfache und direkt verfügbare Dienste – oder eigene Dienste – dauerhaft auf ihrer Website zur Verfügung stellen oder zumindest auf das Informationsportal der RTR-GmbH und zusätzlich auf andere relevante Dienste Dritter verweisen, und zwar mit einer deutlich sichtbaren Kennzeichnung und Gestaltung auf der Startseite der Website.

Im Erlass über audiovisuelle Mediendienste und Video-Sharing-Dienste⁸⁵ der **Französischsprachigen Gemeinschaft Belgiens** heißt es in Artikel 2.5-2 Absatz 2 Ziffer 6, dass die VSP-Anbieter nicht nur Maßnahmen zur Förderung der Medienkompetenz und zur Aufklärung der Nutzer über diese Maßnahmen zu ergreifen, sondern auch sicherzustellen haben, dass diese Maßnahmen transparent, benutzerfreundlich und effizient sind.

Auch das **polnische** Rundfunkgesetz⁸⁶ sieht in Artikel 47w vor, dass VSP-Anbieter die Medienkompetenz ihrer Nutzer fördern müssen, indem sie über die Rechte und Pflichten von VSP-Nutzern und -Anbietern aufklären.

⁸³ <https://www.mediawijs.be/en>

⁸⁴ https://ostbelgienmedien.be/desktopdefault.aspx/tabid-4434/7886_read-44477/

⁸⁵ [Décret relatif aux services de medias audiovisuels et aux services de partage de vidéos](#) – 4. Februar 2021,

⁸⁶ Ustawa o radiofonii i telewizji, <https://lexlege.pl/ustawa-o-radiofonii-i-telewizji/>

3.3.4. Zusammenarbeit zwischen den Akteuren der Medienlandschaft

Fördermaßnahmen können von verschiedenen Akteuren eigenständig durchgeführt werden, etwa von nationalen Regulierungsbehörden, anderen nationalen Einrichtungen, der Industrie oder Bildungseinrichtungen, sie können aber auch im Rahmen von Kooperationsprojekten durchgeführt werden. In bestimmten Ländern erfordert der nationale Rechtsrahmen zur Erreichung der gewünschten Ziele eine Zusammenarbeit zwischen diesen Akteuren.

In **Zypern** bestimmt Artikel 18D des Gesetzes über die zyprische Rundfunkanstalt,⁸⁷ dass diese die Aufgabe hat, in Zusammenarbeit mit der Rundfunkbehörde (*Αρχή Ραδιοτηλεόρασης Κύπρου*) Maßnahmen zur Vermittlung von Medienkompetenzen zu fördern und zu entwickeln. Die Rundfunkanstalt muss sich an den von der nationalen Regulierungsbehörde koordinierten Maßnahmen zur Förderung der Medienkompetenz beteiligen, insbesondere im Hinblick auf die Verbreitung klarer und benutzerfreundlicher Informationen unter den Bürgerinnen und Bürgern und die Unterstützung von Aufklärungskampagnen, etwa über die Art und Weise, wie Informationen und kreative Inhalte im digitalen Umfeld produziert, beworben und verbreitet werden, über die verantwortungsvolle Nutzung des Internets im Allgemeinen sowie über die Funktionsweise und optimale Nutzung von Suchmaschinen.

In **Frankreich** haben das Ministerium für nationale Bildung und Jugend, die nationale Regulierungsbehörde (Arcom) und das „Réseau CANOPÉ“, insbesondere dessen Zentrum für Medien- und Informationserziehung (*Centre de liaison de l'enseignement et des médias d'information – CLEMI*), im Januar 2023 eine Partnerschaftsvereinbarung⁸⁸ unterzeichnet. Die Vereinbarung soll die Zusammenarbeit zwischen dem Ministerium, dem CLEMI und dem Regulierer auf dem Gebiet der Bildung im Bereich Medien, Information und digitale Staatsbürgerschaft stärken. Das Ministerium erinnert darin insbesondere an sein Engagement für Medienkompetenz, in dessen Rahmen es dem Thema in den Lehrplänen der Pflichtschulen und weiterführenden Schulen Raum gegeben und Bildungsinitiativen ergriffen hat, deren Ziel es war, die Informationsgewohnheiten der Schülerinnen und Schüler und ihre Fähigkeit zu kritischem Denken zu entwickeln und sie gleichzeitig zu lehren, Informationen und die digitale Welt mit Verantwortungsbewusstsein und Bürgersinn zu nutzen. Gemäß der Vereinbarung haben die Parteien beschlossen, in verschiedenen Bereichen zusammenzuarbeiten, insbesondere um sich gegenseitig bei ihren Maßnahmen zu unterstützen, sich gemeinsam an der Entwicklung von Bildungsinitiativen zur Medienkompetenz zu beteiligen und Erfahrungen auszutauschen.

⁸⁷ [Ο περί Ραδιοφωνικού Ιδρύματος Κύπρου Νόμος](#)

⁸⁸ [Convention de partenariat du 17 janvier 2023 entre le ministère de l'Éducation nationale et de la Jeunesse et l'Arcom dans le domaine de l'éducation aux médias, à l'information et à la citoyenneté numérique](#)

Im März 2023 folgte dann eine weitere Partnerschaftsvereinbarung⁸⁹ zwischen der Hochschule Celsa der Sorbonne und der Arcom. Darin verpflichtet sich die Arcom insbesondere, den Schulungsteams verfügbare Ressourcen zu ihren Fachgebieten vorzustellen, Schulungen für Studierende zu organisieren und sich an gelegentlichen Bildungsveranstaltungen zu beteiligen.

Eine weitere Vereinbarung⁹⁰ wurde im Januar 2024 zwischen der Arcom und ARTE unterzeichnet. ARTE Education, eine Tochtergesellschaft des europäischen Kultursenders ARTE, wird in Kooperation mit der Arcom die Medien- und Informationskompetenz sowie die digitale Staatsbürgerschaft fördern, indem sie auf der Plattform Educ'ARTE neue Bildungsressourcen anbietet, die speziell für französischsprachige Sekundarschulen konzipiert sind.

Da NGOs, Universitäten und Hochschuleinrichtungen in **Lettland** eine wichtige Rolle spielen, wird in der nationalen Strategie für 2023–2027 weiter betont, wie wichtig es ist, den Erwerb von Medienkompetenzen in allen Altersgruppen im Rahmen des formalen Bildungssystems zu fördern. Zudem wird darin die Rolle der Ministerien für Bildung und Wissenschaft und für Kultur im Bereich der Medienkompetenz betont, und es wird empfohlen, aktiv mit diesen Ministerien zu kooperieren, um die Umsetzung von Konzepten zur Förderung der Medienkompetenz auf allen Ebenen zu stärken.

⁸⁹ [Convention entre le CELSA Sorbonne Université et l'Arcom dans le domaine de l'éducation aux médias, à l'information et à la citoyenneté numérique](#)

⁹⁰ [ARTE Education et l'Arcom signent un partenariat et s'engagent conjointement pour l'Education aux médias, à l'information et à la citoyenneté numérique](#)

4. Die Bedeutung der Evaluierung

Medienkompetenz kann je nach der nationalen Medienlandschaft und dem kulturellen oder politischen Kontext variieren. In Ländern mit starker politischer Polarisierung, Kontrolle oder Zensur können kritisches Denken, Faktenprüfung und die Fähigkeit, einseitige oder reißerische Inhalte zu durchschauen, wichtiger sein als anderswo. Medienkompetenzinitiativen müssen daher auf die spezifischen Bedürfnisse eines Landes zugeschnitten sein. Dadurch wird sichergestellt, dass die erworbenen Fähigkeiten in dem betreffenden Umfeld relevant und effektiv sind. In diesem Szenario ist die Umsetzung eines umfassenden Evaluierungsrahmens von entscheidender Bedeutung, um eine angemessene Wirkung auf die bestehende Medienlandschaft sicherzustellen und den Erfolg der durchgeführten Initiativen zu bewerten. Die Evaluierung kann in verschiedenen Phasen erfolgen: vor, während und nach der Entwicklung und Durchführung von Medienkompetenzprogrammen.

Die Bewertung kann folgende Aufgaben erleichtern:

- Evaluierung des aktuellen Umfelds aus Medienangebot und Medienkonsum
- Ermittlung von Herausforderungen und verbesserungswürdigen Bereichen
- Festlegung klarer Ziele
- Ermittlung der technischen und finanziellen Mittel zur Lösung dieser Probleme
- Bewertung der erzielten Wirkung

Obwohl kein supranationaler Rechtsrahmen einen solchen Evaluierungsprozess vorschreibt, haben ihn einige Länder in ihrem Primär- oder Sekundärrecht geregelt, wobei manche Länder wie Lettland, die Slowakei und Polen eine vorgelagerte Evaluierung zur Bewertung des Zustands des Medioumfelds oder des Niveaus der Medienkompetenz vorschreiben oder Empfehlungen für die Bewertung von Aktivitäten oder Initiativen fordern (wie das Vereinigte Königreich). In anderen Fällen, wie z. B. in Litauen, wird eine Bewertung der Durchführung von Medienkompetenzmaßnahmen und ihrer Auswirkungen verlangt.

4.1. Anforderungen nach nationalem Recht

In **Litauen** sieht das Gesetz über die Information der Öffentlichkeit⁹¹ vor, dass die von der Regierung beauftragte Behörde im Bereich der öffentlichen Information gemeinsam mit anderen Organisationen regelmäßig die Durchführung von Medienkompetenzaktivitäten und deren Wirkung auf die Öffentlichkeit evaluiert.

In **Polen** sieht Artikel 6 Absatz 2 Ziffer 14 des Rundfunkgesetzes⁹² vor, dass zu den Aufgaben des Nationalen Rundfunkrats als Regulierer die Prüfung und Evaluierung des Stands der Medienerziehung gehört, einschließlich der Evaluierung der Maßnahmen von Mediendienste- und VSP-Anbietern in diesem Bereich.

Das **slowakische** Gesetz über Mediendienste und zur Änderung und Ergänzung bestimmter Gesetze⁹³ verlangt keine Evaluierung der ergriffenen Maßnahmen und ihrer Auswirkungen, sondern einen vorgelagerten Evaluierungsprozess zur Bewertung des Zustands des Medienumfelds. Artikel 110 Absatz 3 Buchstabe g sieht insbesondere vor, dass zu den Zuständigkeiten der nationalen Regulierungsbehörde auch gehört, Forschungs- und Analysetätigkeiten im Medienbereich zu initiieren und durchzuführen, um den Zustand des Medienumfelds zu überwachen und zu evaluieren, auch in Bezug auf Medienkompetenz.

Im **Vereinigten Königreich** hat die Regulierungsbehörde Ofcom insbesondere die Aufgabe, im Rahmen ihres jährlichen Berichts an den Secretary of State, die schottischen und walisischen Minister sowie den Wirtschaftsminister in Nordirland eine Erklärung zur Medienkompetenz zu formulieren (Absatz 12 des Anhangs zum Ofcom-Gesetz).⁹⁴ Ofcom muss eine Erklärung formulieren und von Zeit zu Zeit überprüfen und überarbeiten, in der empfohlen wird, wie andere, einschließlich der Anbieter von regulierten Diensten, Aktivitäten oder Initiativen entwickeln, verfolgen und evaluieren können, die für die Medienkompetenz im Zusammenhang mit regulierten Diensten relevant sind. In der Erklärung geht es insbesondere darum, zusammenzufassen, was in dem Haushaltsjahr (1. April bis 31. März), auf das sich der Bericht bezieht, in Ausübung der Pflichten des Ofcom zur Förderung der Medienkompetenz getan wurde, und zu bewerten, welche Fortschritte bei der Verwirklichung der Ziele und Prioritäten gemacht wurden, die in der Medienkompetenzstrategie für das betreffende Jahr festgelegt wurden (Artikel 11 (AD) und 11A (6) bis (8) des Kommunikationsgesetzes).⁹⁵

Eine solche Evaluierungspflicht kann sich auch aus dem Sekundärrecht ergeben, wie dies in **Lettland** der Fall ist. Die Nationale Strategie für die Entwicklung des Sektors der elektronischen Medien 2023–2027⁹⁶ sieht in Abschnitt [A-3-4] vor, dass zur Sicherstellung der Durchführung datengestützter Medienkompetenzaktivitäten, auch im

⁹¹ Lietuvos Respublikos visuomenės informavimo įstatymas, Nr. I-1418, Art. 45 Abs. 2 Ziff. 4, <https://www.e-tar.lt/portal/lt/legalAct/TAR.065AB8483E1E/asr>

⁹² Ustawa o radiofonii i telewizji, <https://lexlege.pl/ustawa-o-radiofonii-i-telewizji/>

⁹³ *Zakon z 22. júna 2022 o mediálnych službách a o zmene a doplnení niektorých zákonov*

⁹⁴ *Office of Communications Act 2002*

⁹⁵ *Communications Act 2003*

⁹⁶ *Elektronisko plašsaziņas līdzekļu nozares attīstības nacionālā stratēģija 2023.-2027.gadam.*

Falle der Bereitstellung von Finanzmitteln, mindestens alle zwei Jahre eine Erhebung des Niveaus der Medienkompetenz in der Gesellschaft durchgeführt werden sollte, die sowohl qualitative als auch quantitative Teile umfasst. Diese Erhebung sollte der Methodik folgen, die von der Expertenarbeitsgruppe im Jahr 2022 entwickelt wurde. Nach der Durchführung der Studie und der Zusammenstellung der Ergebnisse müssen diese den Interessenträgern vorgestellt und zur Festlegung der nächsten Schritte zur Förderung der Medienkompetenz genutzt werden.

4.2. Praktische Umsetzung

Als eine der Maßnahmen, die im Rahmen des Kommunikationsgesetzes ergriffen wurden, veröffentlichte die **britische** Regulierungsbehörde Ofcom im Februar 2023 ein Toolkit zur Evaluierung von Eingriffen zur Förderung der Medienkompetenz,⁹⁷ das im November 2023 überarbeitet wurde. Dieses Toolkit soll denjenigen, die Eingriffe zur Förderung der Digitalkompetenz vornehmen, helfen, ihre eigenen Projekte zu evaluieren und ihre Erkenntnisse an andere weiterzugeben, um künftige Projekte noch effektiver zu gestalten. Das Toolkit hebt drei Schlüsselphasen hervor: Vorbereitung, Durchführung sowie Lernen und Weitergabe. Ofcom betont, wie wichtig es ist, die im Rahmen des Evaluierungsprozesses gesammelten Informationen weiterzugeben, um durch die Bereitstellung wertvoller Erkenntnisse zur Verbesserung künftiger Medienkompetenzinitiativen beizutragen.

Die beschriebenen Situationen und Konzepte werden durch Definitionen und fiktive Beispiele veranschaulicht, und andere Berichte, Artikel und Tools sind verlinkt. Zudem wird das Toolkit von zwei durchsuchbaren Online-Bibliotheken zu Medienkompetenzinitiativen und Medienkompetenzforschung begleitet.⁹⁸

In **Flandern** misst *Mediawijs*, das Flämische Wissenszentrum für Digital- und Medienkompetenz, die Medienkompetenz seit 2015 gemeinsam mit mehreren Partnern. In (halb-)jährlichen Studien untersuchen sie den Stand der Mediennutzung und der Mediengewohnheiten der Bürgerinnen und Bürger. Außerdem hat *Mediawijs* an der Ausarbeitung eines Medienkompetenzmodells mitgewirkt.⁹⁹ Dieses Projekt dient als nützliches Tool für Evaluierungszwecke. Insbesondere enthält es Orientierungshilfen für die Entwicklung neuer Projekte und Tools.

Mediawijs vergleicht den Kreis unten mit einer Pizza: Je nach Vorlieben und Situation unterscheiden sich Initiativen zur Medienkompetenz von Mensch zu Mensch, wie eine Pizza. Dieses Modell kann daher als Ausgangspunkt dienen, um einen Rahmen zu formulieren, mit dem man seine Ziele je nach Medium, Zielgruppe und Kontext effektiv und effizient erreichen kann. Je nach Zielsetzung werden sich die Projekte auf

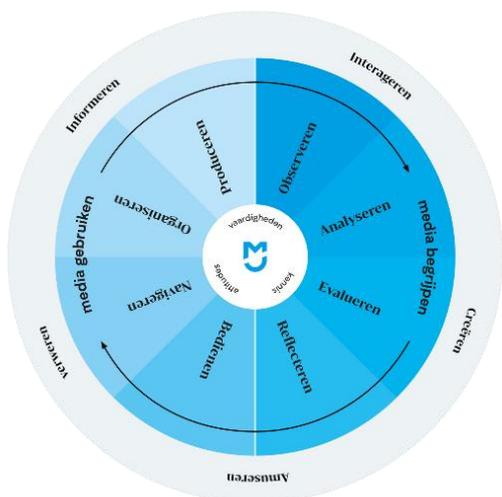
⁹⁷ <https://www.ofcom.org.uk/research-and-data/media-literacy-research/approach/evaluate/toolkit>

⁹⁸ <https://www.ofcom.org.uk/research-and-data/media-literacy-research/toolkit/initiatives-library> und <https://www.ofcom.org.uk/research-and-data/media-literacy-research/toolkit/research-library>

⁹⁹ <https://www.mediawijs.be/en/competentiemodel>

unterschiedliche (Teil-)Kompetenzen konzentrieren. Aus dem Medienkompetenzmodell wurde eine „Lernkurve“¹⁰⁰ abgeleitet, die zeigt, welche Fähigkeiten und Kenntnisse Kinder in welchem Alter idealerweise beherrschen sollten.

Abbildung 5. Medienkompetenzmodell



Quelle: Mediawijs, The Media Literacy Competency Model

Abbildung 6. Zoom auf das Medienkompetenzmodell

Medienkompetenzmodell				
MEDIENZIELE				
Informieren	Interagieren	Erstellen	Unterhalten	Verteidigen
KOMPETENZCLUSTER				
Medien nutzen		Medien verstehen		
TEILKOMPETENZEN				
Bedienen		Beobachten		
Orientieren		Analysieren		
Organisieren		Evaluieren		
Produzieren		Reflektieren		

Quelle: Mediawijs, The Media Literacy Competency Model

¹⁰⁰ <https://www.mediawijs.be/en/node/300>



Das Medienkompetenzmodell kann auch verwendet werden, um die Wirkung von Medienkompetenzprojekten und -tools zu messen. Es bildet die Grundlage für den Betternet Impact Wizard,¹⁰¹ ein Tool zur Messung der Wirksamkeit einer Initiative.

¹⁰¹ Ein Zugriff auf den Better Impact Wizard war bis Redaktionsschluss nicht möglich.

5. Stärkung der Fähigkeit der schwächsten Nutzer zum kritischen Denken

Grundpfeiler der Medienkompetenz war schon immer das kritische Denken. Wer einem ständigen und überwältigenden Informationsfluss ausgesetzt ist, muss sich kritisch mit ihm auseinandersetzen und ihn verstehen. Die Entwicklung der Fähigkeit zu kritischem Denken ist zwar ein Ziel, das jede Bevölkerungsgruppe angeht, aber das Problem muss an der Wurzel gepackt werden. Es ist wichtig, jungen Menschen bei der Entwicklung der nötigen Fähigkeiten zu helfen, damit sie die Masse an Informationen, mit denen sie im Laufe ihres Lebens konfrontiert werden, kritisch bewerten können. Dazu müssen kritische und verantwortungsbewusste Medienanbieter und -nutzer geschult werden. Da die Nutzer nun auch die aktive Rolle des Erstellens und Anbietens von Informationen bzw. Inhalten übernehmen können, ist es umso wichtiger, ihnen die entsprechenden Fähigkeiten zu vermitteln. Kritisches Denken geht also auch mit Verantwortungsbewusstsein einher.

Aber beim Thema Medienkompetenz und Desinformation geht es traditionell meist um Minderjährige – eine Zielgruppe, die durch formale Bildung leicht zu erreichen ist –, doch allmählich verlagert sich die Aufmerksamkeit nun auf eine andere gefährdete Gruppe. Mit der Ausweitung digitaler Quellen haben auch ältere Menschen immer öfter mit Online-Medien zu tun, zumal sie viele Informationen konsumieren und sich für Nachrichten und das Zeitgeschehen interessieren.¹⁰² Ein Hauptaugenmerk liegt oft auf der Digitalkompetenz, die ältere Menschen brauchen, um sich in digitalen Tools zurechtzufinden, auf Websites von Behörden zuzugreifen und sich mit diversen Online-Medien zu beschäftigen. Doch jenseits digitaler Grundkompetenzen sind ältere Menschen auch einem erhöhten Risiko durch Fehl- und Desinformation ausgesetzt, da es ihnen an kritischem Urteilsvermögen mangelt, wenn sie Informationen im Internet finden. Die Risiken, denen ältere Menschen ausgesetzt sind, ergeben sich auch aus ihren Konsumgewohnheiten, die stark von traditionellen Medien wie Zeitungen, Radio und Fernsehen geprägt sind. Das Verlernen und Umlernen ist daher in höherem Alter von grundlegender Bedeutung.

¹⁰² Media Literacy for Senior Citizens in Spain, <https://media-and-learning.eu/subject/media-literacy/media-literacy-for-senior-citizens-in-spain/>

5.1. Fähigkeit zu kritischem Denken

Kritisches Denken ist deshalb ein Schlüsselement für das Verstehen von Medieninhalten und den sicheren Umgang mit ihnen. Es ermöglicht auch die Förderung einer verständigeren, besser informierten und resistenteren Bürgerschaft. Konkret ermöglicht die Entwicklung dieser Fähigkeit den Nutzern

- das Erkennen verschiedener Arten von Medieninhalten und das Bewerten der Inhalte in Bezug auf Richtigkeit, Zuverlässigkeit und Preiswürdigkeit
- eine unabhängige Meinungsbildung
- das Hinterfragen der Motivation der Inhaltsproduzenten mit dem Ziel, informierte Entscheidungen über die Auswahl und Nutzung von Inhalten zu treffen

Insbesondere sollte die kritische Evaluierung medialer Inhalte und Informationen die Nutzer in die Lage versetzen, Verzerrungen, manipulative Taktiken, (Schleich-)Werbung sowie Fehl- und Desinformation zu erkennen und zwischen Fakten und Meinungen zu unterscheiden. Da Minderjährige und junge Nutzer im Allgemeinen in immer jüngerem Alter immer mehr Medieninhalte konsumieren, sind sie mit solchen Herausforderungen zunehmend konfrontiert. Daher muss sichergestellt werden, dass sie in die Lage versetzt werden, die von den (Online-)Medien ausgehenden Risiken zu erkennen und zu verstehen. Auf nationaler Ebene wurden zahlreiche Initiativen ergriffen, um diese Probleme anzugehen und junge Nutzer zum Umgang damit zu befähigen. Laut der im Mai 2023 erschienenen vierten Ausgabe der Better Internet for Kids (BIK) Policy Map¹⁰⁵ haben Polen, Spanien, Estland und Slowenien in den letzten zwölf Monaten neue Aktivitäten zur Förderung des kritischen Denkens im Zusammenhang mit der Medienbranche und zur Evaluierung von Inhalten auf Wahrheitsgehalt und Zuverlässigkeit gemeldet.

Initiativen zu kritischem Denken können in das System der frühkindlichen Bildung eingebettet werden, wobei der Schwerpunkt auf spezifischen, altersgerechten Tools und Maßnahmen zur Einführung in grundlegende Konzepte liegt. Zudem können sie als interaktive Lerneinheiten durchgeführt werden, bei denen Minderjährige Medieninhalte analysieren, hinterfragen und erstellen müssen. Ein offenes Umfeld, das zur Diskussion und zum Dialog anregt, spielt bei der Vermittlung der notwendigen Fähigkeiten ebenfalls eine große Rolle. Die Einbeziehung von Eltern und Lehrkräften ist ein wichtiger Faktor, da ihnen bei der Aufklärung der jüngeren und der älteren Generationen eine Schlüsselrolle zukommt. Allerdings lässt sich nicht leicht sicherstellen, dass sie dafür auch qualifiziert sind. Daher werden Ressourcen und Anleitungen entwickelt, um Lehrkräfte zu schulen und ihnen die richtigen Tools an die Hand zu geben, mit denen sie die Aufklärung der Kinder unterstützen können.

Initiativen zur Förderung der Medienkompetenz können in formalen Bildungssystemen entwickelt werden, aber auch in Form von non-formaler Bildung erfolgen, bei der alle Bildungsaktivitäten außerhalb des formalen Schulsystems

¹⁰⁵ [The Better Internet for Kids \(BIK\), Policy Map, fourth edition, 2023](#)

organisiert werden. In der 2023 veröffentlichten Europäischen Erklärung zu den digitalen Rechten und Grundsätzen¹⁰⁴ verpflichten sich das Europäische Parlament, der Rat und die Kommission, „Bemühungen zu unterstützen, um allen Lernenden und Lehrkräften die Möglichkeit zu geben, alle erforderlichen digitalen Fähigkeiten und Kompetenzen, einschließlich Medienkompetenz, sowie kritisches Denken zu erwerben und auszutauschen, damit sie sich aktiv an der Wirtschaft, der Gesellschaft und an demokratischen Prozessen beteiligen können“. Im Aktionsplan für Medien und audiovisuelle Medien,¹⁰⁵ den die Europäische Kommission im Jahr 2020 veröffentlicht hat, heißt es zudem, „Medienkompetenz sollte in die Lehrpläne der Schulen aufgenommen werden, damit Kinder verantwortungsvoll mit Mediendiensten umgehen können und besser gegen Bedrohungen durch Gewalt und Desinformation im Internet gewappnet sind“. Das Projekt Digital Citizenship Education¹⁰⁶ (DCE) unter Federführung des Europarats bietet einen ganzheitlichen Ansatz zur Entwicklung der wesentlichen Fähigkeiten und Kenntnisse, die in der vernetzten Welt von heute benötigt werden, und zur Förderung der Werte und Einstellungen, die sicherstellen, dass sie sinnvoll und vernünftig genutzt werden. Zu den zehn Aktionsbereichen des Projekts gehören Medienkompetenz und insbesondere die Fähigkeit zu kritischem Denken. Zudem hat der Europarat das DCE Promoters Network ins Leben gerufen, ein informelles Netzwerk von Bildungsfachleuten, das eine erleichterte Umsetzung von DCE in Schulen und non-formalen und/oder informellen Lernumgebungen ermöglicht.¹⁰⁷

5.2. Stärkung von Minderjährigen

Minderjährige stehen seit Jahren im Mittelpunkt, denn die meisten Initiativen zur Medienkompetenz richten sich an junge Menschen. Sie müssen die Mittel und Kenntnisse bekommen, mit denen sie die Risiken bewältigen können, die ihnen durch die Medien drohen, vor allem wenn sie sich noch im Lernprozess befinden.

Im März 2024 hat Better Internet for Kids (BIK),¹⁰⁸ eine von der Europäischen Kommission im Jahr 2022 verabschiedete Strategie, in Zusammenarbeit mit dem Netzwerk der Safer Internet Centres in Tschechien, Irland und Polen die Kampagne #MediaSmartOnline¹⁰⁹ gestartet. Bei dieser fünfwöchigen Phase handelte es sich um einen Pilotversuch, wobei der europaweite Projektstart für 2025 geplant ist. Ziel der Kampagne ist die Aufklärung über alle Maßnahmen und Initiativen zur Förderung der Medienkompetenz, die derzeit für Kinder und Jugendliche zur Verfügung stehen, aber

¹⁰⁴ Europäische Erklärung zu den digitalen Rechten und Grundsätzen für die digitale Dekade, [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/HTML/?uri=CELEX:32023C0123\(01\)](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/HTML/?uri=CELEX:32023C0123(01))

¹⁰⁵ [Mitteilung der Kommission an das Europäische Parlament, den Rat, den Europäischen Wirtschafts- und Sozialausschuss und den Ausschuss der Regionen, Europas Medien in der digitalen Dekade: Ein Aktionsplan zur Unterstützung der Erholung und des Wandels](#)

¹⁰⁶ <https://www.coe.int/en/web/digital-citizenship-education/the-concept>

¹⁰⁷ <https://www.coe.int/en/web/digital-citizenship-education/promoters>

¹⁰⁸ <https://www.betterinternetforkids.eu/>

¹⁰⁹ <https://www.betterinternetforkids.eu/mediasmartonline>

auch für die Menschen, die sich für deren Befähigung einsetzen (Eltern und Betreuungspersonen, Lehrkräfte und Auszubildende).

5.2.1. Förderung von kritischem Denken in formalen Bildungssystemen

Die Integration der Medienkompetenz in die formale Bildung gewährleistet einen strukturierten und umfassenden Ansatz zur Entwicklung grundlegender Fähigkeiten in allen Altersstufen. Durch die Aufnahme des Themas in ihre Lehrpläne stellen Schulen und Universitäten sicher, dass Medienkompetenz systematisch gelehrt und bewertet wird.

In **Dänemark** spielt Medien- und Digitalkompetenz im formalen Bildungssystem eine wichtige Rolle, da sie schon seit einigen Jahren in der Sekundarstufe II der allgemein- und berufsbildenden Schulen vermittelt wird. Die Strategie für digitales Wachstum in Dänemark für den Zeitraum 2018–2025 sieht vor, dass Medienkompetenz in den allgemeinen Oberstufenlehrplan aufgenommen wird. Zu den Initiativen, die zur Unterstützung dieses Ziels durchgeführt wurden, gehört die Plattform Social Star,¹¹⁰ die Bildungsmaterial für Kinder und Jugendliche im Alter von 13 bis 17 Jahren bereitstellt. Laut dem EDMO-Bericht über Medienkompetenz in Dänemark¹¹¹ lehrt Social Star im Rahmen verschiedener Aktivitäten, sich im Internet zurechtzufinden und soziale Medien, Schleichwerbung und Produktplatzierung bei Influencern auf YouTube kritisch zu betrachten.

In **Frankreich** ist für die Vermittlung von Medien- und Informationskompetenz im Bildungssystem das CLEMI¹¹² zuständig. Zu seinen Aufgaben gehören die Erstellung und Verbreitung von Ressourcen zur Unterstützung von Initiativen, die Kindern und Jugendlichen vom Kindergarten bis zur Sekundarstufe einen verantwortungsvollen Umgang mit den Medien und kritisches Denken vermitteln, unabhängig vom verwendeten Informations- oder Kommunikationsmedium (Print, audiovisuelle Medien, Internet, soziale Netzwerke).

Laut der EDMO-Länderseite zur Medienkompetenz in Frankreich¹¹³ orientiert sich der Ansatz des CLEMI eher an Fähigkeiten als an Tools. Ziel ist, Kindern die Fähigkeit zu vermitteln, die Informationen, denen sie begegnen, zu hinterfragen und zu überprüfen. Jedes Jahr veranstaltet das CLEMI die „Woche der Presse und Medien in der Schule“. Mit dieser Initiative will es Kindern und Jugendlichen vom Kindergarten bis zur Sekundarstufe helfen, die Welt der Medien zu verstehen und zu entschlüsseln, zu lernen, wie sich Quellen und Informationen überprüfen lassen, das Zeitgeschehen interessiert zu verfolgen und eine staatsbürgerliche Identität zu entwickeln. Die 35. Ausgabe fand vom

¹¹⁰ https://portals.clio.me/dk/dansk/7-10/forloeb/show-unitplan/?unit_plan=f32bc5f5-19d1-4721-a501-f27030504680&is_preview=1

¹¹¹ <https://edmo.eu/resources/repositories/mapping-the-media-literacy-sector/denmark/>

¹¹² <https://www.clemi.fr/>

¹¹³ <https://edmo.eu/resources/repositories/mapping-the-media-literacy-sector/france/>

18. bis 23. März 2024 unter dem Motto „Nachrichten an allen Fronten“ statt. Um die Informationen, die auf sie einströmen, kritisch einschätzen zu können, müssen Schülerinnen und Schüler verstehen, wie diese Informationen produziert werden.

Zu den Projekten des CLEMI gehören auch Workshops zu kritischem Denken (*Ateliers Déclic'Critique*), die konkrete Fälle von Medien- und Informationskompetenz veranschaulichen, um Lehrkräften zu helfen, sowie Spiele (etwa *Qu'est-ce que tu fabriques?*), bei denen die Schüler lernen, zwischen Werbung und Information zu unterscheiden.

In **Nordmazedonien** ist Medienkompetenz als solche kein Thema eines offiziellen Bildungsprogramms. Allerdings zielen die Bildungsstrategie für 2018–2025¹¹⁴ und der zugehörige Aktionsplan insbesondere auf die „Entwicklung von Allgemein- und Kernkompetenzen von Schülerinnen und Schülern (und allen Lernenden), die sie zu kritischem Denken und zu einer aktiven und relevanten Teilhabe am gesellschaftlichen Leben befähigen“. Eine ihrer Prioritäten besteht in der inhaltlichen Verbesserung der Grundschulbildung und insbesondere in der „Entwicklung von wichtigen und allgemeinen Kompetenzen wie der Fähigkeit der Schülerinnen und Schüler zu kritischem Denken und Problemlösung, dem Respekt vor Diversität und Multikulturalismus sowie der Aneignung demokratischer Werte und Fähigkeiten“.

5.2.2. Förderung von kritischem Denken in der non-formalen Bildung

Durch die Verankerung der Medienkompetenz in der non-formalen Bildung lassen sich breitere Bevölkerungskreise erreichen, quer durch verschiedene soziodemografische Gruppen.¹¹⁵ Zudem ermöglicht die non-formale Bildung auch flexiblere Ansätze, um schnell auf neue Medientrends zu reagieren und auf die spezifischen Bedürfnisse und Interessen der Lernenden einzugehen, und sie ermutigt dazu, die eigene Medienkompetenz jenseits der formalen Bildung zu entwickeln. Allerdings können die Förderung von Medienkompetenz und der Versuch, die entsprechenden Fähigkeiten zur Nutzung der Medien zu vermitteln, auch Herausforderungen mit sich bringen. Dem EDMO-Länderbericht zur Medienkompetenz in Tschechien zufolge herrscht Besorgnis besonders bei Bildungs- und Medienorganisationen, NGOs und im öffentlichen Sektor. Im Folgenden werden Beispiele für non-formale Bildungsprojekte in Irland und Luxemburg vorgestellt.

In **Irland** wurde im Länderbericht *Pluralism Monitor 2022*¹¹⁶ ausdrücklich darauf hingewiesen, dass die Risiken im Zusammenhang mit der Medienkompetenz im Vergleich zu 2020 zurückgegangen waren, vor allem dank der Fortschritte bei der non-formalen Medienkompetenzerziehung. Entsprechende Initiativen werden hauptsächlich durch das

¹¹⁴ [Education Strategy for 2018–2025 and Action Plan](#)

¹¹⁵ <https://cadmus.eui.eu/bitstream/handle/1814/74708/MPM2022-TheCzechRepublic-EN.pdf>

¹¹⁶ <https://cadmus.eui.eu/handle/1814/74693>



von der BAI (jetzt *Coimisiún na Meán*) finanzierte Projekt Media Literacy Ireland¹¹⁷ (MLI) vorangetrieben, ein informelles Bündnis von Organisationen und Einzelpersonen, die auf freiwilliger Basis zusammenarbeiten, um die Medienkompetenz in Irland zu fördern. Der Länderbericht 2023 stellt jedoch fest, dass „noch viel mehr getan werden muss, insbesondere im Hinblick auf die Verankerung von kritischer Medienkompetenz als Fähigkeit zu lebenslangem Lernen und im Hinblick auf die Zunahme von Hassbotschaften, die sich gegen bestimmte Identitäten richten“.¹¹⁸

MLI hat die Kampagne *Be Media Smart*¹¹⁹ unterstützt, die darüber aufklären will, wie wichtig es ist, Informationen überprüfen zu können, Tipps und Anleitungen zur Prüfung der Richtigkeit und Zuverlässigkeit von Informationen gibt und auf zusätzliche Unterstützungs- und Schulungsangebote hinweist. Unterstützt wird MLI von einem breiten Spektrum von Mitgliedern, darunter Medien, zivilgesellschaftliche Organisationen, Bibliotheken sowie Bildungs-, Schulungs- und Forschungseinrichtungen. Im Oktober 2023 hat MLI die Kampagne „Stop/Think/Check“¹²⁰ ins Leben gerufen, mit der Menschen dazu angeregt werden sollen, über die Informationen, denen sie begegnen, nachzudenken, deren Quelle, Richtigkeit und Zuverlässigkeit zu überprüfen und so die Wirkung von Fehl- und Desinformation einzudämmen.

Stop/Think/Check zeichnet sich insbesondere durch folgende Angebote aus:

- Tipps, die bei der Beurteilung helfen, ob Informationen richtig und zuverlässig sind
- Informationen über kostenlose Schulungen im Internet und vor Ort
- Austauschmöglichkeiten mit Fachleuten von *Be Media Smart*

Die Kampagne lief im Oktober und November 2023 in allen Medien (in Fernsehen, Radio und Nachrichtenpublikationen für alle Bevölkerungsgruppen sowie in kommerziellen, öffentlich-rechtlichen und sozialen Medien – auf Irisch und Englisch).

In **Norwegen** hat die Regulierungsbehörde *Medietilsynet* eine vergleichbare Initiative mit dem Titel „Stop. Think. Check.“ (Stopp. Tenk. Sjekk.) ins Leben gerufen, die darauf hinweist, wie wichtig es angesichts der Verbreitung von Fake News und Fehlinformationen ist, Informationen kritisch zu prüfen, bevor man sie teilt.¹²¹ Diese Kampagne bietet die Möglichkeit, die eigenen Fähigkeiten zur Erkennung von Fake News zu testen, und hilft dabei mit sechs entscheidenden Fragen:

- Weckt die Geschichte starke Gefühle? (Stop)
- Erscheint die Geschichte unwahrscheinlich? (Stop)
- Glaube ich dem Foto? (Think)
- Versucht mich die Geschichte zu beeinflussen? (Think)

¹¹⁷ <https://www.medialiteracyireland.ie/>

¹¹⁸ <https://cadmus.eui.eu/handle/1814/75726>

¹¹⁹ <https://www.bemediasmart.ie/>

¹²⁰ <https://www.bemediasmart.ie/>

¹²¹ <https://www.medietilsynet.no/digitale-medier/kritisk-medieforstaelse/stop-think-check-en/>

- Ist die Geschichte schon anderswo erschienen? (Check)
- Wer steckt hinter dieser Geschichte? (Check)

In **Luxemburg** bietet das im Bereich der non-formalen Bildung tätige Nationale Jugendwerk (*Service national de la jeunesse* – SNJ) Aktivitäten für junge Menschen an, die die Schulprogramme ergänzen und ihnen helfen sollen, verantwortungsbewusste, aktive und kritische Bürgerinnen und Bürger zu werden. Bei den fünf Aktionsbereichen geht es vor allem um Herausforderungen im Zusammenhang mit den Medien und der Realität hinter den Bildern sowie die Manipulationsrisiken. Im Jahr 2021 veröffentlichte das SNJ den Nationalen Rahmenplan zur non-formalen Bildung im Kindes- und Jugendalter,¹²² der beschreibt, wie und in welchen Bereichen Bildungsprogramme gefördert werden können. Medienkompetenz ist im Handlungsfeld „Sprache, Kommunikation und Medien“ verortet und wird im Kontext von früher Kindheit, Schulkindalter und Jugendalter behandelt. Der Rahmenplan legt eine Reihe von Zielen und pädagogischen Grundsätzen für Kindertagesbetreuung, Tageseltern und Jugenddienste fest.

Zu den Luxemburger Initiativen gehört auch BEE SECURE. Dieses Projekt wurde vom Wirtschaftsministerium und vom Ministerium für Familie, Integration und die Großregion initiiert; durchgeführt wird es vom SNJ und dem Beratungsdienst *Kanner-Jugendtelefon* (KJT) in Zusammenarbeit mit dem Luxembourg House of Cybersecurity, der Luxemburger Polizei und der Staatsanwaltschaft des Großherzogtums Luxemburg. BEE SECURE zielt darauf ab, die breite Öffentlichkeit über den sicheren und verantwortungsvollen Umgang mit digitaler Technologie aufzuklären und Kinder, Jugendliche und deren Umfeld (Eltern, Lehrkräfte, Auszubildende und andere) zu stärken. Im Jahresbericht 2023¹²³ heißt es: „Die Schulungen von BEE SECURE sollen vor allem das kritische Denken in Bezug auf internetbezogene Inhalte und Praktiken fördern und unterstützen. Dies ist für einen guten Umgang mit den Risiken der Nutzung von Informations- und Kommunikationstechnologie (IKT) wichtig.“ Neben einer relativ hohen Anzahl von Schulungen im Rahmen der formalen Bildung gewährleistet BEE SECURE auch Schulungen in non-formalen Bildungssystemen, etwa in Kindertagesstätten oder Jugendzentren.

5.3. Stärkung älterer Menschen

Zwar haben sich die Zielgruppen von Medienkompetenzinitiativen in den letzten Jahren verlagert. In den letzten Jahren haben jedoch mehrere Studien gezeigt, dass ältere Menschen nicht die Hauptzielgruppe sind und eigentlich nur eine Minderheit darstellen.¹²⁴

¹²² [Nationaler Rahmenplan zur non-formalen Bildung im Kindes- und Jugendalter](#), Ministerium für Bildung, Kinder und Jugend, Nationales Jugendwerk,

¹²³ [Annual Report 2023](#)

¹²⁴ <https://rm.coe.int/digital-literacy-for-seniors-print/1680a6ce9e>

Im ERGA-Bericht 2020 heißt es, dass „eine der größten Herausforderungen (...) die Frage ist, wie ein möglichst breites Spektrum von Zielgruppen in der Gesellschaft erreicht werden kann, insbesondere ältere Menschen“.¹²⁵ Erst kürzlich, im Jahr 2023, hat der Europarat erneut betont, dass „bis vor Kurzem kaum Anstrengungen unternommen wurden, um diese Kenntnisse und Fähigkeiten bei den älteren Generationen zu stärken“. Nach der COVID-19-Pandemie und der Erkenntnis, dass digitale Medienkompetenzen für alle Generationen notwendig sind, ließ sich jedoch ein Umdenken feststellen.¹²⁶ Im März 2024 berichtete die Deutsche Welle Akademie, sie habe nach Sichtung der verfügbaren Studien über MIK für Menschen über 60 festgestellt, dass sich nicht viele Studien mit der Medienkompetenz älterer Menschen befassen, dass der Schwerpunkt vieler Initiativen für ältere Menschen auf digitaler Medienkompetenz und nicht auf Medienkompetenz generell liegt und dass sich die meisten Studien bisher auf Länder des globalen Nordens beschränken.¹²⁷

Initiativen zur Förderung der Medienkompetenz, die älteren Menschen die Fähigkeit zu kritischem Denken vermitteln, um Desinformation entgegenzuwirken, und ihnen damit ermöglichen, ihr Recht auf Meinungs- und Informationsfreiheit wahrzunehmen, gibt es bisher nur wenige, aber auf nationaler Ebene, etwa in Tschechien und Spanien, und im Rahmen von Kooperationsprojekten werden es immer mehr.

5.3.1. Tschechien

In den letzten Jahren hat Tschechien Medienkompetenzinitiativen entwickelt und gefördert, die sich vor allem an besonders gefährdete Gruppen richten: junge und ältere Menschen.

So entstand 2023 das Medgram-Projekt¹²⁸ „Medienkompetenz interaktiv und für alle“. Es richtet sich insbesondere an Seniorinnen und Senioren ab 65 Jahren und besteht aus interaktiven offenen Online-Kursen (MOOCs), die speziell auf sie zugeschnitten sind. Das Projekt wurde von Zuschüssen Norwegens¹²⁹ unterstützt, und beteiligt waren zwei tschechische und eine norwegische Universität. Der Kurs umfasst sechs Kernthemen: Einführung, traditionelle und neue Medien, Fehlinformationen, Entwicklung des kritischen Denkens, Manipulationstechniken und Verhalten in sozialen Medien. Jedes Modul enthält Video und Text. In den Videos kommen Schüler und Senioren zu Wort, die die Sicht ihrer Generation auf das Thema Medienkompetenz vorstellen. Der MOOC ist insbesondere Teil des Studiengangs Virtuelle Universität des Dritten Alters¹³⁰ (VU3V) an der Fakultät für Ökonomie und Management der Tschechischen Agraruniversität Prag. Dieses Programm

¹²⁵ ERGA (2021), *Improving Media Literacy campaigns on disinformation*

¹²⁶ <https://rm.coe.int/digital-literacy-for-seniors-print/1680a6ce9e>

¹²⁷ [Digital Media and Information Literacy for adults over 60: Five insights for media development](#), Rose Kimani, 13 March 2024

¹²⁸ <https://medgram.cz/>

¹²⁹ <https://eeagrants.org/about-us>

¹³⁰ <https://katedry.czu.cz/en/sis/e-senior-vuvc>



bietet Menschen im fortgeschrittenen Alter eine allgemeine, freizeitorientierte und nicht berufsbezogene Ausbildung auf Hochschulniveau. Auch andere Akteure der tschechischen Medien- und Bildungslandschaft haben das Thema Medienkompetenz für Senioren aufgegriffen. Seit April 2023 arbeiten die Organisationen Transitions,¹³¹ die sich der Förderung des unabhängigen und professionellen Investigativjournalismus verschrieben hat, und Elpida,¹³² Leader im Bereich Seniorenbildung, zusammen, um bei Senioren die Medienkompetenz zu fördern und die Resistenz gegen taktische Manipulation und Fehlinformationen zu stärken. Das Projekt soll Senioren die Fähigkeit vermitteln, sich gegen die Ausnutzung von Angst und Fehlinformationen zu wehren, und im Angesicht von Angst, Unsicherheit und Stereotypen das Selbstvertrauen stärken. Die Bildungsmodule sind so konzipiert, dass sie für lokale Einrichtungen wie Bibliotheken und Vereine angepasst werden können. Senioren können ihre Resistenz gegenüber Fehlinformationen in fünf Online-Kursen¹³³ testen, die in tschechischer und slowakischer Sprache angeboten werden, aber in den regionalen Einrichtungen von Elpida in Tschechien finden auch Präsenzveranstaltungen statt. Die Durchführung des Projekts wird von Google unterstützt.¹³⁴

5.3.2. Spanien

Im April 2022 wurde in Spanien ein Kurs zur Erkennung von falschen Informationen im Internet¹³⁵ eingeführt, der sich speziell an Menschen über 50 richtet. Das kostenlose Programm, das von Poynter/MediaWise, Newtral und der Universidad de Navarra mit Unterstützung von Meta entwickelt wurde, bot zehn Tage lang täglich einen fünfminütigen Kurs über WhatsApp. Ziel des Kurses war, zwei Fragen zu beantworten:

- Kann ein Kurs für die Altersgruppe der über 50-Jährigen deren Fähigkeit verbessern, Fake News zu erkennen?
- Kann diese Schulung dazu beitragen, die Sicherheit dieser Zielgruppe beim Konsum von Informationen im Internet erhöhen?

In einer Studie¹³⁶ zur Wirksamkeit des Kurses, die die Universität Navarra im Auftrag von Poynter/MediaWise und mit Unterstützung von Meta durchgeführt hat, hieß es insbesondere, dass „älteren Menschen, die im Allgemeinen reifer sind und von Natur aus kritisch denken, oft die Kenntnisse oder Fähigkeiten fehlen, um unter all den Informationen, die das Internet bereithält, auszuwählen und abzuwägen. Besonders

¹³¹ <https://tol.org/>

¹³² <https://www.elpida.cz/english>

¹³³ <https://www.faktjokurz.cz/en>

¹³⁴ [Navigating the Media Maze: Empowering Seniors with Media Literacy](#)

¹³⁵ [Sádaba, Charo; Salaverría, Ramón; Brinqué-Sala, Xavier \(2023\). „How to teach the elderly to detect disinformation: a training experiment with WhatsApp“.](#) *Profesional de la información*, v. 32, n. 5, e320504

¹³⁶ [Measuring the effectiveness of a WhatsApp course against disinformation for the elderly in Spain](#)

relevant ist dies, wenn diese Informationen über Netzwerke der zweiten Generation wie WhatsApp kommen“.

Um zu testen, inwieweit der Kurs die digitalen Fähigkeiten verbessert, wurden Umfragen an zwei Personengruppen verschickt, von denen die eine (die Versuchsgruppe) an dem Kurs teilgenommen hatte und die andere nicht. Die Umfragen wurden in zwei Wellen verschickt, vor und nach dem Kurs, und es ging darin insbesondere darum, ob die Befragten erkennen konnten, ob Schlagzeilen wahr oder falsch waren. Grundsätzlich zeigte sich, dass sich die Teilnahme an mindestens fünf der zehn Kurseinheiten in dieser Hinsicht positiv auswirkte, wobei es allerdings einfacher zu sein schien, wahre Schlagzeilen zu erkennen als falsche. Die Ergebnisse aus der Befragung der Gruppe, die nicht an den Kursen teilgenommen hatte, zeigten ein ungleiches Wissen über einige Elemente, die zur Stärkung der digitalen Fähigkeiten beitragen können, darunter Begriffe wie „Wiki“, „Phishing“, „Spyware“, „erweiterte Suche“ oder „Präferenzeinstellungen“. Die Versuchsgruppe dagegen wusste nach Abschluss des Kurses deutlich mehr über einige dieser Begriffe. Allerdings betont der Bericht, dass trotz positiver Ergebnisse nur ein kleiner Teil der Befragten den Kurs vollständig abgeschlossen hat und dass auch andere Formate, die für diese Altersgruppe benutzerfreundlicher sind, in Betracht gezogen werden könnten.

5.3.3. Kooperation zwischen Irland, Italien, Nordmazedonien und der Slowakei

Von September 2022 bis August 2024 läuft im Rahmen des Programms Erasmus+ eine Kooperation zwischen Irland, Italien, Nordmazedonien und der Slowakei mit dem Ziel, ein neues Medienkompetenzprojekt zu entwickeln, das sich an Menschen im mittleren und höheren Alter richtet, insbesondere an Senioren in ländlichen Gebieten. Das Projekt namens DISERA (Disinformation of SEniors in Rural Areas)¹³⁷ wird von New Horizons koordiniert, einer gemeinnützigen Organisation mit Sitz in Italien, die sich für die Förderung der sozialen Entwicklung und den Erhalt der Kultur in der Region einsetzt, und soll die Medienkompetenz von Menschen ab 35 in ländlichen Gegenden dieser vier Länder verbessern. DISERA erklärt dazu, dass ländliche Gebiete „in der EU fast 30 % der Bevölkerung und 80 % der Fläche ausmachen, eine schrumpfende Bevölkerung und eine relativ alte demografische Struktur aufweisen und schlechte Chancen auf dem Arbeitsmarkt und beim Zugang zu Diensten haben, was zu einem höheren Risiko von Armut und sozialer Ausgrenzung führt. Aufgrund ihres Alters, ihrer wirtschaftlichen Lage und ihres Bildungsstands sind Menschen, die in ländlichen Gebieten leben, besonders anfällig dafür, Desinformation zu erhalten, zu glauben und zu verbreiten“.

Bei dem Projekt geht es vor allem darum, Senioren aufzuklären und ihnen zu helfen, auf Informationen zuzugreifen, sie zu erkennen und entsprechend zu handeln. Zu

¹³⁷ <https://disera.eu/>

den Aktivitäten gehören Sensibilisierungsmaßnahmen, die Schaffung von Kapazitäten zur Vermittlung grundlegender digitaler Fähigkeiten und der Aufbau eines europäischen Netzwerks zur Förderung des kritischen Denkens.

Mit Blick auf die Zielgruppe wurde bei den Aktivitäten auf Zugänglichkeit und Inklusivität geachtet. Beispiele sind Kurse im Hörfunk oder Schulungen in Seniorenzentren und Cafés. Die acht Lektionen wurden von dem irischen Projektpartner EurAV entwickelt. Behandelte Themen sind die Definition und Bedeutung von Medienkompetenz, die Funktionsweise der Medien, die Problematik von Fake News, Falsch-, Fehl- und Desinformation, die Evaluierung der Glaubwürdigkeit von Nachrichten und Informationen, Online-Medien und die damit verbundenen Risiken, der Schutz vor Desinformation im Internet sowie Medienkompetenz und bürgerschaftliches Engagement.

Der Kurs wird inhaltlich an die Sprachen der einzelnen Partnerorganisationen angepasst, sodass er im Podcast-Format über lokale Hörfunkprogramme verbreitet werden kann. Außerdem sind die Kurse und Mitschriften auf der Website von Kommunen, der Plattform EPALÉ und im Fall der italienischen Version auch auf Spotify verfügbar. Die irische EurAV hat die Aufnahmen zudem in einer audiovisuellen Version bereitgestellt, dazu allerdings erklärt, dass „die Lektionen und die anschließenden Diskussionen hörfunkfreundlich sein sollen, weil in der älteren Zielgruppe viele eher das Radio einschalten, als sich Inhalte im Internet anzusehen“. Im Anschluss an die Lektionen findet eine Podiumsdiskussion statt.¹³⁸

5.4. Eine neue Herausforderung: die Ausbildung von Lehrkräften

Eltern und Lehrkräfte haben die Aufgabe, künftige Generationen heranzuziehen, die sowohl als Konsumenten als auch als Kreative informiert, belastbar und verantwortungsbewusst sind. Doch dazu müssen zunächst den Erwachsenen selbst die nötigen Kenntnisse und Fähigkeiten vermittelt werden, um medienkompetente Menschen zu erziehen. Damit Eltern und Lehrkräfte mit Kindern und Jugendlichen über medien- und informationsbezogene Themen diskutieren können, wird zurzeit Schulungs- und Lehrmaterial speziell für Eltern und Lehrkräfte entwickelt. Dies scheint eine neue Herausforderung für den Mediensektor zu sein, denn solche Initiativen sind mit hohem zeitlichem, personellem, materiellem und finanziellem Aufwand verbunden. Laut dem TeaMLit-Bericht über die Ergebnisse erster Untersuchungen für den Zeitraum von Januar bis Juni 2023¹³⁹ haben Lehrkräfte sowohl in der Ausbildung als auch in der Praxis Schwierigkeiten mit dem dynamischen und sich ständig verändernden Medienbereich, und eine MIK-Ausbildung gibt es kaum. Außerdem neigen Lehrkräfte dazu, den Einsatz von Medien zur Erreichung eines pädagogischen Zwecks zu priorisieren, anstatt sich kritisch

¹³⁸ <https://eurav.eu/?p=134>

¹³⁹ [D2.1 Report on findings of Initial Investigations](#)

mit MIK auseinanderzusetzen. In der zweiten Ausgabe dieses Berichts, die den Zeitraum von September 2023 bis Januar 2024 abdeckt, heißt es, in der MIK-Ausbildung würden Mediennutzung und technologische Lösungen überbetont, wobei aber einige Regionen bzw. Länder mittlerweile mehr Gewicht auf kritisches Denken legten. Darüber hinaus wurden in einigen der untersuchten pädagogischen Kontexte Unterfinanzierung, begrenzte Ressourcen und überarbeitete Lehrkräfte festgestellt – allesamt erhebliche Hindernisse, die für eine effektivere Integration der MIK-Bildung beseitigt werden müssen.

TeaMLit,¹⁴⁰ ein Projekt unter Federführung des Verbands Media & Learning, bietet Orientierungshilfen, Ressourcen und Unterstützung für Personen, die Lehrkräfte in Europa in Medien- und Informationskompetenz schulen, um die Fähigkeiten von Schülerinnen und Schülern im Umgang mit Desinformation direkt zu fördern. Zusätzlich zu den Online-Schulungsmodulen ist jetzt eine Sammlung bestehender Materialien zur Unterstützung der Lehrerausbildung in einer Entwurfsfassung verfügbar. Die Vermittlung von kritischem Denken ist die erste der sechs wichtigsten Empfehlungen für die Lehrerausbildung.

5.4.1. Flandern

Das Projekt *Archiefbeelden anders bekeken*¹⁴¹ (Archive anders betrachten) wurde 2016 von Mediawijs und Meemoo, dem flämischen Institut für Archive, entwickelt. Es bietet interaktive Online-Videos, die insbesondere Lehrkräften (sowohl angehenden als auch solchen, die bereits im Klassenzimmer unterrichten) helfen sollen, Videos und Bilder, die sie vielleicht mit ihren Schülern teilen möchten, genauer zu betrachten. Mithilfe der angebotenen Tools können sie darüber nachdenken, was sie (nicht) sehen, und hinterfragen, ob audiovisuelle Inhalte so objektiv sind, wie sie scheinen. Eines der Hauptziele dieses Projekts ist die Entwicklung einer kritischen Haltung.

5.4.2. Georgien

Das georgische Ministerium für Bildung und Wissenschaft, die nationale Regulierungsbehörde (ComCom) und die UNICEF haben sich gemeinsam vorgenommen, Medienkompetenz in die formale Bildung zu integrieren. Das 2022 ins Leben gerufene Projekt begann mit einer Evaluierung der Anforderungen an die Medienkompetenz in Georgien. Dabei zeigte sich bei Lehrkräften ein großes Interesse daran, ihre Medienkompetenz durch Schulungen, Workshops und Webinare zu verbessern. Die Initiative führte dazu, dass ein Bildungsstandard für Medienkompetenz, ein Handbuch und

¹⁴⁰ <https://media-and-learning.eu/project/teamlit/#outputs>

¹⁴¹ <https://www.mediawijs.be/nl/tools/archiefbeelden-anders-bekeken>

ein auf Lehrkräfte zugeschnittenes Schulungsmodul entwickelt wurden. Nach Angaben der UNICEF wurden im Rahmen dieses Programms etwa 600 Oberstufenlehrer geschult.¹⁴²

Im Rahmen des Projekts „Desinformation als Herausforderung: Entwicklung von kritischem Denken in Schulen“ hat die ComCom in der Vergangenheit über 900 Lehrkräfte erfolgreich geschult. Hauptziele dieser Initiative waren die Aufklärung über die schädlichen Auswirkungen von Desinformation, die Förderung von Medienkompetenz und kritischem Denken sowie die Verbesserung der Fähigkeit von Lehrkräften zur Bekämpfung von Desinformation und Propaganda.¹⁴³

Seit 2018 setzt sich die Abteilung für die Entwicklung von Medienkompetenz der ComCom zusammen mit dem Ministerium für Bildung und Wissenschaft und dem Zentrum für die berufliche Entwicklung von Lehrkräften als dessen untergeordneter Behörde aktiv für die Förderung der Medienkompetenz und die Aufklärung von Schülerinnen und Schülern, Lehrkräften und Eltern ein. Diese gemeinsamen Bemühungen zielen mit einer Reihe von Projekten und Aktivitäten darauf ab, die Betroffenen zu schützen und zu befähigen, in ihrem digitalen Leben fundierte Entscheidungen zu treffen.

5.4.3. Irland

Aus der Zusammenarbeit zwischen MLI und EDMO Irland bei der Förderung der Medienkompetenz sind diverse Webinare und Schulungen hervorgegangen. Im Rahmen dieser Initiative entwickelte EDMO Irland den „Be Media Smart Workshop in a Box“. Er besteht aus „Lehrrichtlinien, Folien und Lernmitteln, die Lehrkräften, Bibliothekaren und kommunalen Führungskräften die Kenntnisse, Tools, Techniken und Ressourcen an die Hand geben, die sie benötigen, um in ihren Gemeinden einen Medienkompetenz-Workshop durchzuführen“. Die Schulungen bieten Anleitungen zur effektiven Nutzung der Lehrmittel und regen die Teilnehmer an, über verschiedene Themen rund um die Medienkompetenz zu diskutieren.

Außerdem haben MLI und EDMO Irland vier Webinare zu verschiedenen Themen der Medienkompetenz veranstaltet, etwa zu digitalen Medienräumen, zum Umgang mit Desinformation und zur Arbeit von Faktenprüfern. Ein Webinar richtete sich speziell an Lehrkräfte der Sekundarstufe, die aktuell den Schnellkurs in digitaler Medienkompetenz unterrichten oder Interesse daran haben.¹⁴⁴

¹⁴² <https://www.unicef.org/georgia/press-releases/results-project-integration-media-literacy-formal-education-presented-ministry>

¹⁴³ <https://media-and-learning.eu/subject/media-literacy/integrating-media-literacy-into-formal-education-georgian-experience/>

¹⁴⁴ <https://www.bemediasmart.ie/be-media-smart-training-gets-underway/>

5.5. Der nächste Schritt: eingebaute Medienkompetenz

Die Medienkompetenz der Nutzerinnen und Nutzer muss durch formale oder informelle Bildung gefördert werden, und Eltern und Lehrkräfte müssen befähigt werden, diesen Prozess zu erleichtern. Doch wer das Problem an der Wurzel packen will, muss zum Kern vordringen und Grundsätze und Praktiken der Medienkompetenz in die verschiedenen Facetten audiovisueller Mediendienste integrieren. Dieser Ansatz könnte die Wirksamkeit von Medieninhalten unmittelbar verbessern.

Die britische Regulierungsbehörde Ofcom hat sich kürzlich im Rahmen ihres Medienkompetenzprogramms *Making Sense of Media* (Medien verstehen), das sich sowohl an Menschen als auch an Plattformen richtet, im Einklang mit ihren Aufgaben aus dem Gesetz über Online-Sicherheit (*Online Safety Act – OSA*) mit diesem Thema befasst.¹⁴⁵

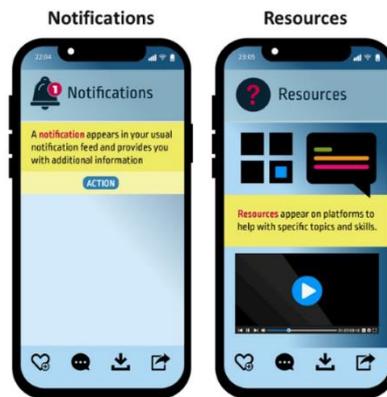
Nach der Einberufung einer Expertenarbeitsgruppe, die Einblicke in die bestehenden Bemühungen zur Förderung der Medienkompetenz auf verschiedenen Online-Plattformen und in die zugrunde liegenden Strategien gewinnen sollte, und nach eingehenden Gesprächen mit Vertreterinnen und Vertretern von Google Search, Meta, TikTok, Twitter (jetzt X) und Roblox¹⁴⁶ beschloss Ofcom zu untersuchen, wie Unternehmen aller Größenordnungen ihre Dienste so gestalten können, dass sie die Digitalkompetenz ihrer Nutzerinnen und Nutzer fördern und unterstützen. Aktuelle Beispiele für Eingriffe auf den Plattformen sind Labels, Overlays, Pop-ups, Benachrichtigungen und Ressourcen.

Abbildung 7. Beispiele für Eingriffe auf Plattformen



¹⁴⁵ § 166 des OSA überträgt dem Ofcom zusätzliche Pflichten in Bezug auf Medienkompetenz, einschließlich der Formulierung und gelegentlichen Überprüfung und Überarbeitung einer „Erklärung mit Empfehlungen, wie andere, darunter Anbieter von regulierten Diensten, Aktivitäten oder Initiativen entwickeln, verfolgen und bewerten könnten, die für die Medienkompetenz in Bezug auf regulierte Dienste relevant sind“.

¹⁴⁶ Weitere Informationen über die Ergebnisse der Arbeitsgruppe, die Gespräche mit den Plattformen und andere Initiativen finden sich in der [Aufforderung zur Stellungnahme](#)



Quelle: Illustrative mock-ups of in-scope interventions, Call for input, Ofcom

Die britische Regulierungsbehörde will im Juni 2024 Grundsätze für eingebaute Medienkompetenz („Media Literacy by Design“) veröffentlichen und forderte daher von Oktober 2023 bis Januar 2024 zur Einreichung von Stellungnahmen auf, die ihr helfen, ihr Verständnis von eingebauter Medienkompetenz für soziale Medien, Suchmaschinen, Video-Sharing-Plattformen und Gaming-Dienste zu erweitern und Best-Practice-Grundsätze zu formulieren. Wie in der Aufforderung dargelegt, erfordert dieser Ansatz, dass Online-Dienste sich aktiv auf ihren Plattformen engagieren, um kritisches Denken zu fördern, gegen unerwünschtes Verhalten vorzugehen und die Nutzererfahrung zu verbessern. Die Grundsätze sollten die Plattformen dazu anhalten, Bedürfnisse der Nutzenden zu antizipieren, ihre Entscheidungen zu unterstützen, ihnen Fehlerkorrekturen zu ermöglichen (und so Lernmöglichkeiten zu eröffnen) und ihnen Feedback zu geben.

Die Grundsätze verfolgen drei Hauptziele:

- Priorität, Transparenz und Rechenschaftspflicht
- Nutzerzentriertes Design und zeitnahe Eingriffe
- Überwachung und Evaluierung

6. Ein neuer Schwerpunkt: KI- und Algorithmenkompetenz

Kritisches Denken wird weithin als die grundlegende Fähigkeit anerkannt, die für die Entwicklung einer medienkompetenten Gesellschaft unerlässlich ist. Mit dem Aufkommen neuer Technologien und der zunehmenden Integration von künstlicher Intelligenz (KI) in unseren Alltag und unsere Zukunftsaussichten hat die Förderung des kritischen Denkens, insbesondere bei Kindern und Jugendlichen, stark an Bedeutung gewonnen. Bereits im August 2022 bestätigte der UN-Bericht „A Future with AI – Voices of Global Youth“,¹⁴⁷ dass KI überall schnell und eifrig angenommen wird. Heute haben die KI und die entsprechenden Algorithmen unbestreitbaren Einfluss auf Entscheidungen, Perspektiven und Neigungen der Nutzer, auch in sozialer und politischer Hinsicht. Der Einsatz von KI in den Medien bringt eine Reihe von Herausforderungen mit sich und erfordert daher solides kritisches Denken, damit die angebotenen Inhalte und Informationen nicht einfach hingenommen, und Verzerrungen und Manipulationen erkannt werden.

➤ Zur Erinnerung:

Computational Thinking ist der gesamte Denkprozess, der es ermöglicht, klare Schritt-für-Schritt-Anweisungen für die Lösung eines Problems zu formulieren und einem Computer mitzuteilen, wie er diese umsetzen soll. **Algorithmen** sind die konkreten Schritt-für-Schritt-Anweisungen, die vorgeben, wie eine Aufgabe auszuführen ist, und in Form eines **Codes** bereitgestellt werden. **KI** nutzt diese Algorithmen zusammen mit Trainingsdaten, um Entscheidungen zu treffen, aus Erfahrungen zu lernen und bei neuen Informationen Anpassungen vorzunehmen.

6.1. Welche Risiken gehen von digitalen Medien, Algorithmen und KI aus?

KI bringt zwar zahlreiche positive Fortschritte (wie Geschwindigkeit, Verfügbarkeit, und Automatisierung) mit sich, birgt aber auch Herausforderungen und Risiken, die erst jetzt thematisiert und reguliert werden. Einige bereits bestehende Regelwerke wie die

¹⁴⁷ „A Future with AI – Voices of Global Youth“, Final Report, August 2022, United Nations



Datenschutz-Grundverordnung¹⁴⁸ beziehen sich zwar nicht unbedingt speziell auf KI, sind für sie aber trotzdem relevant.¹⁴⁹ Der Digital Services Act,¹⁵⁰ der Teil des EU-Ansatzes zur Regulierung digitaler Technologien ist, befasst sich speziell mit den Transparenz- und Rechenschaftspflichten von Vermittlungsdiensten für Algorithmen. Die erste umfassende Gesetzgebung zur KI wird der geplante AI Act¹⁵¹ sein.

Zu den Bedenken im Zusammenhang mit KI gehören insbesondere Fragen rund um die Erstellung und Verbreitung automatisierter und ungeprüfter Inhalte und Informationen auf Basis von Programmierung, Algorithmen und automatisiertem Lernen. Mögliche Risikoquellen sind:

- Deepfakes
- automatisierte Faktenprüfungen
- personalisierte Inhaltsempfehlungen
- Vorhersagen
- algorithmische Verzerrung (die Perpetuierung sozialer Ungleichheiten durch die Beeinflussung von Wahrnehmungen, darunter Stereotypen auf Basis von Geschlecht, Kultur, Religion oder sexuellen Präferenzen)
- Filterblasen

KI ist in diverse Alltagsdienste integriert, doch das öffentliche Verständnis von KI und der Umgang mit ihr können sehr unterschiedlich sein. Während dem UN-Bericht von 2022¹⁵² zufolge 14 % der Jugendlichen kein Bewusstsein für KI haben, zeigt ein EBU-Bericht vom Oktober 2023,¹⁵³ dass 57 % der europäischen Bürgerinnen und Bürger Bedenken gegen den Einsatz von KI haben und nur jeder fünfte sich zutraut, KI-generierte Inhalte zu erkennen. Daher ist es wichtig, der Jugend und auch der Allgemeinbevölkerung die nötigen Fähigkeiten und Kompetenzen zu vermitteln, damit sie Informationen kritisch evaluieren können, wenn „Algorithmen bei der Auswahl, Priorisierung, Kategorisierung und Präsentation der Information und Kommunikation eine entscheidende Rolle spielen“.¹⁵⁴

¹⁴⁸ [Verordnung \(EU\) 2016/679 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 27. April 2016 zum Schutz natürlicher Personen bei der Verarbeitung personenbezogener Daten, zum freien Datenverkehr und zur Aufhebung der Richtlinie 95/46/EG](#)

¹⁴⁹ [The impact of the General Data Protection Regulation \(GDPR\) on artificial intelligence. STUDY](#) Panel for the Future of Science and Technology, European Parliamentary Research Service, June 2020,

¹⁵⁰ [Verordnung \(EU\) 2022/2065 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 19. Oktober 2022 über einen Binnenmarkt für digitale Dienste und zur Änderung der Richtlinie 2000/31/EG](#)

¹⁵¹ <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/regulatory-framework-ai>

¹⁵² „A Future with AI – Voices of Global Youth“, Final Report, August 2022, United Nations,

¹⁵³ „Public service media – Strengthening media literacy“, EBU Media Intelligence Service“, October 2023,

¹⁵⁴ Dogruel, L. (2021), „What is Algorithm Literacy? A Conceptualization and Challenges Regarding its Empirical Measurement“, In M. Taddicken, & C. Schumann (Eds.), *Algorithms and Communication* (S. 67–93). Berlin

6.2. Wie lassen sich die Risiken bewältigen?

An einer Umfrage für den oben genannten Bericht des Media Intelligence Service der Europäischen Rundfunkunion nahmen 30 EBU-Mitglieder teil, und alle gaben an, dass Medienkompetenz in den kommenden Jahren für sie an Bedeutung gewinnen wird. Als einer der Schlüsselbereiche wurde dabei KI genannt. Damit sich die Bevölkerung insgesamt kritisch mit KI-gesteuerten Technologien auseinandersetzen kann, wird es auf Bildung ankommen. Zudem hat die EBU erklärt: „Indem wir eine medienkompetente Gesellschaft fördern, können wir sicherstellen, dass die KI zu einem Motor für fundierte Entscheidungen und einen demokratischen Diskurs wird und nicht zu einer Quelle für Verwirrung und schlechte Informationen.“¹⁵⁵

Das Verständnis der grundlegenden Technologien ist wichtig, um die jüngere Generation in die Lage zu versetzen, als Konsumenten digitaler Medien fundierte Entscheidungen zu treffen und sich in der dynamischen Medienlandschaft verantwortungsvoll zu bewegen. In dem bereits erwähnten UN-Bericht von 2022 wurde außerdem festgestellt, dass die Mehrheit der jungen Menschen (76 %) nicht versteht, wie KI funktioniert. Doch wer KI-Systeme nicht versteht, kann sie auch nicht hinterfragen, beurteilen und zur Verantwortung ziehen. Besonders wichtig ist dies, um

- die Zuverlässigkeit eines Tools kritisch zu bewerten
- KI-Ergebnisse auf Plausibilität zu prüfen und kritisch zu evaluieren
- die Rechtmäßigkeit der Verarbeitung zu bewerten
- Nutzungseinschränkungen des Tools vorherzusehen
- eine individuelle Resistenz zu entwickeln¹⁵⁶

Algorithmen- und Datenkompetenz bedeutet, besser zu verstehen, wie Computer funktionieren und wie KI Algorithmen nutzt, und dazu müssen Nutzerinnen und Nutzer auch an ihren Fähigkeiten zur kritischen Evaluierung arbeiten.¹⁵⁷ Hierfür sollte jeder Mensch die Fähigkeit entwickeln, über die mit Algorithmen verbundenen Chancen und Risiken und die möglichen Auswirkungen einer algorithmischen Kuratation auf individueller und gesellschaftlicher Ebene nachzudenken. KI muss zu einem Motor für fundierte Entscheidungen und einen demokratischen Diskurs werden.¹⁵⁸ „Algorithmenkompetenz umfasst zwei kognitive Dimensionen, Bewusstsein und Wissen, und die (kritische) Evaluierung von Algorithmen, und zwei verhaltensbezogene Dimensionen, die Adressierung des individuellen Bewältigungsverhaltens und die Adressierung der

¹⁵⁵ <https://www.ebu.ch/news/2023/10/navigating-the-digital-frontier--the-impact-of-ai-on-media-literacy>

¹⁵⁶ Diese Kompetenzen wurden von Ansgar Koene, EY Global AI Ethics and Regulatory Leader, beim EMIL/AI & Regulators Roundtable der EPRA im Mai 2023 vorgestellt. [Zusammenfassung der Veranstaltung](#)

¹⁵⁷ <https://algorithmliteracy.org/>

¹⁵⁸ Dogruel, L. (2021), „What is Algorithm Literacy? A Conceptualization and Challenges Regarding its Empirical Measurement“, in M. Taddicken & C. Schumann (Eds.), *Algorithms and Communication* (S. 67–93), Berlin

jeweiligen Fähigkeiten in Bezug auf die Erstellung und Gestaltung hinsichtlich der Verwendung von Algorithmen“.¹⁵⁹

Initiativen wie Informatikunterricht, Programmieren, Computational Thinking und andere Bildungsanstrengungen sind daher für die Förderung von Digital-, Algorithmen- bzw. KI-Kompetenz unerlässlich. Da jedoch das Verständnis und die Ausbildung von MIK-Fachleuten begrenzt sind und Algorithmen oft als undurchsichtige „Blackbox“ empfunden werden, bestehen nach wie vor Herausforderungen. Daher ist auch mehr Transparenz nötig, um die Erklärbarkeit zu verbessern.

6.3. Ein neuer Kreis von Kompetenzen?

Die heutige, sich rasch entwickelnde Medienlandschaft und insbesondere das Aufkommen digitaler Medien haben die Entwicklung neuer Fähigkeiten und Kompetenzen erforderlich gemacht. Die Medienkompetenz, die seit ihrer Einführung in formalen wie auch non-formalen Bildungssystemen diverse Phasen durchlaufen hat, ist schließlich an einem Punkt angelangt, an dem sie nicht nur Fragen zu medialen Inhalten und Informationen abdeckt, sondern auch die zugrunde liegende Technologie zur Generierung und Weitergabe dieser Inhalte und Informationen berücksichtigen muss. Damit umfasst die Medienkompetenz die gesamte Informations- und Kommunikationskette, vom Produktionssystem bis zum Konsum durch die Nutzenden.¹⁶⁰

Die Medienkompetenz hat sich daher in Richtung anderer, spezifischerer Kompetenzformen weiterentwickelt:

- Datenkompetenz
- Algorithmenkompetenz
- KI-Kompetenz

In ihrem Bericht für die UNESCO unterstreicht Divina Frau-Meigs jedoch, dass alle drei Kompetenzen ineinander verschachtelt sind, auch wenn die KI-Kompetenz noch in den Kinderschuhen steckt. Sie definiert die Begriffe wie folgt: „Kritische Datenkompetenz fokussiert sich auf das Verstehen von Daten und konzentriert sich tendenziell auf Privatsphäre und Verbraucherschutz (Nguyen und Beijnon 2023). Algorithmenkompetenz fokussiert sich auf die Kenntnis sowie die Auswahl, Organisation und Präsentation von Inhalten (Droguel, Masur und Joeckel 2022), wobei postuliert wird, dass ‚Algorithmenkompetenz – eine Teilmenge der Informationskompetenz – ein kritisches Bewusstsein dafür, was Algorithmen sind und wie sie mit Daten über menschliches Verhalten in Informationssystemen interagieren, und ein Verständnis der sozialen und ethischen Fragen ist, die mit ihrer Nutzung zusammenhängen‘ (Head, Fister und MacMillan 2020). (...) Nach der Definition [von KI-Kompetenz], die der von MIK am

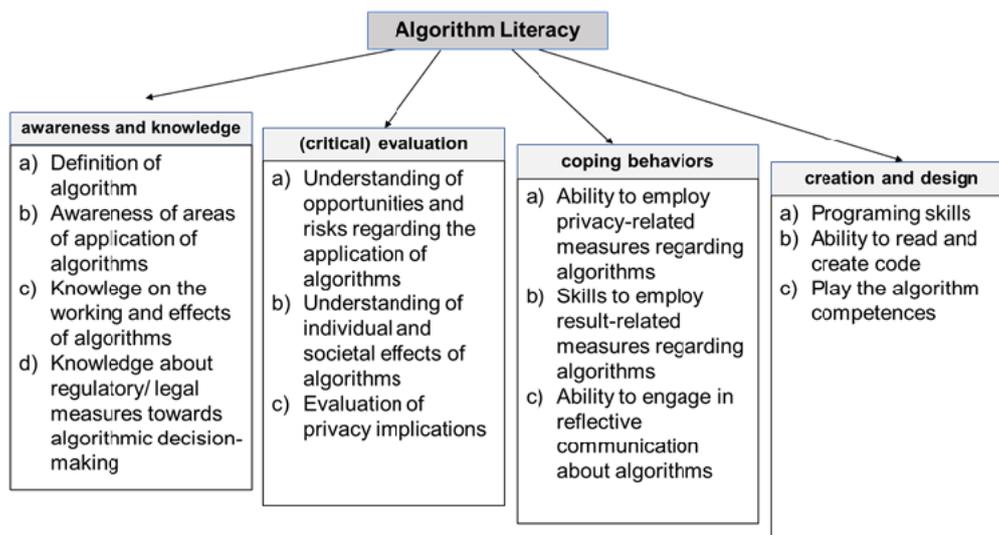
¹⁵⁹ *Ibid.*

¹⁶⁰ [User empowerment through media and information literacy responses to the evolution of generative artificial intelligence \(GAI\)](#), Divina Frau-Meigs, UNESCO, 2024

nächsten kommt, handelt es sich um ‚einen Kreis von Kompetenzen, der es Menschen ermöglicht, KI kritisch zu evaluieren und effektiv mit ihr zu kommunizieren und zu kooperieren‘ (Hargittai et al. 2020).“

Divina Frau-Meigs berichtet weiter, dass alle drei Kompetenzen Teil des MIK-Paradigmas sein können, weil sie kritisches Nachdenken über Daten fördern und die ethische und soziale Nutzung von Informationen und KI-Tools unterstützen. Dies ist charakteristisch für MIK als „Transliteracy“ (Querschnittskompetenz), also als Oberbegriff. Auch wenn die Entwicklung eines kritischen Umgangs mit KI wichtig ist, umfasst dieser neue Kreis von Kompetenzen noch andere Fähigkeiten und Fertigkeiten. Obwohl es in diesem Bericht nicht ausdrücklich erwähnt wird, gelten diese neuen Kompetenzen nicht nur für Kinder und Jugendliche, sondern für die gesamte Bevölkerung, Redakteure und Journalistinnen eingeschlossen.

Abbildung 8. Dimensionen und Unterkategorien von Algorithmenkompetenz



Quelle: Dogruel, L. (2021), „What is Algorithm Literacy? A Conceptualization and Challenges Regarding its Empirical Measurement“

6.4. Initiativen zur Stärkung der Nutzer mit kritischem Denken für digitale Medien, Algorithmen und KI

6.4.1. Belgien und Südkorea

„In the Shoes of an Algorithm“¹⁶¹ ist ein medienpädagogisches Spiel, das von Forschern der Universität Namur und Fachleuten von *Action Médias Jeunes*, einer in der Kinder- und Jugendarbeit tätigen medienpädagogischen Vereinigung, initiiert wurde, um insbesondere Fragen im Zusammenhang mit Empfehlungsalgorithmen zu behandeln. Das Projekt, aus dem diverse Pen-and-Paper-Spiele hervorgingen, sollte Jugendlichen (ab 14 Jahren) helfen, ihre täglichen Erfahrungen mit Empfehlungsalgorithmen zu teilen, um Kernthemen zu identifizieren, die von Medienpädagogen angesprochen werden sollten, und das Verständnis wichtiger Probleme im Zusammenhang mit Empfehlungsalgorithmen digitaler Medienplattformen zu fördern. Das Projekt wurde in Belgien initiiert, lief von 2016 bis 2019 und entwickelte sich in Kooperation mit südkoreanischen Forschenden und Fachleuten zu einem internationalen Programm.

Ausgangspunkt des Projekts sind die zunehmenden Bedenken gegen Empfehlungsalgorithmen zahlreicher digitaler Medienplattformen, die zur Sammlung und Nutzung von Daten führen. Den Autorinnen und Autoren der Studie zufolge stößt dieses Phänomen jedoch auf „Bedenken von Medienpädagogen“, die „die Nutzenden stärken möchten und ihnen helfen wollen, aktive und autonome Bürgerinnen und Bürger zu werden, indem sie kreativ, reflektiert und kritisch mit digitalen Medien umgehen“. Das pädagogische Ziel des Projekts war daher, eine Aktivität zu entwickeln, die den Teilnehmenden die nötigen Fähigkeiten vermittelt, um kritisch über die Auswirkungen von Empfehlungsalgorithmen auf ihre Nutzung digitaler Medien zu diskutieren und nachzudenken.

In der belgischen Version des Spiels geht es darum, einen Empfehlungsalgorithmus zu entwickeln, Videos zu bewerten und verschiedene Empfehlungsalgorithmen zu beurteilen. Dazu werden die Schülerinnen und Schüler in zwei Gruppen aufgeteilt: Ingenieure, die den Empfehlungsalgorithmus entwickeln, und Computer, die ihn ausführen. Die koreanische Version des Spiels namens „Let’s Make YouTube Algorithms!“ wurde an die Nutzung von YouTube in der koreanischen Jugendkultur angepasst. Es stellte sich heraus, dass das Engagement der Teilnehmenden unterschiedlich ausfiel: Während die koreanischen Schülerinnen und Schüler die digitale Landschaft, in der sie leben, seltener kritisch bewerteten, gab es bei den belgischen häufig Streit über die Entscheidungen, die die digitalen Plattformen, die Empfehlungssysteme entwickeln, getroffen hatten oder treffen könnten.

¹⁶¹ „In the Shoes of an Algorithm: A Media Education Game to Address Issues Related to Recommendation Algorithms“, Jacques, Jerry; Grosman, Jeremy; Collard, Anne-Sophie et al., in: *The Journal of Education*, Vol. 3, No. 1, 2020, S. 37–62.

In dem Bericht über die Umsetzung des Spiels heißt es: „Trotz seines begrenzten Umfangs hat das Projekt wertvolle Erkenntnisse im Hinblick auf die Erweiterung der Medienerziehung um ein kritisches Verständnis von Empfehlungsalgorithmen erbracht.“

6.4.2. Kanada

Die kanadische Wohltätigkeitsorganisation Digital Moment, die Teil eines globalen Netzwerks von Organisationen ist, die Kommunen dazu motivieren, sich mit der Vermittlung von Digitalkompetenz für eine bessere Zukunft einzusetzen, hat das Programm Digital2030 ins Leben gerufen.¹⁶² Es ermutigt junge Menschen, ihre digitalen Fähigkeiten zu nutzen, um sich für eine nachhaltigere Zukunft einzusetzen. Digital2030 umfasst drei Projekte mit den Schwerpunkten Programmierunterricht, Digitalkompetenz und künstliche Intelligenz, die der Jugend wichtige digitale Fähigkeiten für die Zukunft vermitteln:

- The Challenge: verschiedene Herausforderungen, bei denen Jugendliche mit Hilfe von Programmierung, Daten und künstlicher Intelligenz die dringendsten Probleme der Welt angehen sollen
- Digital Leaders: ein Raum für junge Menschen, in dem sie in interaktiven Gesprächsrunden und Diskussionen über die Themen, die ihnen am wichtigsten sind, nachdenken und Ideen austauschen können
- Das Algorithm and Data Literacy Project

Dieses Projekt¹⁶³ wurde in Zusammenarbeit mit der kanadischen UNESCO-Kommission (CCUNESCO) und der UNESCO entwickelt. Sein Ziel ist insbesondere, Kinder über die Präsenz von Algorithmen und deren Einfluss auf ihre digitalen Erfahrungen aufzuklären. Es bietet konkrete Erklärungen zu KI, Algorithmen, Computational Thinking und ähnlichen Begriffen in Form von Texten, Videos und interaktiven Spielen wie der „Most Likely Machine“, bei der man in einer vorgegebenen Situation einen einfachen Algorithmus entwickelt und dadurch die konkrete Auswirkung der gegebenen Anweisung auf das Ergebnis versteht. Außerdem bietet das Projekt zusätzliche Ressourcen zum Nachschlagen. Es ist in fünf Themenbereiche gegliedert:

1. Sehen
2. Handeln
3. Lesen
4. Nachdenken
5. Mitmachen

¹⁶² <https://digitalmoment.org/digital2030>

¹⁶³ <https://algorithmliteracy.org/>

Das Projekt soll also Kinder befähigen, kritisch darüber nachzudenken, wie sie im Internet unterwegs sind, und zu proaktiven, kreativen Nutzern und Gestaltern zu werden statt zu passiven Konsumenten.

6.4.3. Vereinigtes Königreich

Algorithmische Entscheidungen haben maßgebliche Auswirkungen auf unsere Online-Interaktionen und wecken Bedenken gegen Verzerrungen und die Folgen der algorithmischen Kuratation.¹⁶⁴ Plattformen, die Empfehlungsalgorithmen und personalisierte Suchfunktionen nutzen, wie soziale Medien, Streamingdienste und Nachrichtenaggregatoren, können die sozialen und kulturellen Erfahrungen der Nutzerinnen und Nutzer tiefgreifend beeinflussen und potenziell ihr psychisches Wohlbefinden beeinträchtigen. Indem sie ihre Inhaltsvorschläge auf die Nutzerpräferenzen zuschneiden, können Algorithmen Filterblasen erzeugen, die andere Ansichten kaum noch durchlassen und bestehende Überzeugungen verstärken. Darüber hinaus können Algorithmen populären globalen Inhalten Vorrang vor lokalen oder spezialisierten Inhalten einräumen und daher durch Standardisierung bestimmter Verhaltensweisen, Werte, Ideen oder Lebensweisen die Wahrnehmung gesellschaftlicher Normen beeinflussen. Außerdem sei darauf hingewiesen, dass Algorithmen die Sensibilität oder Qualität von verbreiteten Inhalten übersehen können, was zu Vergleichen anregen und das Selbstwertgefühl beeinträchtigen kann.

Für eine gründliche und kritische Bewertung digitaler Medien und unserer Beschäftigung mit ihnen ist es daher wichtig, nicht nur darüber aufzuklären, wie KI und Algorithmen funktionieren, sondern auch darüber, welche Auswirkungen sie haben können und wie man mit ihnen umgeht. „Disrupt Your Feed“¹⁶⁵ ist eine Medienkompetenzinitiative, die jungen Mädchen helfen soll, ihre psychische Gesundheit zu schützen, indem sie ihnen zeigt, wie sie soziale Medien von einer potenziell toxischen in eine positive Kraft verwandeln und auf diese Weise Spaß an ihnen haben können. Eine Studie unter der Leitung von The Female Lead¹⁶⁶ hat untersucht, wie Mädchen im Teenageralter mit sozialen Medien umgehen, und sich dabei insbesondere auf die Frage konzentriert, ob dieser Umgang einen messbaren Einfluss auf ihre Weltsicht hat und ihre psychische Gesundheit und ihr Offline-Leben beeinträchtigt. Die Ergebnisse weisen darauf hin, dass die Frage, wem man folgt, in direktem (kausalem) Zusammenhang mit dem eigenen Selbstbewusstsein und Selbstvertrauen steht.

Außerdem hat The Female Lead die Kampagne „Social Media Pledge“ ins Leben gerufen, die dazu anregen sollte, auf eine gesündere Social-Media-Nutzung zu achten und Menschen zu folgen, die einem guttun. Dazu wird empfohlen,

¹⁶⁴ Dogruel, L. (2021), „What is Algorithm Literacy? A Conceptualization and Challenges Regarding its Empirical Measurement“ in M. Taddicken & C. Schumann (Eds.), *Algorithms and Communication* (S. 67–93), Berlin,

¹⁶⁵ <https://www.thefemalelead.com/disrupt-your-feed>

¹⁶⁶ https://www.thefemalelead.com/files/ugd/05606b_9b61ebf0d39e41b391982bf6a9f5c527.pdf



1. mit Bedacht zu scrollen
2. den Algorithmus zu hinterfragen
3. selbst über den eigenen Feed zu bestimmen

The Female Lead schlägt eine Liste mit positiven Vorbildern vor, denen man folgen kann, um den eigenen Feed in verschiedenen Bereichen zu durchbrechen, etwa in Bezug auf Körperakzeptanz, Wirtschaft, Medien und Nachrichten, psychische Gesundheit, Aktivistinnen, Frauen in MINT-Berufen, Kunst und Unterhaltung, feministische Ikonen und Seiten, Politik, Wohltätigkeitsorganisationen und Kampagnen, Sport und positive Unterstützer.

7. Fazit

Medienkompetenz spielt heute eine wichtige Rolle. In den letzten zehn Jahren haben sich das Medienangebot und die Konsumgewohnheiten der Nutzerinnen und Nutzer erheblich verändert. Aus der Sicht der Nutzenden ging es dabei um einen Wandel vom reinen Konsum hin zu einer Mischung aus Konsum und Produktion, insbesondere mit dem Aufkommen nutzergenerierter Inhalte. Die traditionellen linearen Dienste sind diversen Online-Mediendiensten gewichen, darunter soziale Medien, Video-Sharing-Plattformen und Nachrichtenaggregatoren, und die Informationsbeschaffung findet nun überwiegend auf diesen Plattformen statt.

In Verbindung mit der Informationsüberlastung erschwert der interaktive Charakter dieser Dienste jedoch das Verstehen und das Management der Inhalte. Dies unterstreicht die Bedeutung einer Medienkompetenz, bei der es in letzter Zeit immer mehr darum geht, Menschen mit unterschiedlichem demografischem Hintergrund die Fertigkeiten, Fähigkeiten und Werte zu vermitteln, die sie für einen informierten, verantwortungsvollen und kritischen Umgang mit Medien benötigen.

Dieses Thema wurde bereits auf supranationaler Ebene von zahlreichen Akteuren aufgegriffen, darunter die UNESCO, der Europarat, die EPRA, die OSZE und die EU. Diese Organisationen haben umfassende Rahmenwerke geschaffen, die das Vorgehen auf nationaler Ebene lenken, erleichtern und ein Stück weit harmonisieren und an denen sie weiterhin arbeiten.

Es hat den Anschein, dass das Primärrecht meist nicht näher auf Medienkompetenz eingeht, während das Sekundärrecht detailliertere Informationen über Ansätze und Strategien zur Förderung der Medienkompetenz enthält. Ein Blick auf diese Rechtsrahmen und Konzepte zeigt, dass der Schwerpunkt zunehmend auf der Stärkung der Nutzer liegt, wobei in Abhängigkeit von Faktoren wie dem kulturellen, gesellschaftlichen und politischen Kontext unterschiedliche Arten von Fertigkeiten, Fähigkeiten und Werten im Mittelpunkt stehen. Medienkompetenzinitiativen zur Stärkung der Nutzer können auch von Finanzierungsprogrammen profitieren, die im Primär- (wenn auch seltener) oder Sekundärrecht geregelt sein können.

Kritisches Denken wird zwar nicht in allen Ländern in gleicher Weise thematisiert, entwickelt sich aber zu einem zentralen Aspekt der Medienkompetenz, weil es eine wichtige Voraussetzung für verantwortungsvollen Medienkonsum ist. Dies gilt für alle Bevölkerungsgruppen, wobei auf Minderjährige schon immer stark geachtet wurde, in letzter Zeit aber auch immer mehr Initiativen ältere Menschen in den Blick nehmen. Eine große globale Herausforderung, die bei der Beschäftigung mit diesen Initiativen deutlich wurde, ist die Notwendigkeit zur Ausbildung von Lehrkräften. Zur Lösung dieses Problems laufen zahlreiche Programme.

Je mehr KI unseren Alltag durchdringt, desto wichtiger wird die Fähigkeit zur kritischen Beurteilung von Medien. Studien zeigen, dass einem Teil der Minderjährigen das Bewusstsein, das Verständnis oder die Fähigkeit fehlt, KI und KI-generierte Inhalte zu erkennen. Dies unterstreicht, wie wichtig es ist, die Fähigkeit zu kritischem Denken zu stärken, insbesondere bei der Erkennung potenzieller Risiken und Probleme im Zusammenhang mit KI und Algorithmen, wie etwa Deepfakes, Inhaltsempfehlungen und algorithmische Verzerrungen. Zurzeit bemühen sich zahlreiche Initiativen, insbesondere Jugendliche über KI-Technologien aufzuklären und ihnen die Tools und Kompetenzen zu vermitteln, um die damit verbundenen Risiken zu mindern. Die Entwicklung zu einer Gesellschaft, die Medien, Digitalisierung, Algorithmen und KI im Griff hat, erfordert eine Kooperation zwischen KI-Experten, Faktenprüfern, Fachleuten für Medienkompetenz, Entwicklern und Journalisten und einen Ansatz, der diese verschiedenen Interessenträger einbezieht.

Medienkompetenz hat sich weiterentwickelt und wurde mehrfach neu interpretiert, um mit den Entwicklungen im Mediensektor Schritt zu halten. Inzwischen geht die Entwicklung zu anderen neuen Formen wie KI- und Algorithmenkompetenz. Diese umfassen weitaus breitere Fähigkeiten und Fertigkeiten als die in diesem Bericht angesprochenen, und die umfassende Auseinandersetzung mit ihnen ist noch nicht abgeschlossen. Wie diese Entwicklung aussehen und wohin sie führen wird, bleibt abzuwarten.

Eine Publikation
der Europäischen Audiovisuellen Informationsstelle

