Kofinanziert von der Europäischen Union

Von der Europäischen Union finanziert. Die geäußerten Ansichten und Meinungen entsprechen jedoch ausschließlich denen des Autors bzw. der Autoren und spiegeln nicht zwingend die der Europäischen Union oder der Europäischen Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA können dafür verantwortlich gemacht werden.

MIL and PRE-BUNKING Approaches for Critical Thinking in the Education Sector

D2.1 – Medienkompetenz & Debunking: Eckdaten, Anforderungen, Beispiele guter Praxis

WP2 – BESTANDSAUFNAHME VORHANDENER RESSOURCEN UND ENTWICKLUNG VON TRAININGSMATERIALIEN

Kofinanziert von der Europäischen Union

Informationen zum Projekt

Akronym des Projekts:	MILES
Titel des Projekts:	MILES - MIL und PRE-BUNKING Ansätze für kritisches Denken im Bildungsbereich
Call:	[ERASMUS-EDU-2023-PI-FORWARD] — [ERASMUS-EDU-2023-PI-FORWARD-LOT1]
Projektnummer:	101132716
Verfasser:	OLAE- Portugal
Datum der Erstellung:	März 2024

Inhaltsübersicht

1. Einführung 4

1.1 Zusammenfassung des Projekts 4

1.2 Zusammenfassung des Berichts 6

2. Desk Research 9

2.1 Literaturübersicht 9

2.2 Transnationaler Kontext zu Medien- und Datenkompetenz 16

2.3 Vielversprechende Praktiken 29

3. Feldforschung 45

3.1 Interviews 46

3.1.1 Auswahl der Interviewpartner 47

3.1.2 Gestaltung der Befragung 48

3.1.3 Ethische Überlegungen 50

4. Analytische Ergebnisse der Interviews 50

4.1 Interessierte Kreise 52

4.2 Politische Entscheidungsträger 57

Freiraum für Ideen, Zitate, Bemerkungen usw. 60

4.3 Akteure, die im schulischen Umfeld tätig sind 62

5. Analyse der Ergebnisse der Fragebögen 67

5.1 Der Übergang von der nationalen zur transnationalen Dimension 67

5.2 Vergleich 70

5.3 Trends im Nachrichtenkonsum 72

5.4 Wahrnehmungen von Fake News 73

5.5 Bildungsbedarfe und bewährte Praktiken 74

5.6 Wichtige Einblicke 74

5.7. Soziodemografisches Profil 75

5.8 Bevorzugte Nachrichtenquellen 81

5.9 Wahrnehmung und Auswirkungen von Fake News 93

5.10 Verhalten bei der Informationssuche 99

5.11 Medienkompetenz und -erziehung 102

5.12 Ergebnisse der Schüler*innenbefragung 107

6. Herausforderungen und zukünftige Wege 126

7. Empfehlungen und Schlussfolgerungen 134

8. Referenzen..... 139

Anhang 1 - Liste der an der Befragungsphase beteiligten Personen und ihr Profil..... 146

Anhang 2 - Vorlage für Interviews..... 155

Anhang 3 - An Erwachsene gerichtete Fragebögen 158

Anhang 4 - Fragebogen für junge Menschen 164

1. Einführung

1.1 Zusammenfassung des Projekts

Das Projekt **MILES - MIL and PRE-BUNKING approaches for Critical thinking in the education sector** ist eine vom Erasmus+ Programm finanzierte Kooperationsinitiative zwischen 11 Partnern aus 10 Ländern der Europäischen Union. Ziel des Projekts ist es, die wachsenden Herausforderungen von Desinformation und digitaler Manipulation zu bewältigen, die sich direkt auf den Bildungssektor und die Bildung informierter und kritischer Bürger*innen auswirken. In einem Zeitalter, in dem Informationen schnell zirkulieren und für jeden zugänglich sind, oft ohne Überprüfung der Quellen, wird die Förderung von Medienkompetenz, Pre-Bunking und Datenkompetenz zu einem Muss. Mit diesen Ansätzen zielt das MILES-Projekt darauf ab, Lehrkräfte zu Vermittler*innen des Wandels auszubilden, die in der Lage sind, die Widerstandsfähigkeit gegen Desinformation zu stärken und kritisches Denken im Klassenzimmer und in der Gesellschaft zu fördern.

Die Hauptziele von MILES sind:

- Entwicklung und Umsetzung von Schulungsprogrammen für Lehrkräfte und angehende Lehrkräfte in den Bereichen Medienkompetenz, Pre-Bunking und Datenkompetenz, die zwei Ausbildungsebenen abdecken: Erstausbildung von Lehrkräften (ITE) und kontinuierliche berufliche Weiterbildung (CPD).
- Ausbildung von Lehrkräften und Trainer*innen zu Multiplikator*innen für kritisches Denken und Schaffung eines Netzes von Trainer*innen, die bereit sind, innovative Methoden in ihrer täglichen Praxis anzuwenden und zu verbreiten.
- Integration von Pre-Bunking- und Data-Literacy-Methoden in den Lehrplan, Schulung von Lehrkräften zur Entwicklung pädagogischer Instrumente und Durchführung von Workshops, in denen Schüler*innen falsche und irreführende Informationen erkennen und kritisch analysieren.
- Einbindung von Familien und Bildungseinrichtungen in Aktivitäten zur Förderung der digitalen Kompetenz mit Hilfe von Ressourcen wie von Schüler*innen entwickelten Brettspielen, um das Bewusstsein für die Gefahren von Desinformation zu schärfen und eine Kultur des kritischen Denkens über die Schule hinaus zu fördern.
- Schaffung einer dauerhaften und nachhaltigen Wirkung auf die digitale Bildung in Europa unter Einbeziehung von politischen Entscheidungsträgern und Bildungsakteuren, um die Kontinuität und Übertragbarkeit der entwickelten Methoden zu gewährleisten.

Das Projekt zielt darauf ab, robuste Schulungsprogramme einzuführen, die wesentliche Aspekte der digitalen und kritischen Kompetenz sowohl für Anfänger als auch für erfahrene Pädagog*innen abdecken. Die Ausbildung auf ITE-Ebene wird es Lehrkräften in der Anfangsphase ermöglichen, die Fähigkeiten zu entwickeln, um kritische und digitalbewusste

pädagogische Praktiken von Beginn ihrer Arbeit an einzubinden. Dieses Ausbildungsniveau ist von entscheidender Bedeutung, da die meisten Lehrkräfte noch nicht über die notwendigen Kompetenzen verfügen, um sich den Herausforderungen eines mit Fehlinformationen gesättigten digitalen Umfelds zu stellen. Auf der Ebene der Fortbildung, die sich an erfahrenere Pädagog*innen richtet, wird das Projekt versuchen, ihre Fähigkeiten zu verbessern und zu aktualisieren, indem es praktische Ansätze zur Bekämpfung von Desinformation und zur Förderung einer kritischen Kultur im Klassenzimmer bietet. MILES hofft, insgesamt 180 Lehrkräfte ausbilden zu können, die sich auf beide Arten von Schulungen verteilen.

Neben der Ausbildung engagiert sich MILES für die Entwicklung pädagogischer Instrumente, damit die Lehrkräfte die Wirkung der erlernten Konzepte vervielfachen können. Lehrkräften, die die Fortbildung auf CPD-Ebene absolvieren, kommt die Schlüsselrolle zu, einen pädagogischen "Werkzeugkasten" voller praktischer Aktivitäten mitzugestalten, um Schüler*innen zu ermutigen, Fehlinformationen zu erkennen und ihnen zu widerstehen, bevor sie schädliche Auswirkungen haben - ein Prozess, der als Pre-Bunking bekannt ist. In Anlehnung an das Konzept der psychologischen Impfung setzt Pre-Bunking die Schüler*innen in einem kontrollierten Umfeld kleinen Dosen von Desinformationen aus, so dass sie eine Immunität gegen falsche Inhalte in realen Situationen entwickeln können. In den geplanten Workshops in der Schule werden rund 540 Schüler*innen direkt eingebunden sein und die Möglichkeit haben, die erlernten Konzepte anzuwenden und so das kritische Denken in ihrem Schulalltag zu fördern.

Das Projekt hat auch eine starke Komponente zur Einbeziehung der Familie und der Gemeinschaft. Um die Bildungsgemeinschaft einzubinden, wird MILES ein pädagogisches Brettspiel entwickeln, das es den Schüler*innen ermöglicht, ihr Wissen über Desinformation anzuwenden und mit ihren Familien zu teilen. Diese Aktivität wird in speziellen Workshops für Familien durchgeführt, mit dem Ziel, das Bewusstsein für die Risiken von Desinformation zu schärfen und eine Kultur der kritischen Analyse über die Schulmauern hinaus zu fördern. Rund 270 Eltern und Betreuer werden an diesen Workshops teilnehmen, die dazu beitragen werden, ein gemeinschaftliches Umfeld zu schaffen, in dem kritisches Denken gefördert wird, und die die Beziehungen zwischen Schule und Familie stärken.

Die erwartete Wirkung von MILES ist bedeutend und tiefgreifend und zielt nicht nur darauf ab, die pädagogische Praxis im digitalen Kontext zu verändern, sondern auch die europäische Gesellschaft insgesamt zu stärken. Kurzfristig soll das Projekt die Fähigkeit der Lehrkräfte verbessern, mit Fehlinformationen umzugehen, und die Schüler*innen dazu befähigen, kritische Fähigkeiten zu entwickeln, die im digitalen Umfeld angewendet werden können. Mittel- und langfristig möchte MILES zum Aufbau einer widerstandsfähigeren Gesellschaft beitragen, die sich der Gefahren digitaler Manipulationen bewusst ist, und gleichzeitig die Kontinuität des kritischen digitalen Lernens durch das Engagement von Interessengruppen und politischen Entscheidungsträgern fördern. Durch die Förderung von Leitlinien und vielversprechenden Praktiken auf lokaler, nationaler und europäischer Ebene will MILES ein

Vermächtnis der Bildungsinnovation schaffen, das in verschiedenen Bildungskontexten repliziert und aufrechterhalten werden kann. Die Verbreitung und Integration der im Rahmen des Projekts entwickelten Methoden hat das Potenzial, einen langfristigen politischen Wandel zu bewirken und dazu beizutragen, ein europäisches Bildungssystem zu schaffen, das kritisches Denken, digitale Kompetenz und Widerstand gegen Desinformation schätzt und kultiviert und damit zu einer robusteren und informierten Demokratie beiträgt.

Die MILES-Partnerschaft setzt sich aus den folgenden Partnern zusammen:

- Koordinator: Centro per lo Sviluppo Creativo Danilo Dolci (Italien)
- OLAE Associação de Investigação Observatório Lusófono de Actividades Economimas (Portugal)
- Aproximar - Cooperativa de Solidariedade Social (Portugal)
- ALSDGC - Asociatia Lectura si Scrierea pentru Dezvoltarea Gandirii Critice (Rumänien)
- BUPNET GmbH - Deutschland
- KMOP - Bildungszentrum (Griechenland)
- GO! - Belgien
- Cardet - Zentrum für die Förderung von Forschung und Entwicklung in der Bildungstechnologie (Zypern)
- die Berater - Österreich
- Atermon - Die Niederlande
- Danmar Computers - Polen

1.2 Zusammenfassung des Berichts

Dieser Bericht basiert auf den Berichten der europäischen Partner, die in einer ersten Forschungsphase Interviews, Sekundärforschung und Online-Umfragen durchgeführt haben, um die aktuelle Situation in Bezug auf MIL in ihren Ländern zu untersuchen und die wichtigsten Trends, Lernbedarfe und inspirierende Praktiken zu identifizieren, die als Referenz für die nächsten Schritte des Projekts dienen sollen. Die Partnerländer, in denen die Forschung durchgeführt wurde, sind die folgenden: **Italien, Portugal, Rumänien, Deutschland, Griechenland, Belgien, Zypern, Österreich, Niederlande und Polen**.

Dieser Bericht ist insbesondere das Ergebnis der folgenden durchgeführten Maßnahmen:

- Eine Sekundärforschung pro Land zum nationalen Kontext, Literaturrecherche und 5 vielversprechende/bewährte Verfahren zu den Projektthemen.
- Interviews mit 5 politischen Entscheidungsträgern, 5 im schulischen Umfeld tätigen Akteuren und 2 Stakeholdern pro Land, so dass insgesamt **124 Personen** erreicht wurden**.**

- 100 Ergebnisse zu Umfragen pro Land, die sich an 70 Erwachsene (insbesondere Lehrkräfte) und 30 Schüler*innen/Jugendliche richten und insgesamt **1159 Personen** erreichen.

Im Folgenden werden die wichtigsten Ergebnisse vorgestellt.
Die Berichte des MILES-Projekts über die in den Partnerländern durchgeführten Befragungen haben erhebliche Herausforderungen aufgezeigt und detaillierte Empfehlungen für den Umgang mit Fake News und Desinformationen gegeben. **Diese Berichte unterstreichen die Bedeutung einer umfassenden Medienkompetenzerziehung und der Integration von Fähigkeiten zum kritischen Denken in den Lehrplan der Schulen**.

Eine zentrale Herausforderung, die in allen Berichten genannt wird, ist die **rasche Entwicklung der Medien und die zunehmende Raffinesse der Desinformationstaktiken**. Pädagog*innen und politische Entscheidungsträger sind besonders besorgt über die "Infodemie" - eine überwältigende Menge an Informationen, einschließlich falscher und irreführender Inhalte, die es dem Einzelnen schwer macht, glaubwürdige Quellen zu erkennen. Diese Herausforderung wird noch dadurch verschärft, dass junge Menschen sich in hohem Maße mit sozialen Medienplattformen beschäftigen, die oft am anfälligsten für Desinformationen sind, da sie sich auf diese Plattformen verlassen, um Nachrichten zu erhalten.

Ein weiteres wichtiges Problem ist der **Mangel an kontinuierlicher beruflicher Weiterbildung für Lehrkräfte**. Lehrkräfte benötigen kontinuierliche Schulungen, um mit den neuesten digitalen Tools und Strategien zur Bekämpfung von Desinformation auf dem Laufenden zu bleiben. In den Berichten wird betont, wie wichtig es ist, in Lehrkräftefortbildungsprogramme zu investieren, die sich auf Medienkompetenz, einschließlich künstlicher Intelligenz und algorithmischer Kompetenz, konzentrieren, um den Lehrkräften die Fähigkeiten zu vermitteln, die sie benötigen, um Schüler*innen effektiv anzuleiten.

In den Berichten werden auch die **Notwendigkeit der Einbindung der Gemeinschaft und gemeinsamer Anstrengungen** betont. Die Einbindung von Eltern, lokalen Gemeinschaften und Medienorganisationen in Medienkompetenzinitiativen ist entscheidend für die Schaffung eines umfassenden Ansatzes zur Bekämpfung von Desinformation. Projekte auf Gemeindeebene und Partnerschaften zwischen Schulen und Medienorganisationen können praktische Erfahrungen in der realen Welt für Schüler*innen bieten und ein breiteres Verständnis der Medienlandschaft fördern.

Was **vielversprechende Praktiken** anbelangt, so wurden mehrere Initiativen hervorgehoben. So sind das News Literacy Project in London und die Segura Net-Initiative der portugiesischen Generaldirektion für Bildung bemerkenswerte Beispiele für effektive Medienkompetenzprogramme. Diese Initiativen bieten wertvolle Ressourcen und Rahmenbedingungen für Pädagog*innen und Schüler*innen zur Entwicklung kritischer

Medienkompetenz. Darüber hinaus wurden Bücher wie "Gosto, logo existo" aufgrund ihres pädagogischen Wertes bei der Behandlung von Medienkompetenzthemen empfohlen.

Zu den politischen Empfehlungen aus den Berichten gehört die **Integration von Medienkompetenz in alle Bildungsbereiche, und zwar bereits im Kindesalter**. Die Entwicklung von Fähigkeiten zum kritischen Denken und die Förderung von Toleranz und Vielfalt werden als wesentliche Bestandteile einer soliden Medienkompetenzerziehung angesehen. Es wird auch eine bessere journalistische Sorgfalt und Mechanismen zur Überprüfung der Fakten gefordert, um die Glaubwürdigkeit der an die Öffentlichkeit weitergegebenen Informationen zu gewährleisten.

In den Berichten wird vorgeschlagen, dass **die nationalen Strategien** angesichts des grenzüberschreitenden Charakters der Desinformation **an den europäischen Rahmen angeglichen werden sollten**. In den Berichten wird jedoch betont, dass diese Strategien kontextspezifisch sein müssen, um den unterschiedlichen Hintergründen der Schüler*innen und den unterschiedlichen Auswirkungen von Desinformation Rechnung zu tragen.

Technologische, gesetzgeberische und bildungspolitische Ansätze müssen integriert werden, um die Herausforderungen durch Fake News und Desinformation wirksam anzugehen. In den Berichten wird empfohlen, Technologien zu nutzen, um Instrumente zur Erkennung und Bekämpfung von Desinformation zu entwickeln, gesetzgeberische Maßnahmen zur Regulierung der Verbreitung von Falschinformationen zu ergreifen und umfassende Bildungsstrategien zu fördern, um die Widerstandsfähigkeit gegen Desinformation zu stärken.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die MILES-Projektberichte für **einen vielschichtigen Ansatz zur Bekämpfung von Fake News und Desinformation** plädieren. Fake News und Desinformation sind zwar verwandte Konzepte, aber nicht genau dasselbe.

Fake News

Der Begriff bezieht sich im Allgemeinen auf Nachrichtenartikel oder Medieninhalte, die absichtlich falsche Informationen enthalten, die so gefälscht werden, dass sie wie seriöse Nachrichten aussehen. Diese Artikel zielen oft darauf ab, die Leserschaft zu täuschen und ihr etwas vorzugaukeln, was nicht der Wahrheit entspricht. Fake News können mit unterschiedlichen Motiven verbreitet werden, z. B. um Meinungen zu beeinflussen, Klicks anzulocken (Clickbait) oder Empörung zu erzeugen, aber nicht immer mit der Absicht zu manipulieren.

Desinformation

Es handelt sich um absichtlich verbreitete Falschinformationen mit der Absicht, Menschen in die Irre zu führen oder zu manipulieren. Es handelt sich um ein breiteres Konzept, das nicht nur Fake News, sondern auch andere Taktiken wie manipulierte Bilder, gefälschte Videos und Propaganda umfasst. Desinformation wird häufig eingesetzt, um die öffentliche Meinung zu beeinflussen, Einzelpersonen oder Gruppen zu diskreditieren oder sogar politische oder soziale Strukturen zu destabilisieren.

Beides ist problematisch, aber Desinformation ist in der Regel mit einer strategischen, oft böswilligen Absicht verbunden, während Fake News manchmal weniger gezielt oder sogar unbeabsichtigt von Menschen verbreitet werden, die sie für wahr halten. Dazu gehören die Verbesserung der Medienkompetenzerziehung, die kontinuierliche berufliche Weiterbildung von Pädagog*innen, die Einbeziehung der Gemeinschaft und solide politische Rahmenbedingungen. Mit diesen Strategien können die Länder eine gut informierte und kritisch denkende Gesellschaft aufbauen, die in der Lage ist, die Komplexität der modernen Informationslandschaft zu bewältigen.

2. Desk Research

2.1 Literaturübersicht

Das MILES-Projekt berichtet über Fake News und Desinformation aus verschiedenen Partnerländern und bietet eine umfassende Literaturübersicht, die sich mit den vielfältigen Herausforderungen und Strategien zur Bekämpfung von Desinformation auseinandersetzt. Die in diesen Berichten ausgewertete Literatur verdeutlicht **die rasante Entwicklung der digitalen Medien** und **ihre tiefgreifenden Auswirkungen auf die Verbreitung von Falschinformationen**. Wissenschaftler*innen und Expert*innen sind sich einig, dass der Aufstieg sozialer Medienplattformen die Reichweite und die Geschwindigkeit, mit der sich Desinformationen verbreiten, deutlich erhöht hat und für den Einzelnen ein komplexes Umfeld geschaffen hat, in dem er sich zurechtfinden muss.

Für diese Sekundärforschung haben wir nicht nur Informationen und Referenzen aus den Ländern der Europäischen Union ausgewertet, sondern auch einige Studien zu diesen Themen, die in Ländern außerhalb der EU durchgeführt wurden, sowie Erfahrungen aus Übersee.

Ein immer wiederkehrendes Thema in der Literatur ist das Konzept der "**Infodemie**", das sich auf die überwältigende Menge an wahren und falschen Informationen bezieht, denen die

Menschen täglich begegnen. Dieses Phänomen erschwert die Fähigkeit, zwischen glaubwürdigen und nicht glaubwürdigen Quellen zu unterscheiden. Studien unterstreichen, dass junge Menschen, die soziale Medien intensiv nutzen, besonders anfällig für Desinformationen sind. Untersuchungen aus den Vereinigten Staaten zeigen zum Beispiel, dass Jugendliche und junge Erwachsene auf Plattformen wie Facebook und Instagram häufig Fehlinformationen ausgesetzt sind. Ebenso haben Studien aus dem Vereinigten Königreich gezeigt, dass die digitalen Kompetenzen junger Menschen nicht ausreichen, um sich in der komplexen Online-Informationslandschaft zurechtzufinden. Mehrere Studien in den Vereinigten Staaten und im Vereinigten Königreich haben die **Anfälligkeit junger Menschen für Desinformationen und die Notwendigkeit verbesserter digitaler Kompetenzen zur Navigation in Online-Informationen** hervorgehoben. Um einige Beispiele hinzuzufügen, möchten wir die folgenden Studien aus den USA anführen: Das Pew Research Center berichtet, dass junge Amerikaner*innen zu den häufigsten Nutzer*innen von Social-Media-Plattformen wie Facebook, Instagram und Twitter gehören, wo sie auf verschiedene Arten von Fehlinformationen stoßen. Pew-Studien haben gezeigt, dass soziale Medien für viele junge Erwachsene eine Hauptquelle für Nachrichten sind, wodurch sie potenziell irreführenden oder falschen Informationen stärker ausgesetzt sind.
Die Stanford History Education Group (SHEG) hat herausgefunden, dass Mittel-, Oberstufen- und College-Schüler*innen in den USA oft Schwierigkeiten haben, die Glaubwürdigkeit von Online-Informationen zu beurteilen. Ihre Studie, "Evaluating Information: The Cornerstone of Civic Online Reasoning" ergab, dass junge Menschen häufig nicht zwischen glaubwürdigen Quellen und unzuverlässigen Informationen in sozialen Medien unterscheiden können.

Aus dem Vereinigten Königreich sind die folgenden Studien hervorzuheben: Ofcom (2021) (die britische Regulierungsbehörde für Kommunikation) veröffentlicht einen jährlichen Bericht über "Children and Parents: Media Use and Attitudes" (Mediennutzung und Einstellungen), aus dem hervorgeht, dass Kinder und junge Erwachsene zunehmend auf soziale Medien angewiesen sind, wenn es um Nachrichten und Informationen geht, ihnen aber oft die Fähigkeit fehlt, deren Richtigkeit kritisch zu beurteilen. Dieser Bericht hebt die Bedenken hinsichtlich der digitalen Kompetenz und der Gefahr hervor, dass junge Menschen durch Desinformation im Internet in die Irre geführt werden.
Der National Literacy Trust (2018) hat eine Studie durchgeführt, die zeigt, dass junge Menschen im Vereinigten Königreich bessere digitale Kompetenzen benötigen, um sich in der digitalen Landschaft sicher zu bewegen. Ihr Bericht "Fake News and Critical Literacy" unterstreicht, dass eine beträchtliche Anzahl junger Menschen nicht in der Lage ist, falsche Informationen im Internet zu erkennen, was sie anfällig für Desinformation macht.

In der Literatur wird betont, dass die Medienkompetenz verbessert werden muss, um den Menschen die Fähigkeit zum kritischen Denken zu vermitteln, die sie benötigen, um die riesigen Mengen an Informationen, die sie konsumieren, zu bewerten. Die Forscher*innen argumentieren, dass Medienkompetenz von klein auf ein zentraler Bestandteil der Bildung

sein sollte, um den Schüler*innen zu helfen, die notwendigen Fähigkeiten zur kritischen Bewertung von Informationen zu entwickeln. Dieser pädagogische Ansatz wird von verschiedenen Initiativen und Rahmenwerken unterstützt, wie z. B. dem Nationalen Medienkompetenzplan und der Nationalen Strategie für staatsBürger*innenliche Erziehung in Portugal, die als Leitdokumente für die Umsetzung von Medienkompetenz auf verschiedenen Bildungsebenen dienen. Vergleichbare Bemühungen in Ländern wie Finnland, das die Medienkompetenz in seinen nationalen Lehrplan integriert hat, zeigen die Wirksamkeit solcher Ansätze bei der Förderung des kritischen Denkens und der Resilienz gegenüber Desinformation. Die UNESCO hat Finnland als ein führendes Beispiel für die Medienkompetenzerziehung hervorgehoben. In Berichten über Medien- und Informationskompetenz wird häufig auf die Integration der Medienkompetenz in den finnischen Lehrplan und den Erfolg bei der Förderung des kritischen Denkens der Schüler*innen verwiesen.
Die finnische Bildungsbehörde verfügt über detaillierte Informationen zur Integration von Medienkompetenz in den finnischen Lehrplan und betont, wie diese Initiativen kritisches Denken fördern und Schüler*innen vor Desinformation schützen.

Die Ausbildung von Lehrkräften ist ein weiterer kritischer Bereich, der in der Literatur hervorgehoben wird. Die Notwendigkeit einer kontinuierlichen beruflichen Weiterbildung für Pädagog*innen ist ein durchgängiges Thema. Studien zeigen, dass Lehrkräfte eine ständige Weiterbildung benötigen, um mit den neuesten digitalen Tools und Strategien zur Bekämpfung von Desinformation auf dem Laufenden zu bleiben. Die Literatur legt nahe, dass wirksame Lehrkräftefortbildungsprogramme Komponenten zu künstlicher Intelligenz und algorithmischer Kompetenz enthalten sollten, da diese Bereiche im Zusammenhang mit digitalen Medien und Desinformation zunehmend an Bedeutung gewinnen. In Kanada beispielsweise wurden in die Lehrkräfteausbildung Module zu digitaler Kompetenz und kritischem Denken aufgenommen, um Pädagog*innen besser auf die Herausforderungen durch Desinformation vorzubereiten.

Die Einbindung der Gemeinschaft und die Zusammenarbeit sind ebenfalls ein wichtiges Thema in der Literatur. Die Forscher*innen plädieren dafür, Eltern, lokale Gemeinschaften und Medienorganisationen in Medienkompetenzinitiativen einzubeziehen, um einen umfassenden Ansatz zur Bekämpfung von Desinformation zu schaffen. Studien zeigen, dass gemeindebasierte Projekte und Partnerschaften zwischen Schulen und Medienorganisationen praktische, reale Erfahrungen für Schüler*innen bieten und ein breiteres Verständnis der Medienlandschaft fördern können. Beispiele aus Australien zeigen erfolgreiche gemeindebasierte Initiativen, die Schulen, Eltern und lokale Medien zusammenbringen, um die Öffentlichkeit über die Gefahren von Desinformation und die Bedeutung eines kritischen Medienkonsums aufzuklären.

In der Literatur werden mehrere vielversprechende Praktiken hervorgehoben, darunter Initiativen wie das *News Literacy Project* in London und das *Programm Segura Net* der portugiesischen Generaldirektion für Bildung. Diese Programme werden für ihre Wirksamkeit bei der Bereitstellung wertvoller Ressourcen und Rahmenbedingungen für Pädagog*innen und Schüler*innen zur Entwicklung kritischer Medienkompetenz angeführt. Darüber hinaus werden Bildungsmaterialien wie das Buch "*Gosto, logo existo*" vom portugiesischen Bildungsministerium empfohlen, da sie Medienkompetenzthemen auf ansprechende Weise behandeln. Ähnliche Programme in Schweden, wie z. B. die Initiative "*Medien- und Informationskompetenz*", bieten umfassende Ressourcen und Schulungen an, um Lehrkräfte und Schüler*innen bei der Navigation in der digitalen Medienlandschaft zu unterstützen.

In der Literatur wird auch **die Rolle von Technologie und legislativen Maßnahmen** bei der Bekämpfung von Desinformation diskutiert. Die in den folgenden Zeilen genannten Studien betonen die Notwendigkeit technologischer Lösungen zur Aufdeckung und Bekämpfung von Desinformation sowie gesetzlicher Rahmenbedingungen zur Regulierung der Verbreitung von Falschinformationen. Die Bedeutung solider Mechanismen zur Überprüfung von Fakten und journalistischer Strenge wird immer wieder unterstrichen, wobei die Wissenschaftler argumentieren, dass diese Elemente für die Aufrechterhaltung der Glaubwürdigkeit der in der Öffentlichkeit verbreiteten Informationen entscheidend sind. Hier sind einige Beispiele für Studien und Berichte, die die Notwendigkeit technologischer Lösungen und gesetzlicher Rahmenbedingungen zur Bekämpfung von Desinformation betonen:

- **Bericht der Europäischen Kommission "Tackling Online Disinformation: A European Approach"** (2018) - Dieser Bericht skizziert die Strategie der Europäischen Union zur Bekämpfung von Desinformation durch eine Kombination aus technologischen Lösungen, einschließlich künstlicher Intelligenz und maschinellem Lernen für die Moderation von Inhalten, und legislativen Bemühungen zur Regulierung der Verbreitung von Falschinformationen. Der Bericht spricht sich für einen stärkeren Rechtsrahmen aus, um die Rechenschaftspflicht digitaler Plattformen zu gewährleisten. Quelle: Europäische Kommission. (2018). "Tackling Online Disinformation: A European Approach."
- **"The Global Disinformation Order: 2019 Global Inventory of Organised Social Media Manipulation" (Globale Bestandsaufnahme der organisierten Manipulation sozialer Medien) des Oxford Internet Institute** - Diese Studie untersucht die Rolle technologischer Hilfsmittel wie Software zur Bot-Erkennung, um Desinformationskampagnen zu erkennen und zu entschärfen. Sie unterstreicht auch die Bedeutung der Regierungspolitik und der internationalen Zusammenarbeit bei der Regulierung von Social-Media-Plattformen. Quelle: Bradshaw, S., & Howard, P. N. (2019). "The Global Disinformation Order: 2019 Global Inventory of Organised Social Media Manipulation." Oxford Internet Institute.

- **"Artificial Intelligence and the Fight Against Disinformation" (Künstliche Intelligenz und der Kampf gegen Desinformation) des NATO StratCom Centre of Excellence** - Dieser Bericht erörtert die Rolle von KI-basierten Lösungen bei der Erkennung von Fake News, einschließlich Deepfakes, und wie KI zur Verbesserung von Faktenprüfungsprozessen eingesetzt werden kann. Er befasst sich auch mit der Notwendigkeit eines soliden politischen Rahmens zur Bewältigung der ethischen und regulatorischen Herausforderungen, die sich durch KI-gestützte Instrumente bei der Bekämpfung von Desinformationen ergeben. Quelle: NATO StratCom Centre of Excellence. (2020). "Artificial Intelligence and the Fight Against Disinformation".
- **"Desinformation und 'Fake News': Abschlussbericht" des Ausschusses für Digitales, Kultur, Medien und Sport des britischen Unterhauses (2019)** - Dieser Bericht unterstreicht die Notwendigkeit eines Rechtsrahmens, um Social-Media-Plattformen für die Verbreitung von Desinformationen zur Verantwortung zu ziehen. Er spricht sich auch für technologische Innovationen aus, die dabei helfen, falsche Informationen zu erkennen, und fordert strengere Vorschriften für politische Werbung auf digitalen Plattformen. Quelle: House of Commons Digital, Culture, Media and Sport Committee. (2019). "Disinformation and 'Fake News': Final Report."
- **UNESCO-Handbuch "Journalismus, 'Fake News' und Desinformation: Handbook for Journalism Education and Training"** - Dieses Handbuch konzentriert sich zwar auf den Journalismus, erörtert aber auch die technologischen und rechtlichen Ansätze, die zur Bekämpfung von Desinformation erforderlich sind. Es betont die Rolle automatischer Erkennungsinstrumente und schlägt politische Empfehlungen für Initiativen zur Medien- und Medienkompetenz vor. Quelle: UNESCO. (2018). "Journalism, 'Fake News' & Disinformation: Handbook for Journalism Education and Training."

Die folgenden Studien verdeutlichen die entscheidende Rolle sowohl der technologischen Innovation als auch der Regulierungsmaßnahmen bei der Entwicklung einer umfassenden Strategie zur Bekämpfung der Verbreitung von Desinformationen.

- **Die gesetzgeberischen Bemühungen in Deutschland** durch das Netzwerkdurchsetzungsgesetz zeigen, wie regulatorische Rahmenbedingungen wirksam gegen die Verbreitung von Fake News auf Social-Media-Plattformen vorgehen können. Das deutsche Netzwerkdurchsetzungsgesetz (NetzDG), das 2017 in Kraft getreten ist, ist ein herausragendes Beispiel für die Bemühungen des Gesetzgebers, die Verbreitung von Fake News und Hassreden auf Social Media-Plattformen zu bekämpfen. Das Gesetz soll sicherstellen, dass Social-Media-Unternehmen wie Facebook, Twitter und YouTube für die auf ihren Plattformen geteilten Inhalte zur Rechenschaft gezogen werden, insbesondere wenn es sich um nach deutschem Recht illegales Material handelt, einschließlich Desinformation, Hassrede und Aufforderung zur Gewalt.

- Eines der einflussreichsten Dokumente im Kampf gegen Desinformation in Europa ist der **"Aktionsplan gegen Desinformation"** der Europäischen Kommission (Europäische Kommission, 2018). Dieser Plan umreißt einen strategischen Ansatz zur Verbesserung der Fähigkeiten der EU bei der Erkennung, Verhinderung und Reaktion auf Desinformation. Er unterstreicht die Notwendigkeit koordinierter Reaktionen in den Mitgliedstaaten und konzentriert sich auf vier zentrale Säulen: Verbesserung der Aufdeckung, Koordinierung der Reaktionen, Mobilisierung des Privatsektors und Sensibilisierung der Gesellschaft.

- Der "**Verhaltenskodex für Desinformation"** (Europäische Kommission, 2018) ergänzt den Aktionsplan, indem er große Online-Plattformen und die Werbeindustrie in den Kampf gegen Desinformation einbezieht. Unternehmen wie Facebook, Google und Twitter haben sich zu Maßnahmen wie der Verbesserung der Transparenz bei politischer Werbung, der Unterbrechung von Werbeeinnahmen für irreführende Inhalte und der Bekämpfung von Fake-Accounts und automatisierten Bots verpflichtet. Dieser Kodex unterstreicht die entscheidende Rolle der Zusammenarbeit der Branche bei der Eindämmung der Verbreitung von Falschinformationen im Internet.

- Die von der Europäischen Kommission eingerichtete **Europäische Beobachtungsstelle für digitale Medien (EDMO**) dient als zentraler Knotenpunkt für Faktenchecker, akademische Forscher und andere Interessenvertreter. EDMO erleichtert den Austausch bewährter Verfahren und fördert die gemeinsame Forschung zu Desinformation und spielt eine zentrale Rolle beim Aufbau einer vernetzten Reaktion in ganz Europa (EDMO, 2020). Die Beobachtungsstelle unterstützt Bemühungen zur Entlarvung falscher Narrative und zur Verbesserung der Medienkompetenz und trägt so zu einem widerstandsfähigeren Informationsökosystem bei.

- Die akademische Gemeinschaft hat wichtige Beiträge zum Verständnis und zur Bekämpfung von Desinformation geleistet. Der Bericht "**A Multi-Dimensional Approach to Disinformation"** des Europäischen Parlamentarischen Forschungsdienstes (EPRS, 2018) bietet eine eingehende Analyse der Ursprünge, Mechanismen und Auswirkungen von Desinformation. Er plädiert für eine mehrgleisige Strategie, die regulatorische Maßnahmen, Medienerziehung und technologische Innovation umfasst. Der Bericht unterstreicht die Komplexität von Desinformation und den Bedarf an umfassenden Lösungen.

- Autoren wie Wardle und Derakhshan (2017) liefern in ihrer Studie **"Information Disorder: Toward an Interdisciplinary Framework for Research and Policy Making"** eine theoretische Grundlage für das Verständnis der verschiedenen Arten von

Desinformation und ihrer Verbreitungsmethoden. Ihre Arbeit unterstreicht die Bedeutung der interdisziplinären Forschung für die Entwicklung wirksamer Gegenmaßnahmen.

- Die Mitgliedstaaten haben nationale Strategien entwickelt, die sich an den breiteren europäischen Rahmen anlehnen und jeweils eigene Ansätze und Erkenntnisse einbringen. Finnland zum Beispiel hat die Medienkompetenz von klein auf in seinen nationalen Lehrplan integriert, um Schüler*innen die Fähigkeit zu vermitteln, Informationen kritisch zu bewerten (Ministerium für Bildung und Kultur, Finnland, 2018). Dieser Ansatz hat sich bei der Förderung des kritischen Denkens und der Widerstandsfähigkeit gegen Desinformation als wirksam erwiesen.

- Die schwedische Initiative **"Medien- und Informationskompetenz"** bietet umfassende Ressourcen und Schulungen für Lehrkräfte und Schüler*innen und betont die Bedeutung des kritischen Denkens bei der Bekämpfung von Desinformation (Schwedischer Medienrat, 2019). Die Initiative unterstreicht die Rolle der Bildung beim Aufbau einer Gesellschaft, die in der Lage ist, die Komplexität der digitalen Informationslandschaft zu bewältigen.

- Das deutsche **Netzwerkdurchsetzungsgesetz (NetzDG**) schafft einen Präzedenzfall für gesetzgeberische Maßnahmen, indem es Social-Media-Plattformen verpflichtet, illegale Inhalte, einschließlich Hassreden und Fake News, innerhalb bestimmter Fristen zu entfernen (Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz, 2017). Dieses Gesetz zeigt einen proaktiven rechtlichen Ansatz, um Plattformen zur Verantwortung zu ziehen und ein schnelles Vorgehen gegen schädliche Inhalte zu gewährleisten.

- Technologische Lösungen sind entscheidend für die Erkennung und Bekämpfung von Desinformation. Die Bemühungen der Europäischen Union zur Entwicklung fortschrittlicher Algorithmen und Werkzeuge zur Erkennung von Fake News sind gut dokumentiert. Der Bericht der Gemeinsamen Forschungsstelle "**Automated Detection of Disinformation" (JRC, 2019)** beschreibt das Potenzial von maschinellem Lernen und künstlicher Intelligenz bei der Überwachung und Analyse von Online-Inhalten.

- Gesetzliche Rahmenbedingungen sind auch für die Regulierung der Verbreitung von Falschinformationen von entscheidender Bedeutung. In der Entschließung des Europäischen Parlaments zu **"Online-Plattformen und dem digitalen Binnenmarkt" (Europäisches Parlament, 2019)** werden strengere Regulierungsmaßnahmen gefordert, um Transparenz und Rechenschaftspflicht von Online-Plattformen zu gewährleisten. Die Entschließung spiegelt einen wachsenden Konsens über die

Notwendigkeit eines soliden Rechtsrahmens wider, der die freiwilligen Bemühungen der Branche ergänzt.

Bildungsmaterialien wie **"Gosto, logo existo"** werden empfohlen, weil sie Themen der Medienkompetenz auf ansprechende Weise behandeln (Ramos, 2018). Diese Materialien helfen den Lehrkräften, komplexe Konzepte auf eine verständliche Art und Weise zu vermitteln und fördern so eine besser informierte und kritisch denkende Schülerschaft .[1]

2.2 Transnationaler Kontext zu Medien- und Datenkompetenz

In den letzten zehn Jahren **haben sich Fake News und Desinformation zu kritischen Themen in Europa entwickelt**, die nicht nur die Integrität der demokratischen Prozesse, sondern auch das soziale Gefüge der europäischen Gesellschaften bedrohen. Die zunehmende Abhängigkeit von digitalen Plattformen für Informationen hat **neue Herausforderungen für Bürger*innen*innen und Regierungen** gleichermaßen geschaffen. Die Plattformen der sozialen Medien bieten zwar Möglichkeiten zur Verbreitung von Informationen und zur Herstellung von Kontakten, sind aber auch zu einem fruchtbaren Boden für die Verbreitung falscher und irreführender Inhalte geworden. Desinformationskampagnen, die häufig von staatlichen und nichtstaatlichen Akteuren durchgeführt werden, zielen darauf ab, die öffentliche Meinung zu beeinflussen, sich in Wahlen einzumischen und Zwietracht in der Bevölkerung zu säen. Die europäischen Staaten haben das Ausmaß des Problems erkannt, und es wurden verschiedene Maßnahmen ergriffen, die von Regulierungsmaßnahmen bis hin zu Kampagnen zur Sensibilisierung der Öffentlichkeit reichen. Insbesondere die Europäische Union hat eine Schlüsselrolle bei der Koordinierung von Maßnahmen zwischen den Mitgliedstaaten, der Förderung der Zusammenarbeit und der Festlegung von rechtlichen Rahmenbedingungen zur Bekämpfung von Desinformation auf europäischer Ebene gespielt. Die Forscherin Claire Wardle, eine führende Expertin auf dem Gebiet der Desinformation und Mitbegründerin von First Draft, unterstreicht die kritische Natur dieses Problems: "Die Verbreitung von Desinformation ist eine grundlegende Herausforderung für die Demokratie. Ohne eine gut informierte Bürgerschaft ist die Grundlage der demokratischen Regierungsführung in Gefahr" (Wardle, 2019). Wardles Arbeit unterstreicht die dringende Notwendigkeit umfassender Strategien zur Bekämpfung der Verbreitung von Falschinformationen im digitalen Zeitalter. Das Ausmaß von Fake News und Desinformation in Europa hat in den letzten Jahren ein noch nie dagewesenes Ausmaß erreicht (Wardle,

[1] Weitere sehr interessante Quellen sind: A European approach to media literacy in the digital environment; Media literacy for all: Supporting competencies to face information disorder; Digital education action plan 2021-2027 der Europäischen Kommission. Weitere Referenzen, die wir gerne hervorheben möchten, sind: Krotz, F. (2011). Media Connectivity: Konzepte, Bedingungen und Konsequenzen. Wiesbaden: Springer VS; Köhler, M. (2017). Digitale Kommunikation und demokratische Partizipation. Wien: Springer; de Jong, W., & Hoebink, P. (2017). Media and Development: Issues and Challenges in Communication for Development. Den Haag: KIT Publishers

2023). Am deutlichsten wurde das Phänomen bei wichtigen politischen Ereignissen wie Wahlen und Referenden sowie während der COVID-19-Pandemie. **Desinformationskampagnen** zielten auf Europawahlen, Maßnahmen im Bereich der öffentlichen Gesundheit und sogar auf die Legitimität von Regierungen und Institutionen ab. Diese Kampagnen haben eine Vielzahl von Plattformen - vor allem soziale Medien, aber auch Websites, Blogs und Nachrichtendienste - genutzt, um schnell falsche Informationen zu verbreiten. **Eines der bekanntesten Beispiele für Desinformation in Europa** war das Brexit-Referendum 2016 im Vereinigten Königreich. Desinformationen spielten eine wichtige Rolle bei der Meinungsbildung auf beiden Seiten der Debatte, mit zahlreichen falschen Behauptungen über die Europäische Union und die Folgen eines Austritts. Irreführende Werbung, Beiträge in sozialen Medien und Websites verbreiteten falsche Narrative, die durch Algorithmen verstärkt wurden, die das Engagement der Nutzer*innen erhöhen sollten. Die Auswirkungen dieser Desinformationskampagne waren tiefgreifend, da sie zur Polarisierung der britischen Gesellschaft beitrug und den politischen Diskurs über den Brexit erschwerte. Professor Rasmus Kleis Nielsen, Direktor des Reuters Institute for the Study of Journalism an der Universität Oxford, weist auf die Auswirkungen solcher Kampagnen hin: **"Das Brexit-Referendum war ein Wendepunkt für das Verständnis der Rolle von Desinformation** bei der Beeinflussung der öffentlichen Meinung. Es hat gezeigt, wie leicht falsche Narrative verbreitet werden können und welche tiefgreifenden Auswirkungen sie auf politische Prozesse haben können" (Nielsen, 2018).

Osteuropa war ebenfalls ein wichtiges Ziel für Desinformationskampagnen, insbesondere in Ländern wie Ungarn, Polen und der Ukraine (EUnews, 2024). Gleichzeitig **schuf** die **COVID-19-Pandemie einen fruchtbaren Boden für Desinformation in ganz Europa,** auf den die Europäische Kommission mit einer spezifischen Strategie reagierte (siehe "Joint Communication - Tackling COVID-19 disinformation: getting the facts right", 2020 und "European Commission Guidance on Strengthening the Code of Practice on Disinformation", 2021). Dr. Divina Frau-Meigs, Professorin an der Universität Sorbonne Nouvelle und Expertin für Medien- und Informationskompetenz, hat die Rolle digitaler Plattformen bei der Verbreitung von gesundheitsbezogenen Desinformationen hervorgehoben: "Die Pandemie hat uns gezeigt, wie schnell sich Desinformationen über soziale Medien verbreiten können, insbesondere in Bereichen wie der öffentlichen Gesundheit, wo die Folgen verheerend sein können. Wir müssen unsere Medienkompetenzprogramme stärken, um den Menschen zu helfen, sich in dieser komplexen Informationslandschaft zurechtzufinden" (Frau-Meigs, 2020).

Die Verbreitung von Fake News und Desinformationen ist nicht auf die Bereiche Politik oder öffentliche Gesundheit beschränkt. **Desinformation betrifft auch Bereiche wie Migration, Umweltpolitik und soziale Fragen**, wobei falsche Darstellungen oft dazu dienen, Spannungen zu schüren und die öffentliche Debatte zu polarisieren. In Ländern wie Spanien und Italien zielen Desinformationskampagnen auf die Einwanderung ab und stellen Migranten als Bedrohung der nationalen Sicherheit und der kulturellen Identität dar. Diese Narrative, die

häufig von rechtsextremen Gruppen verbreitet werden, haben zum Anstieg der einwanderungsfeindlichen Stimmung in Europa beigetragen und es für die Regierungen schwieriger gemacht, eine integrative Politik umzusetzen. Angesichts des Ausmaßes und der Komplexität des Problems ist es klar, dass **kein einzelner Ansatz das Problem der Desinformation vollständig lösen kann. Es ist eine vielschichtige Antwort erforderlich**, die Regierungen, Medienorganisationen, die Zivilgesellschaft und den privaten Sektor einbezieht. Dieser Bericht befasst sich nun mit den Strategien und Maßnahmen, die auf EU-Ebene zur Bekämpfung von Desinformation entwickelt wurden, sowie mit den spezifischen Maßnahmen, die von einzelnen europäischen Ländern ergriffen wurden. Die Europäische Union steht an der Spitze der Bemühungen zur Bekämpfung von Fake News und Desinformation in ihren Mitgliedstaaten. In Anerkennung der Bedrohung, die Desinformation für demokratische Institutionen darstellt, hat die EU mehrere Initiativen entwickelt, um das Problem sowohl auf europäischer als auch auf nationaler Ebene anzugehen. Diese Initiativen beruhen auf den Grundsätzen der Zusammenarbeit, der Transparenz und der Rechenschaftspflicht, wobei der Schwerpunkt auf der Regulierung digitaler Plattformen und der Förderung der Medienkompetenz liegt. Eine der wichtigsten von der EU entwickelten Initiativen ist die **Europäische Beobachtungsstelle für digitale Medien (EDMO),** die 2020 ins Leben gerufen wurde. EDMO dient als Drehscheibe für Forscher, Faktenprüfer und Experten für Medienkompetenz und bietet eine Plattform für Zusammenarbeit und Informationsaustausch. Zu den Hauptzielen von EDMO gehören die Beobachtung von Desinformationstrends in ganz Europa, die Förderung bewährter Verfahren im Bereich der Medienkompetenz und die Förderung der Zusammenarbeit zwischen verschiedenen Akteuren. **Die Arbeit von EDMO ist auf den Aktionsplan der Europäischen Kommission gegen Desinformation abgestimmt,** der 2018 eingeführt wurde, um die Fähigkeiten der EU bei der Erkennung, Analyse und Reaktion auf Desinformation zu verbessern. Professor Sonia Livingstone, eine renommierte Expertin für Medien und Kommunikation an der London School of Economics, hat den Ansatz der EU gelobt: "Die Europäische Beobachtungsstelle für digitale Medien ist ein bedeutender Schritt nach vorn in unseren Bemühungen, Desinformation zu bekämpfen. Indem sie Experten aus ganz Europa zusammenbringt, bietet sie eine dringend benötigte Plattform für die Zusammenarbeit und den Austausch bewährter Verfahren" (Livingstone, 2021).

Eine weitere wichtige Initiative ist der **Digital Services Act (DSA),** ein umfassender Rechtsrahmen, der 2022 verabschiedet wurde. Der DSA führt neue Verpflichtungen für digitale Plattformen ein und verlangt von ihnen, proaktive Maßnahmen zur Überwachung und Entfernung illegaler Inhalte, einschließlich Fake News und Desinformation, zu ergreifen. **Im Rahmen des DSA müssen die Plattformen transparenter darlegen, wie sie Algorithmen zur Empfehlung von Inhalten einsetzen, und sie müssen den Nutzer*innen mehr Kontrolle über die Informationen geben, die sie sehen.** Der DSA schreibt außerdem vor, dass die Plattformen mit unabhängigen Faktenprüfern zusammenarbeiten, um Desinformationen zu identifizieren und zu kennzeichnen. Die Strafen bei Nichteinhaltung sind beträchtlich und können bis zu 6 %

des weltweiten Umsatzes eines Unternehmens betragen. Der DSA ist ein wichtiger Schritt, um digitale Plattformen für die Inhalte, die sie bereitstellen, zur Verantwortung zu ziehen und sicherzustellen, dass sie die Verantwortung für die Bekämpfung von Desinformation übernehmen. **Der Europäische Aktionsplan für Demokratie (EDAP),** der im Dezember 2020 eingeführt wurde, ergänzt den DSA, indem er sich auf die Stärkung demokratischer Prozesse und den Schutz freier und fairer Wahlen in ganz Europa konzentriert. Der EDAP **skizziert eine Reihe von Maßnahmen zum Schutz der Integrität von Wahlen, zur Förderung unabhängiger Medien und zur Bekämpfung von Desinformation**. Eine der wichtigsten Komponenten des EDAP ist die Regulierung der politischen Werbung, die in Wahlperioden eine wichtige Quelle für Desinformation darstellt. Der EDAP schlägt neue Regeln vor, die eine größere Transparenz in der politischen Werbung vorschreiben und sicherstellen, dass die Bürger*innen wissen, wer hinter den Anzeigen steht, die sie sehen, und wie sie angesprochen werden. Der Plan unterstreicht auch die Bedeutung der Medienkompetenz und fordert verstärkte Anstrengungen, um die Bürger*innen über die Risiken der Desinformation aufzuklären und ihnen zu zeigen, wie sie die Informationen, die sie erhalten, kritisch bewerten können.

Medienkompetenz wird weithin als eines der wirksamsten Instrumente im Kampf gegen Desinformation angesehen. Dabei geht es darum, dem Einzelnen die Fähigkeiten zu vermitteln, die er braucht, um die Informationen, auf die er stößt, kritisch zu bewerten, die Quellen dieser Informationen zu verstehen und fundierte Entscheidungen über ihre Glaubwürdigkeit zu treffen. In einer Zeit, in der sich Fehlinformationen über soziale Medien und andere digitale Plattformen schnell verbreiten können, ist Medienkompetenz unerlässlich, um den Bürger*innen zu helfen, sich in dieser komplexen Informationslandschaft zurechtzufinden. Dr. Divina Frau-Meigs, die die Medienkompetenz in Europa eingehend erforscht hat, argumentiert, dass "Medienkompetenz nicht nur eine Reihe von Fähigkeiten ist, sondern eine entscheidende Komponente der politischen Bildung im 21. **Indem wir den Einzelnen befähigen, sich kritisch mit den Medien auseinanderzusetzen, können wir eine widerstandsfähigere Gesellschaft aufbauen, die besser gegen Desinformation gewappnet ist"** (Frau-Meigs, 2020). Ein Beispiel für diesen Ansatz ist Finnland, das bei der Medienkompetenzerziehung eine Vorreiterrolle einnimmt und sie von klein auf in den nationalen Lehrplan integriert hat. In finnischen Schulen lernen die Schüler*innen, sich in den digitalen Medien zurechtzufinden, Desinformationen zu erkennen und kritisch zu denken. Dieser proaktive Ansatz hat dazu geführt, dass die Bevölkerung besser gegen Desinformation gewappnet ist und Finnland in den weltweiten Medienkompetenzindizes stets einen Spitzenplatz einnimmt (Europäische Kommission, 2023).

Die Europäische Kommission hat mehrere Initiativen unterstützt, die darauf abzielen, das Bewusstsein für die Gefahren von Desinformation und die Bedeutung von kritischem Denken zu schärfen. Die Kampagne "#ThinkBeforeSharing" beispielsweise ermutigt Nutzer*innen sozialer Medien, die Richtigkeit von Informationen zu überprüfen, bevor sie sie online teilen. Solche Kampagnen sind entscheidend für die Förderung einer Kultur der Skepsis und

kritischen Analyse in der Öffentlichkeit. Neben der formalen Bildung **spielen Kampagnen zur Sensibilisierung der Öffentlichkeit eine wichtige Rolle bei der Förderung der Medienkompetenz** in ganz Europa.

Der Kampf gegen Desinformation in Europa steht vor zahlreichen Herausforderungen, von denen viele tief in der digitalen Infrastruktur und den gesellschaftlichen Normen des modernen Informationszeitalters verwurzelt sind. Zu den wichtigsten Herausforderungen gehören die Rolle der sozialen Medienplattformen, das schwindende Vertrauen in Medien und Institutionen sowie die Bildungsunterschiede zwischen den verschiedenen Regionen Europas. Die Plattformen der sozialen Medien sind zu den wichtigsten Schlachtfeldern im Kampf gegen Desinformation geworden. Diese Plattformen sind darauf ausgelegt, das Engagement der Nutzer*innen zu maximieren, und geben sensationellen Inhalten, die Klicks und Likes generieren, oft den Vorzug vor genaueren, aber weniger ansprechenden Informationen. Diese Dynamik hat ein Umfeld geschaffen, in dem sich falsche Informationen schnell und weit verbreiten können und oft mehr Menschen erreichen als Korrekturen oder sachliche Inhalte. Professor Rasmus Kleis Nielsen, der sich eingehend mit der Rolle der sozialen Medien bei der Verbreitung von Desinformationen befasst hat, stellte fest: "Das Design von Social-Media-Plattformen begünstigt von Natur aus die Verbreitung von Desinformationen, da Inhalte bevorzugt werden, die ansprechend sind, auch wenn sie nicht korrekt sind. Dies stellt eine große Herausforderung für diejenigen dar, die falsche Informationen bekämpfen wollen" (Nielsen, 2020). Eine weitere große Herausforderung ist das schwindende Vertrauen in Medien und öffentliche Einrichtungen. In ganz Europa wächst die Skepsis gegenüber den traditionellen Medien, die durch die Wahrnehmung von Voreingenommenheit, Sensationslust und politischer Einflussnahme angetrieben wird. Dieser Vertrauensverlust hat viele Menschen dazu veranlasst, sich alternativen Informationsquellen zuzuwenden, die möglicherweise weniger zuverlässig sind und eher dazu neigen, Desinformationen zu verbreiten. Professor Sonia Livingstone betont, wie wichtig es ist, das Vertrauen in die Medien wiederherzustellen: "Um Desinformation wirksam zu bekämpfen, müssen wir das öffentliche Vertrauen in die Medien wiederherstellen. Dies erfordert ein Engagement für Transparenz, Rechenschaftspflicht und hochwertigen Journalismus, der dem öffentlichen Interesse dient" (Livingstone, 2019).

Auch die **Bildungsunterschiede in Europa** stellen eine große Herausforderung bei der Förderung der Medienkompetenz dar. In Ländern mit gut entwickelten Bildungssystemen ist die Medienkompetenz oft in den Lehrplan integriert und vermittelt den Schüler*innen die Fähigkeiten, die sie benötigen, um sich in der digitalen Landschaft zurechtzufinden. In Ländern, in denen die Bildungssysteme weniger solide sind, wird der Medienkompetenz jedoch möglicherweise keine Priorität eingeräumt, so dass der Einzelne anfälliger für Desinformation ist. Dr. Frau-Meigs weist auf dieses Problem hin: "Bildungsunterschiede in Europa bedeuten, dass nicht jeder den gleichen Zugang zu Medienkompetenzerziehung hat. Dadurch entsteht eine digitale Kluft, bei der einige Bürger*innen besser gegen Desinformation

gewappnet sind als andere" (Frau-Meigs, 2021). Die Bewältigung dieser Herausforderungen erfordert eine koordinierte Anstrengung von Regierungen, Bildungseinrichtungen, Medienorganisationen und der Zivilgesellschaft. Im nächsten Abschnitt werden einige der bewährten Verfahren untersucht, die in ganz Europa bei der Bekämpfung von Fake News und Desinformation entstanden sind.

Trotz der Herausforderungen haben mehrere europäische Länder **wirksame Strategien zur Bekämpfung von Fake News** eingeführt, aus denen andere Länder wertvolle Lehren ziehen können. Zu diesen bewährten Verfahren gehören gemeinsame Anstrengungen, technologische Innovationen und umfassende Medienkompetenzprogramme.

Die Zusammenarbeit zwischen Regierungen, Medienorganisationen und der Zivilgesellschaft ist für eine wirksame Bekämpfung von Desinformation unerlässlich. Die Europäische Beobachtungsstelle für digitale Medien (EDMO) spielt eine Schlüsselrolle bei der Förderung dieser Zusammenarbeit, indem sie Akteure aus ganz Europa zusammenbringt, um bewährte Verfahren auszutauschen und innovative Lösungen zu entwickeln. Dr. Frau-Meigs lobte diese gemeinsamen Bemühungen und stellte fest: "Die Stärke von EDMO liegt in seiner Fähigkeit, eine vielfältige Gruppe von Experten und Interessenvertretern zusammenzubringen und so ein Netzwerk zu schaffen, das schnell und effektiv auf neue Desinformationsbedrohungen reagieren kann" (Frau-Meigs, 2020). Technologische Innovationen spielen ebenfalls eine wichtige Rolle bei der Bekämpfung von Desinformation. KI-gesteuerte Tools zur Faktenüberprüfung, Browsererweiterungen, die verdächtige Inhalte kennzeichnen, und Plattformen, die faktengeprüfte Informationen zusammenfassen, werden im Kampf gegen Desinformation immer wichtiger. Diese Technologien helfen dem Einzelnen, Fake News zu erkennen und fundiertere Entscheidungen über die Informationen zu treffen, die er konsumiert. Dr. Nielsen hat das Potenzial dieser technologischen Werkzeuge hervorgehoben: "Technologische Innovationen, insbesondere solche, die von KI angetrieben werden, haben das Potenzial, unsere Fähigkeit, Desinformationen zu erkennen und zu bekämpfen, erheblich zu verbessern. Sie müssen jedoch in Verbindung mit umfassenderen Strategien eingesetzt werden, die Bildung und Regulierung beinhalten" (Nielsen, 2021). Neben technologischen Lösungen bleiben umfassende Medienkompetenzprogramme ein Eckpfeiler der Bemühungen zur Bekämpfung von Desinformation. Länder wie Finnland und Schweden sind Vorreiter bei der Integration von Medienkompetenz in ihre nationalen Lehrpläne und stellen sicher, dass die Bürger*inneninnen und Bürger*innen mit den notwendigen Fähigkeiten ausgestattet sind, um sich in der digitalen Landschaft zurechtzufinden. Professor Livingstone hat die Bedeutung dieser Programme hervorgehoben: "Bei der Medienkompetenz geht es nicht nur darum, den Menschen beizubringen, wie man Fake News erkennt, sondern auch darum, sie zu befähigen, sich kritisch mit allen Formen von Medien auseinanderzusetzen. Dies ist für die Aufrechterhaltung einer gesunden Demokratie unerlässlich" (Livingstone, 2020).

1) Statistiken über MIL und Datenkompetenz:

Datenkompetenz, definiert als die Fähigkeit, Daten zu lesen, zu verstehen und auf unterschiedliche Weise zu nutzen (Harvard, 2021), wird im digitalen Zeitalter immer wichtiger. Sie ermöglicht es dem Einzelnen, fundierte Entscheidungen zu treffen, sich in der digitalen Landschaft zurechtzufinden und uneingeschränkt an der Informationsgesellschaft teilzunehmen. In diesem Abschnitt des Berichts werden aktuelle Statistiken und Trends in Bezug auf die Datenkompetenz in den europäischen Ländern vorgestellt, wobei erhebliche Unterschiede und wichtige Initiativen zur Verbesserung dieser Fähigkeiten hervorgehoben werden.

Bis zum Jahr 2023 gibt es in der Europäischen Union (EU) erhebliche Unterschiede bei der Datenkompetenz. Laut Eurostat **verfügen 55 % der Personen im Alter von 16 bis 74 Jahren in der EU zumindest über grundlegende digitale Fähigkeiten**, die auch wesentliche Datenkompetenzen umfassen. Hinter diesem Durchschnittswert verbergen sich jedoch erhebliche Unterschiede zwischen den Ländern. So weisen die **Niederlande** und **Finnland** mit **79 %** das höchste Niveau an digitalen Grundkenntnissen auf, während **Rumänien und Bulgarien** mit **28 %** bzw. **31 %** am unteren Ende liegen (Eurostat, 2023). Diese Unterschiede werden durch verschiedene Faktoren beeinflusst, darunter Bildung, Alter und sozioökonomischer Status. Ein höheres Bildungsniveau korreliert stark mit besseren digitalen Fähigkeiten. In der EU verfügen beispielsweise 80 % der Personen mit höherer formaler Bildung über grundlegende digitale Fähigkeiten, während es bei den Personen ohne oder mit geringer formaler Bildung nur 34 % sind. **Die größten Unterschiede bei den digitalen Fähigkeiten nach Bildungsniveau sind in Portugal (66 Prozentpunkte), Griechenland (63 Prozentpunkte) und Malta (59 Prozentpunkte) zu beobachten**. Umgekehrt **weisen Estland (12 Prozentpunkte), Finnland (14 Prozentpunkte) und Litauen (22 Prozentpunkte) die geringsten Lücken auf** (Eurostat, 2023). Die Bildung wirkt sich erheblich auf das Niveau der Datenkompetenz aus. Länder mit soliden Bildungssystemen, die digitale Kompetenzen in ihre Lehrpläne integrieren, weisen tendenziell ein höheres Niveau an Datenkompetenz auf. Finnland, das in diesem Bereich führend ist, integriert Medien- und Datenkompetenz von der frühkindlichen Erziehung bis zur Hochschulbildung. Dieser umfassende Ansatz stellt sicher, dass die Schüler*innen im Rahmen ihrer gesamten Ausbildung starke digitale Kompetenzen entwickeln (Eurostat, 2023). **Auch das Alter spielt eine entscheidende Rolle**. Jüngere Menschen verfügen in der Regel über ein höheres Maß an digitalen Kompetenzen als ältere Altersgruppen. In der EU **verfügen 69 % der 25- bis 34-jährigen Männer über digitale Grundkenntnisse**, während diese Zahl bei den 65- bis 74-Jährigen auf **34 %** sinkt**.** Bei den **Frauen verfügen 71 % der 25- bis 34-Jährigen über digitale Grundkenntnisse**, aber nur **25 % der 65- bis 74-Jährigen**. Dieser Trend unterstreicht die Notwendigkeit gezielter Maßnahmen zur Verbesserung der digitalen Kompetenz in der älteren Bevölkerung (Eurostat, 2023).

Mehrere Initiativen sowohl auf nationaler als auch auf EU-Ebene zielen darauf ab, die Datenkompetenz zu verbessern. Die Initiative "Digitale Dekade" der Europäischen Kommission setzt sich ehrgeizige Ziele: Bis 2030 sollen mindestens 80 % der EU-Bürger*innen im Alter von 16 bis 74 Jahren über digitale Grundkenntnisse verfügen. Diese Initiative skizziert eine umfassende Vision für den digitalen Wandel und unterstreicht die Bedeutung der digitalen Kompetenz für die Erreichung dieser Ziele (Weltwirtschaftsforum, 2023). Auch nationale Programme spielen eine wichtige Rolle. Das deutsche Bildungsnetzwerk für Datenkompetenz (DLEN) bietet umfangreiche Ressourcen und Schulungsprogramme an und integriert die Datenkompetenz in alle Bildungsstufen. In ähnlicher Weise veröffentlicht das italienische Nationale Institut für Statistik (ISTAT) umfassende Berichte über digitale Kompetenzen, die den politischen Entscheidungsträgern helfen, gezielte Maßnahmen zu entwickeln (Eurostat, 2023). Trotz bedeutender Fortschritte bleiben einige Herausforderungen bestehen. Ungleichheiten zwischen Ländern und innerhalb von Bevölkerungsgruppen zeigen, dass maßgeschneiderte und integrative Ansätze erforderlich sind. Es muss unbedingt sichergestellt werden, dass ländliche Gebiete und sozioökonomisch benachteiligte Gruppen Zugang zu hochwertiger digitaler Bildung haben. Darüber hinaus ist eine kontinuierliche berufliche Weiterbildung für Pädagog*innen unerlässlich, um mit den technologischen Fortschritten und neuen pädagogischen Methoden Schritt zu halten. Die Integration der digitalen Kompetenz in den Rahmen des lebenslangen Lernens stellt eine große Chance dar. In dem Maße, wie sich die Technologie weiterentwickelt, müssen auch die Fähigkeiten, die für ihre Nutzung erforderlich sind, angepasst werden. Initiativen für lebenslanges Lernen können dem Einzelnen dabei helfen, seine Fähigkeiten kontinuierlich zu aktualisieren und sicherzustellen, dass er in einer sich ständig verändernden digitalen Landschaft kompetent bleibt.

2) Aktuelle Trends

Medienkompetenz umfasst technische, kognitive, soziale, staatsbürgerliche und kreative Fähigkeiten, die es Bürger*innen ermöglichen, auf die Medien zuzugreifen, sie kritisch zu verstehen und mit ihnen zu interagieren (EDMO, n.d). In den letzten Jahren haben die europäischen Länder die Bedeutung der Medienkompetenz für die Förderung von informierten und engagierten Bürger*innen erkannt. Nach Angaben der Europäischen Audiovisuellen Informationsstelle (2018) sind etwa 65 % der Europäerinnen und Europäer von ihren Medienkompetenzfähigkeiten überzeugt, doch bestehen zwischen den Ländern erhebliche Unterschiede.

Nordeuropäische Länder wie Finnland und Schweden sind führend in der Medienkompetenzerziehung und haben diese in ihre nationalen Lehrpläne integriert. Finnland zum Beispiel wird oft als Vorbild für die Medienkompetenzerziehung genannt, mit einem umfassenden Ansatz, der in der frühen Kindheit beginnt und bis zur Hochschulbildung reicht. Eine Studie der Europäischen Kommission aus dem Jahr 2018 ergab, dass 90 % der

finnischen Schüler*innen eine formale Medienkompetenzerziehung erhalten, verglichen mit nur 30 % in einigen süd- und osteuropäischen Ländern.

Der **Europäische Medienkompetenz-Index (2020)** zeigt, dass Länder wie Dänemark, die Niederlande und Estland ebenfalls sehr gut abschneiden, da sie von starken Bildungssystemen und einer unterstützenden Regierungspolitik profitieren. Im Gegensatz dazu stehen Länder wie Bulgarien, Rumänien und Griechenland vor Herausforderungen, darunter begrenzte Ressourcen und unzureichende Schulungen für Pädagog*innen. Mehrere europaweite Initiativen zielen darauf ab, die Medienkompetenz zu verbessern. Die von der Europäischen Kommission ins Leben gerufene Europäische Woche der Medienkompetenz dient der Sensibilisierung und der Förderung bewährter Verfahren. Das Programm Medienkompetenz für alle" finanziert Projekte, die innovative Werkzeuge und Ressourcen für die Medienerziehung entwickeln. Die **Europäische Beobachtungsstelle für digitale Medien (EDMO)** unterstützt Forschung und politische Empfehlungen und fördert die Zusammenarbeit zwischen den Beteiligten. Es fördert auch Initiativen zur Überprüfung von Fakten und zur Entlarvung von Tatsachen, die für die Bekämpfung von Desinformation von entscheidender Bedeutung sind.
Da die Menge der erzeugten Daten weiter zunimmt, ist Datenkompetenz für Einzelpersonen und Organisationen gleichermaßen wichtig geworden. **Eine Umfrage des Europäischen Datenportals aus dem Jahr 2019** ergab, dass sich 58 % der Europäer nicht auf den effektiven Umgang mit Daten vorbereitet fühlen, was eine erhebliche Qualifikationslücke aufzeigt. Westeuropäische Länder wie Deutschland, das Vereinigte Königreich und Frankreich haben erhebliche Investitionen in die Aus- und Weiterbildung im Bereich Datenkompetenz getätigt. **Das deutsche Bildungsnetzwerk für Datenkompetenz (DLEN)** bietet umfangreiche Ressourcen und Schulungsprogramme an, mit dem Ziel, Datenkompetenz in alle Bildungsebenen zu integrieren. Auch die Digital Skills Partnership der britischen Regierung hat sich die Datenkompetenz auf die Fahnen geschrieben und arbeitet mit Unternehmen und Bildungseinrichtungen zusammen, um Qualifikationsdefizite zu beheben. Im Gegensatz dazu stehen die süd- und osteuropäischen Länder vor größeren Herausforderungen. **Das European Data Market Monitoring Tool (2020)** berichtet, dass Länder wie Italien, Spanien und Polen bei der Datenkompetenz hinterherhinken, mit weniger Bildungsprogrammen und weniger Engagement der Industrie. **Das Data Literacy Project der EU**, eine Zusammenarbeit zwischen dem öffentlichen und dem privaten Sektor, soll die Datenkompetenz in ganz Europa verbessern. Es bietet Online-Kurse, Workshops und Ressourcen an, die sich an unterschiedliche Zielgruppen richten, von Studenten bis zu Fachleuten. Darüber hinaus werden im Rahmen des Programms Horizont 2020 Forschungs- und Innovationsprojekte zur Verbesserung der Datenkompetenz finanziert, die interdisziplinäre Ansätze und den Einsatz moderner Technologien fördern. Fake News oder Desinformationen stellen eine erhebliche Bedrohung für demokratische Gesellschaften dar, da sie das Vertrauen in Medien und Institutionen untergraben. **Die Eurobarometer-Umfrage (2018)** ergab, dass 83 % der EU-Bürger*innen Fake News als Problem für die Demokratie wahrnehmen, wobei 73 % über die

Auswirkungen von Desinformationen auf Wahlen besorgt sind. Die Umfrage ergab auch, dass soziale Medienplattformen von 70 % der Befragten als Hauptquellen für Fake News angesehen werden. **Eine Studie des Reuters Institute for the Study of Journalism (2020) ergab, dass 28 %** der Europäer regelmäßig online auf Fake News stoßen. Die Verbreitung von Desinformation ist von Land zu Land unterschiedlich, wobei die Häufigkeit in Süd- und Osteuropa höher ist. So gaben beispielsweise in Rumänien 42 % der Befragten an, häufig mit Fake News in Berührung zu kommen, in Finnland waren es nur 16 %.

Die Gemeinsame Forschungsstelle der Europäischen Kommission (2019) hob hervor, dass sich Fake News aufgrund ihres sensationellen Charakters oft schneller und weiter verbreiten als tatsächliche Nachrichten. In der Studie wird die Rolle von Algorithmen bei der Verbreitung von Desinformationen hervorgehoben, da sie ansprechende Inhalte bevorzugen, die oft irreführend sind. Um Fake News zu bekämpfen, hat die Europäische Union mehrere Initiativen ergriffen. Der Verhaltenskodex für Desinformation (2018) bezieht große Online-Plattformen in die Bemühungen ein, die Transparenz zu erhöhen, Werbeeinnahmen für Desinformationsquellen zu unterbrechen und gegen Fake-Accounts vorzugehen. Die Europäische Beobachtungsstelle für digitale Medien (European Digital Media Observatory, EDMO) spielt eine wichtige Rolle bei der Koordinierung von Faktenkontrollen und der Unterstützung der Forschung zu Desinformation. Auch nationale Strategien tragen zu diesen Bemühungen bei. Das deutsche Netzwerkdurchsetzungsgesetz (NetzDG) verpflichtet soziale Medienplattformen, illegale Inhalte, einschließlich gefälschter Nachrichten, schnell zu entfernen. Finnlands umfassende Medienkompetenzprogramme zielen darauf ab, von klein auf Widerstandskraft gegen Desinformation aufzubauen.

Der **Open Data Maturity Report (2020)** unterstreicht die Bedeutung von Open-Data-Initiativen für die Förderung der Datenkompetenz. Länder mit einer soliden Politik für offene Daten, wie Frankreich und die Niederlande, haben tendenziell ein höheres Niveau an Datenkompetenz, da der Zugang zu öffentlichen Daten eine Kultur der Datennutzung und Innovation fördert. Trotz der Fortschritte bleiben einige Herausforderungen bestehen. Die Ungleichheiten zwischen Ländern und Regionen sowie zwischen städtischen und ländlichen Gebieten müssen beseitigt werden. Investitionen in die Aus- und Weiterbildung von Lehrkräften sind von entscheidender Bedeutung, da sie eine Schlüsselrolle bei der Vermittlung von Medien- und Datenkompetenz spielen. Die Zusammenarbeit zwischen Regierungen, Bildungseinrichtungen und dem privaten Sektor ist unerlässlich, um umfassende und integrative Alphabetisierungsprogramme zu schaffen. Die politischen Entscheidungsträger müssen Initiativen zur Förderung digitaler Kompetenzen vorrangig finanzieren, um sicherzustellen, dass alle Bürger*innen die Möglichkeit haben, sich Medien- und Datenkompetenz anzueignen. Mit Blick auf die Zukunft wird die Integration von Medien- und Datenkompetenz in den Rahmen des lebenslangen Lernens entscheidend sein. Da sich die Technologie ständig weiterentwickelt, ist eine kontinuierliche Weiterbildung und Umschulung erforderlich, um mit neuen Entwicklungen und Herausforderungen Schritt zu halten. Die

Europäische Kompetenzagenda, die einen Schwerpunkt auf die digitale Kompetenz legt, ist ein positiver Schritt in diese Richtung und unterstreicht die Notwendigkeit koordinierter Anstrengungen zur Verbesserung der digitalen Kompetenzen in ganz Europa.

3) Hindernisse und Chancen

Die Bekämpfung von Fake News und Desinformation birgt sowohl erhebliche Hindernisse als auch beträchtliche Chancen. Mit der zunehmenden Abhängigkeit der Gesellschaften von digitalen Medien ist die Verbreitung von Falschinformationen zu einem dringenden Problem geworden, das die Integrität des öffentlichen Diskurses und demokratischer Prozesse in Frage stellt. Wie bereits erwähnt, erfordert die Komplexität dieses Problems einen **vielschichtigen Ansatz, der technologische, pädagogische und regulatorische Maßnahmen umfasst**.

Eines der **Haupthindernisse** bei der Bekämpfung von Fake News ist die **schiere Menge und Geschwindigkeit, mit der sich Desinformationen verbreiten**. Soziale Medienplattformen, die darauf ausgelegt sind, das Engagement der Nutzer*innen zu maximieren, verstärken oft sensationelle und irreführende Inhalte. Algorithmen bevorzugen Beiträge, die ein hohes Maß an Interaktion generieren, und fördern so ungewollt die Sichtbarkeit von Fake News. Diese rasche Verbreitung erschwert es, Falschmeldungen zeitnah zu erkennen und ihnen entgegenzuwirken. Darüber hinaus erschwert die grenzenlose Natur des Internets die Bemühungen zur Regulierung und Kontrolle der Verbreitung von Desinformationen über verschiedene Gerichtsbarkeiten hinweg.

Eine weitere große Herausforderung ist die **Raffinesse der modernen Desinformationskampagnen**. Fortschritte in der Technologie, wie z. B. Deepfake-Videos und automatisierte Bots, haben es einfacher gemacht, überzeugend falsche Informationen zu erstellen und zu verbreiten. Mit diesen Instrumenten kann die öffentliche Meinung manipuliert und Zwietracht gesät werden, so dass es für den Einzelnen immer schwieriger wird, zwischen Wahrheit und Fiktion zu unterscheiden. Darüber hinaus ermöglicht die Anonymität des Internets böswilligen Akteuren, relativ ungestraft zu agieren, was die Bemühungen, die Täter zur Verantwortung zu ziehen, weiter erschwert.

Auch die Frage des Vertrauens stellt ein erhebliches Hindernis dar. Das Vertrauen der Öffentlichkeit in die traditionellen Medien und Institutionen ist geschwunden, was teilweise auf die Verbreitung von Desinformationen zurückzuführen ist. Wenn die Menschen das Vertrauen in glaubwürdige Quellen verlieren, werden sie anfälliger für Fake News, die oft bestehende Vorurteile und Emotionen ausnutzen. Diese Erosion des Vertrauens macht es schwierig, zuverlässige Informationen zu verbreiten und falschen Darstellungen wirksam entgegenzuwirken.

Trotz dieser Hindernisse gibt es **erhebliche Möglichkeiten**, gegen Fake News und Desinformation vorzugehen. Einer der vielversprechendsten Ansätze ist die **Verbesserung der Medienkompetenz**. Wenn die Öffentlichkeit, insbesondere junge Menschen, darüber aufgeklärt wird, wie sie Informationsquellen kritisch bewerten können, kann dies die Widerstandsfähigkeit gegen Desinformation stärken. Schulen und Bildungseinrichtungen

spielen bei diesen Bemühungen eine entscheidende Rolle, indem sie Medienkompetenz in die Lehrpläne integrieren, um den Schüler*innen die Fähigkeiten zu vermitteln, die sie benötigen, um sich in der digitalen Informationslandschaft zurechtzufinden. Programme wie die umfassende Medienkompetenzerziehung in Finnland dienen als erfolgreiche Modelle, die die positive Wirkung solcher Initiativen zeigen.

Auch die **technologische Innovation** bietet erhebliche Chancen. Fortschrittliche Algorithmen und künstliche Intelligenz können genutzt werden, um Desinformationen effizienter zu erkennen und zu kennzeichnen. Tools zur Überprüfung von Fakten und Apps zur Förderung der digitalen Kompetenz können den Nutzer*innen bei der Überprüfung der Echtheit von Informationen helfen. Gemeinsame Anstrengungen von Technologieunternehmen, Regierungen und zivilgesellschaftlichen Organisationen können zur Entwicklung robusterer Lösungen führen, um die Verbreitung von Fake News zu erkennen und einzudämmen.

Regulatorische Maßnahmen sind eine weitere Möglichkeit, gegen Desinformation vorzugehen. Regierungen können Gesetze erlassen, die soziale Medienplattformen für die auf ihren Seiten verbreiteten Inhalte zur Verantwortung ziehen. Der Verhaltenskodex der Europäischen Union zur Desinformation und das deutsche Netzwerkdurchsetzungsgesetz (NetzDG) sind Beispiele für gesetzliche Rahmenbedingungen, die auf mehr Transparenz und Verantwortlichkeit abzielen. Diese Vorschriften können Plattformen dazu zwingen, proaktivere Schritte zur Überwachung und Entfernung falscher Informationen zu unternehmen.

Darüber hinaus **ist die Förderung einer Kultur der Transparenz und Verantwortlichkeit innerhalb der Medienbranche von entscheidender Bedeutung**. Um das Vertrauen der Öffentlichkeit zu erhalten, müssen journalistische Standards und ethische Grundsätze eingehalten werden. Initiativen zur Förderung der Transparenz, wie z. B. die Offenlegung von Quellen und Finanzierung, können dazu beitragen, die Glaubwürdigkeit der traditionellen Medien wiederherzustellen. Die Unterstützung von unabhängigem Journalismus und von Organisationen, die Fakten überprüfen, ist ebenfalls von entscheidender Bedeutung für den Kampf gegen Desinformation.

In Anbetracht des globalen Charakters des Internets sind gemeinsame internationale Anstrengungen unerlässlich. Die Länder können bewährte Verfahren austauschen und ihre Reaktionen auf grenzüberschreitende Desinformationskampagnen koordinieren. Internationale Organisationen und Bündnisse, wie die Europäische Beobachtungsstelle für digitale Medien (EDMO), spielen eine zentrale Rolle bei der Förderung der Zusammenarbeit und des Wissensaustauschs.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die Bekämpfung von Fake News und Desinformation zwar eine große Herausforderung darstellt, es aber auch zahlreiche Möglichkeiten gibt, diese

Probleme durch Bildung, Technologie, Regulierung und internationale Zusammenarbeit anzugehen. Die Verbesserung der Medienkompetenz, die Nutzung technologischer Innovationen, der Erlass wirksamer Vorschriften und die Förderung der Transparenz in den Medien sind wichtige Bestandteile einer umfassenden Strategie. Durch einen vielschichtigen Ansatz können Gesellschaften ihre Widerstandsfähigkeit gegen Desinformation stärken und die Integrität des öffentlichen Diskurses und demokratischer Prozesse schützen. Die gemeinsamen Anstrengungen von Regierungen, Bildungseinrichtungen , Technologieunternehmen, Medienorganisationen und der Zivilgesellschaft sind entscheidend, um die Hindernisse zu überwinden und die Chancen im Kampf gegen Fake News zu nutzen.

2.3 Vielversprechende Praktiken

In diesem Kapitel werden einige der vielversprechenden Praktiken untersucht, die von den Partnern des MILES-Projekts bei der Bekämpfung von Desinformation und der Förderung von Medienkompetenz in Bildungseinrichtungen in Europa ermittelt wurden. Durch gemeinsame Forschung und Pilotimplementierungen haben die MILES-Partner eine Reihe innovativer Strategien und Instrumente entwickelt und verfeinert, die darauf abzielen, das kritische Denken zu fördern, die digitale Kompetenz zu stärken und Lehrkräfte und Schüler*innen zu befähigen, sich in der komplexen Landschaft der Online-Informationen zurechtzufinden. Durch die Dokumentation und Analyse dieser Praktiken bietet dieses Kapitel Einblicke in effektive Ansätze, die in unterschiedlichen Bildungskontexten angepasst und übernommen werden können. Die hier vorgestellten Praktiken spiegeln das Engagement wider, die Widerstandsfähigkeit gegen Desinformation zu fördern, Pädagog*innen mit den erforderlichen Ressourcen für die Bewältigung digitaler Herausforderungen auszustatten und Schüler*innen in sinnvolle Lernerfahrungen einzubinden, die ihre Fähigkeit zu kritischem Hinterfragen und informierter Bürgerschaft stärken.
Insgesamt identifizierten die Partner 44 Praktiken, die sich in verschiedene Kategorien unterteilen lassen: Schulungsprogramme, Kompetenzrahmen, Praktiken oder Methoden zur Förderung der kritischen Medien- und Datenkompetenz/Pre-Bunking, politische Maßnahmen oder andere. Im Folgenden wurden 8 Praktiken ausgewählt, um eine Reihe von Beispielen zu geben, die berücksichtigt werden sollten. Die vollständige Liste der Praktiken ist jedoch in den nationalen Berichten der einzelnen Partner zu finden, die auf Anfrage erhältlich sind.

1.

Name der vielversprechenden Praxis	Verbundene Generationen
Land	Italien
Art:	▪ Ausbildungsprogramm

	▪ Kompetenzrahmen ▪ Praxis oder Methodik zur Förderung der kritischen Medien- und Datenkompetenz ▪ Politiken
Jahr der Durchführung	Von 2022 - 2024 (sechste Auflage des Projekts)
Kontext	
Benötigt	"Generazioni Connesse" befasst sich mit dem Bedarf an umfassender digitaler Bildung durch die Entwicklung einer vielschichtigen Plattform. Sie erstellt Bildungsmaterialien, Leitfäden und Schulungsprogramme für Lehrkräfte, Eltern und Schüler*innen. Außerdem unterstützt sie Schulen bei der Ausarbeitung digitaler Richtlinien, bietet Kommunikationskampagnen und Sensibilisierungsinitiativen an und stellt Mechanismen für die Meldung und Unterstützung im Zusammenhang mit der Internetsicherheit bereit.
Betroffene Zielgruppe: Bitte geben Sie eine kurze Beschreibung der Zielgruppe, an die diese vielversprechenden Praktiken gerichtet sind.	Da es sich um ein Qualifizierungsprogramm handelt, sind Lehrkräfte und Erzieher vom Kindergarten an aufwärts am ehesten als direkte Zielgruppe für die meisten Ergebnisse des Projekts anzusehen. Nichtsdestotrotz sind auch indirekte Begünstigte zu nennen, da das Projekt bis 2021 mehr als 357.000 Erwachsene, einschließlich Eltern, sowie fast 900.000 Jungen und Mädchen erreichen wird.
Hauptziel	Das Projekt zielt darauf ab, die Digital-, Medien- und Informationskompetenz zu verbessern und einen verantwortungsvollen Umgang mit dem Internet in verschiedenen Altersgruppen zu fördern, wobei der Schwerpunkt auf Inklusion liegt.
Beschreibung vielversprechender Praktiken	
Inhalt	Generazioni Connesse, das seit vielen Jahren vom Bildungsministerium unterstützt wird, hat eine vielschichtige Plattform zur Verbesserung der digitalen Bildung entwickelt und Partner wie Save the Children, Telefono Azzurro, Cooperativa EDI Onlus und CREMIT in die Erstellung von Bildungsmaterialien und Leitfäden einbezogen. Die Plattform bietet verschiedene Stufen des Engagements, angefangen vom einfachen Zugang zu Informationsmaterialien

	über ein neues Bildungspaket mit detaillierten Anleitungen für den Einsatz im Unterricht und thematischen Vertiefungen in Bereichen, die vom Lehrplan für digitale politische Bildung abgedeckt werden, bis hin zur Entwicklung digitaler Strategien und Praktiken für Schulen durch Lehrkräftefortbildungskurse und gemeinschaftliche Schulprojekte. Es umfasst Kommunikationskampagnen, Sensibilisierungsinitiativen und Schulungsprogramme für Erwachsene (wie Lehrkräfte, Eltern, Erzieher*innen und Kinderbetreuer*innen) und junge Menschen. Junge Menschen werden aktiv in die Bildung von Journalistenteams eingebunden, um ihre Sichtweise der digitalen Welt zu vermitteln. Das Projekt organisiert auch Veranstaltungen mit nationalen und internationalen Expert*innen, um spezifische Themen im Zusammenhang mit den Projektthemen zu diskutieren. Sekundarschulen werden ermutigt, sich an einem Aufruf zur Entwicklung von Apps oder Tools zu beteiligen, die einen positiven und bewussten Umgang mit der Technologie fördern. Zu den Unterstützungsmechanismen gehören eine Hotline für die Meldung illegaler Online-Inhalte, die sich speziell auf Kinderpornografie konzentriert ( ), und eine Beratungsstelle, die Hilfe bei Problemen im Zusammenhang mit der Nutzung des Internets und digitaler Technologien bietet. Das Projekt unterstützt weiterhin Schulgemeinschaften bei der Entwicklung interner Richtlinien zur Förderung digitaler Fähigkeiten, zur Verbesserung der Technologienutzung im Unterricht, zur Vermeidung problematischer Situationen und zur Einführung von Verfahren zur Erkennung, Verwaltung, Meldung und Überwachung von Missbrauchsfällen. Diese Bemühungen sind Teil eines umfassenderen Engagements zur effektiven Integration digitaler Kompetenzen in die Bildungspraxis.

Merkmale von Interesse	Das Projekt Generations Connected des Safer Internet Centre wird von der Europäischen Kommission im Rahmen des Programms Digitales Europa unterstützt. Es ist Teil des Netzwerks "Besseres Internet für Kinder", das von European Schoolnet in Zusammenarbeit mit INSAFE und Inhope verwaltet wird, die europäische Safer-Internet-Zentren bzw. Hotlines zusammenbringen
Link	https://www.generazioniconnesse.it/site/it/home/

2.

Name der vielversprechenden Praxis	Infuzarea educatiei media. Ghid de bune practice pentru profesorii de limba si literatura romana (liceu)/ Infusion with media literacy.
Land	Rumänien
Art:	Methodik-Leitfaden für Lehrkräfte, der aus einem Schulungsprogramm hervorgegangen ist
Jahr der Durchführung	2022 (Online-Veröffentlichung)
Kontext	
Benötigt	Mangel an praktischen Ressourcen für Lehrkräfte, die lernen wollen, wie sie die Medienkompetenz ihrer Schüler*innen fördern können
Ziel beteiligt	Lehrkräfte für rumänische Sprache und Literatur, die Gymnasiasten unterrichten
Hauptziel	Lehrkräften der rumänischen Sprache und Literatur Anleitungen zur Entwicklung von Medienkompetenz in der formalen Bildung (Unterricht in rumänischer Sprache und Literatur) mit Gymnasiasten zu geben
Beschreibung vielversprechender Praktiken	
Inhalt	Leitfaden für vielversprechende Praktiken für Lehrkräfte der rumänischen Sprache und Literatur (Gymnasien), eine von Monica Halaszi, Zentrum für unabhängigen Journalismus, koordinierte Veröffentlichung (entwickelt im Rahmen des Projekts I teach media literacy! - Medienerziehung und Kulturlabor. Theoretische Informationen zu verschiedenen zentralen Konzepten der Medienerziehung, die in integrierter Form anhand von 25 Unterrichtsplänen

	ihre konkrete Anwendbarkeit im Klassenzimmer zeigen, in enger Verbindung mit den spezifischen Inhalten der rumänischen Sprache und Literatur.
Merkmale von Interesse	Sehr praxisorientiert, von Lehrkräften für Lehrkräfte entwickelt, um zu zeigen, wie man Medienkompetenz in den Unterricht einbinden kann, indem man die Möglichkeiten des nationalen Lehrplans nutzt
Link	https://educatiemedia.cji.ro/2022/12/23/infuzarea-educatiei-media-lb-ro-ghid-2022/

3.

Name der bewährten Praxis	**Podcast - die Wahrheit in Zeiten von Corona**
Land	Deutschland
Art:	Audio-Podcast
Jahr der	
Kontext	
Benötigt	• Überwinden Sie die Grenzen des Klassenunterrichts • Interesse an einem Thema wecken • einen tieferen Einblick in das Thema bieten, als es eine Unterrichtsstunde erlauben würde
Ziel beteiligt	Allgemeines Publikum, das an einem tieferen Einblick in das Thema Desinformation interessiert ist.
Hauptziel	Ein tieferes Verständnis für Verschwörungstheorien schaffen
Gute Praxis Beschreibung	
Inhalt	Der von der Bundeszentrale für politische Bildung erstellte Podcast widmet sich Verschwörungstheorien und Mythen rund um das Corona-Virus. Für die bpb sprach der Journalist Axel Schröder in diesem Podcast mit verschiedenen Experten über die unterschiedlichsten Aspekte dieser oft bizarren und nicht selten hasserfüllten und gewalttätigen Welt. In der ersten Folge spricht Axel Schröder mit Karolin Schwarz (Gründerin von hoaxmap.org) und Jan Rathje von der Amadeu Antonio Stiftung über die gängigsten Theorien, den ihnen oft innewohnenden Antisemitismus und Handlungsstrategien gegen Verschwörungstheorien. Die zweite Folge befasst sich mit den sozialpsychologischen Aspekten von

	Verschwörungstheorien und geht dabei auch auf die Rolle der Anbieter sozialer Medien ein. Die Sozialpsychologin Pia Lamberty und die Bloggerin Katharina Nocun geben dazu Auskunft. Die Prävention von Verschwörungstheorien steht im Mittelpunkt des Gesprächs mit Saba-nur Cheema (Anne Frank Bildungszentrum) und Renate Pulz (BildungsBausteine e.V.). Und in der vierten Folge spricht Schröder mit David Begrich (Miteinander e.V.) über "Widerstand" im Rahmen der sogenannten "Hygiene"-Demos und mit der Historikerin Hedwig Richter über das schwierige Verhältnis von autoritären Maßnahmen und Demokratie.
Merkmale von Interesse	Der Podcast kann zu jeder Zeit und an jedem Ort angehört werden, was ihn viel zugänglicher macht als andere Arten von Lernmaterial. Außerdem kann er in kurzer Zeit ein tiefes Verständnis für ein Thema vermitteln. Und schließlich kann er als Einführung in andere Podcasts zur politischen Bildung gesehen werden, die vom selben Autor, der bpb, angeboten werden.
Link	https://www.bpb.de/mediathek/podcasts/wahrheit-in-zeiten-von-corona/

4

Name der bewährten Praxis	Mittelmeer-Beobachtungsstelle für digitale Medien
Land	Zypern
Art:	Methodik/Projekt vor dem Bunkern
Jahr der Durchführung	2022
Kontext	
Benötigt	Das Projekt MedDMO ist von besonderer Bedeutung für die Verteidigung der Demokratie und die Stärkung der Medienkompetenz, der die Behörde besondere Bedeutung beimisst. Durch die Bekämpfung von Fehlinformationen tragen wir zur Stärkung des kritischen Denkens und zur Schaffung aktiver Bürger*innen bei. Fact-Checking ist von entscheidender Bedeutung, um sicherzustellen, dass die Bürger*innen informiert sind", und dass die Behörde die Information der Bürger*innen, die

	Verhinderung der Verbreitung von Falschnachrichten und Desinformation und insbesondere die Pflege und kontinuierliche Stärkung der Fähigkeiten der Bürger*innen in Betracht zieht.
Ziel beteiligt	• Allgemeines Publikum
Hauptziel	fungiert als Drehscheibe für die EDMO, die die südöstlichen Grenzen Europas abdeckt und an der Zypern, Griechenland und Malta beteiligt sind, die abgesehen von ihrer geografischen Nähe mit gemeinsamen Herausforderungen in Bezug auf Desinformationskampagnen konfrontiert sind, mit denen häufig versucht wird, eine Polarisierung in den öffentlichen Debatten in Europa herbeizuführen, z. B. in Bezug auf Einwanderung und Grenzkontrollen.
Gute Praxis Beschreibung	
Inhalt	Das Mediterranean Digital Media Observatory (MedDMO) ist ein regionales Zentrum der Europäischen Beobachtungsstelle für digitale Medien, das Griechenland, Zypern und Malta umfasst. Das am 1. Dezember 2022 gestartete Projekt, das bis Mai 2025 läuft, wurde vom Programm "Digitales Europa" der Europäischen Kommission (2021-2027) für die Einrichtung nationaler Knotenpunkte für digitale Medien finanziert, um die Reichweite von EDMO zu vergrößern. Abgesehen von den geografischen Ähnlichkeiten stehen Griechenland, Zypern und Malta vor ganz ähnlichen Herausforderungen in Bezug auf Desinformationskampagnen, die oft versuchen, die EU-Debatte zu polarisieren, wie z. B. Einwanderungs- und Grenzkontrollfragen. MedDMO ist ein Konsortium, das neue Wege für die gemeinschaftliche Überprüfung von Fakten eröffnet, indem es sich auf neu entstehende Desinformationskampagnen konzentriert, die speziell für den Mittelmeerraum relevant sind. Es soll eine wichtige Wissensquelle für das lokale Informationsumfeld sein. Es bringt Forschungs-, Fact-Checking- und Medienorganisationen zusammen, die international anerkannte Forschungsarbeit und Aktivitäten im Bereich der Desinformation durchführen. MedDMO

	fügt sich in die Medienökosysteme der drei Länder ein. Es ist geplant, eine technologische Plattform einzurichten, die direkt mit der EDMO-Infrastruktur verbunden ist, und darüber hinaus täglich investigative Recherchen durchzuführen, die die Zentrale und andere nationale Knotenpunkte täglich mit wertvollen Informationen versorgen. Das Portal meddmo.eu ist das digitale Tor, das die von Journalisten und Forschern aus den drei Ländern durchgeführten Faktenkontrollen beherbergt. Es enthält auch die detaillierten Aktivitäten des Konsortiums zur weiteren Förderung der Medienkompetenz und der Methoden zur Überprüfung von Nachrichten. Von den Partnern wird erwartet, dass sie sich journalistisch und wissenschaftlich mit Themen wie Einwanderung, Klimawandel, Gesundheit, Wahlen und Technologie auseinandersetzen - Themen, die häufig im Mittelpunkt von Desinformationskampagnen stehen, die die EU polarisiert haben.
Merkmale von Interesse	Die Informationen, die wir aus dem Programm erhalten werden, sind für die Behörde von entscheidender Bedeutung, nicht nur als wichtiges Instrument für eine bessere Umsetzung ihrer Aufgaben im Radio- und Fernsehbereich, sondern insbesondere auch für die Umsetzung der neuen Aufgaben, die die Behörde vor kurzem als nationaler Koordinator für die Umsetzung und Anwendung der DSA-Verordnung (Gesetz über digitale Dienste) übernommen hat.
Link	https://meddmo.eu/

5.

Name der bewährten Praxis	#FakeHunter-Edu
Land	Polen
Typ	Praxis oder Methodik zur Förderung der kritischen Medien- und Datenkompetenz / Pre-Bunking
Jahr der	2022
Kontext	
Benötigt	Das Projekt #FakeHunter-Edu befasst sich in erster Linie mit dem Mangel an kritischen digitalen

	Kompetenzen bei Schüler*innen der Sekundarstufe. Da das Internet und die sozialen Medien für viele junge Menschen die wichtigsten Informationsquellen sind, ist es dringend erforderlich, ihnen beizubringen, wie sie glaubwürdige Quellen von falschen oder irreführenden Quellen unterscheiden können.
Ziel beteiligt	Die Zielgruppe des Projekts #FakeHunter-Edu sind Schüler*innen der Sekundarstufe, in der Regel im Alter zwischen 13 und 18 Jahren. Diese Altersgruppe ist besonders anfällig für den Einfluss von sozialen Medien und Online-Informationen, was sie zu einer kritischen Gruppe für Interventionen zur Verbesserung der digitalen Kompetenz macht. Lehrkräfte der Sekundarstufe sind ebenfalls eine wichtige Zielgruppe, da sie die Inhalte des Projekts vermitteln und eine entscheidende Rolle bei der Aufklärung der Schüler*innen spielen.
Hauptziel	Das Hauptziel des #FakeHunter-Edu-Projekts ist die Sensibilisierung von SekundarSchüler*innen für die Gefahren von Desinformation und Fake News. Das Projekt soll junge Menschen in die Lage versetzen, Online-Inhalte zu überprüfen, falsche Informationen zu erkennen und ein sicheres und verantwortungsvolles Verhalten im Internet zu praktizieren. Durch die Bereitstellung umfassender Bildungsressourcen, einschließlich Videotraining, Aktivitätskits und Unterrichtsplänen, will das Projekt eine Generation kritischer Denker heranziehen, die sich in der digitalen Welt mit Selbstvertrauen und Einsicht bewegen können. Letztendlich ist es das Ziel, eine besser informierte und widerstandsfähigere Gesellschaft zu schaffen, die die Verbreitung von Desinformationen wirksam bekämpfen kann.
Gute Praxis Beschreibung	
Inhalt	#FakeHunter-Edu ist ein Bildungsprojekt, das sich an Schüler*innen der Sekundarstufe richtet. Ziel des Projekts ist es, das Bewusstsein für die Gefahren von Desinformation zu schärfen, Fake News zu bekämpfen, junge Menschen zu lehren, im Internet veröffentlichte

	Inhalte zu überprüfen und sicheres Verhalten zu fördern. Im Rahmen des Projekts hat der Dienst #FakeHunter Videotrainings zum Thema Desinformationsbekämpfung erstellt, die Lehrkräfteinnen und Lehrkräfte im Schulunterricht mit Schüler*innen einsetzen. In den Aufnahmen erklären wir, wie man Fake News erkennt, was das Phänomen der Desinformation ist, welche Rolle die sozialen Medien bei der Verbreitung falscher Inhalte spielen und geben Tipps, wie man sich klug und bewusst in der virtuellen Realität bewegt. Zusätzlich erhielten alle weiterführenden Schulen auch ein Aktivitätenpaket und ein Unterrichtsszenario. Das Projekt wird durchgeführt von: Polnische Presseagentur, das Ministerium für Bildung und Wissenschaft, das GovTech Poland Centre und das Institut für Bildungsforschung.
Merkmale von Interesse	Das Projekt richtet sich speziell an junge Menschen in Sekundarschulen und konzentriert sich auf eine kritische Altersgruppe, die online sehr aktiv und beeinflussbar ist. Das Hauptziel besteht darin, das Bewusstsein für die Gefahren von Desinformation zu schärfen und junge Menschen mit Techniken auszustatten, mit denen sie die Authentizität von Online-Inhalten überprüfen können. Es bietet Videoschulungsmodule, die Lehrkräfte im Schulunterricht einsetzen können. Diese Videos befassen sich mit der Erkennung von Fake News, dem Verständnis des Phänomens der Desinformation, der Rolle der sozialen Medien bei der Verbreitung von Falschinformationen und Tipps für einen klugen und bewussten Umgang mit der virtuellen Realität. Jede Schule erhält ein Aktivitätenpaket mit praktischen Werkzeugen und Ressourcen, um die Schüler*innen interaktiv zu beteiligen. Insgesamt ist #FakeHunter-Edu ein Beispiel für einen vielseitigen, kooperativen und praktischen Ansatz, um

	junge Menschen über Desinformation aufzuklären und ihnen die Fähigkeiten zu vermitteln, die sie benötigen, um sich sicher und verantwortungsbewusst in der digitalen Welt zu bewegen.
Link	https://fake-hunter.pap.pl/edukacja

6.

Name der bewährten Praxis	Der Kommissar für Fake News ist auf freiem Fuß
Land	Österreich
Typ	Das Projekt "Der Fake News Kommissar geht um" ist ein Online-Spiel, das darauf abzielt, die Medienkompetenz und die Widerstandsfähigkeit von Schüler*innen gegenüber Fake News zu verbessern. Durch die Kombination von Elementen des spielbasierten Lernens mit psychologischen Ansätzen wie der Impftheorie bietet das Projekt einen einzigartigen Ansatz für den Umgang mit Fehlinformationen im schulischen Kontext.
Jahr der Durchführung	2022-2024
Kontext	
Benötigt	In einer Zeit der digitalen Desinformation ist es dringend notwendig, jungen Menschen eine kritische Medienkompetenz zu vermitteln. Sie müssen lernen, sich gegen Fake News zu wehren, Online-Inhalte kritisch zu bewerten und zwischen sachlichen Informationen und Desinformationen zu unterscheiden.
Ziel beteiligt	Die Hauptzielgruppe des Projekts sind Schüler*innen in Schulen, insbesondere Jugendliche, die zunehmend digitalen Fehlinformationen ausgesetzt sind. Darüber hinaus bezieht das Projekt Lehrkräfte mit ein, die eine entscheidende Rolle bei der Umsetzung der Maßnahmen und der Unterstützung der Schüler*innen bei der Entwicklung von Medienkompetenzen spielen.
Hauptziel	Das Hauptziel des Projekts besteht darin, die Medienkompetenz und die Widerstandsfähigkeit der Schüler*innen gegen Fake News zu stärken. Durch die Kombination von spielbasiertem Lernen mit psychologischen Strategien wie der Impftheorie soll

	das Projekt die Schüler*innen mit den notwendigen Fähigkeiten ausstatten, um Online-Inhalte kritisch zu bewerten und Desinformationen zu erkennen.
Gute Praxis Beschreibung	
Inhalt	Das Projekt besteht aus zwei Hauptkomponenten: einem interaktiven Online-Spiel über Fake News und einem Flyer mit denselben Informationen und Illustrationen wie das Online-Spiel. Das Spiel lässt die Schüler*innen in ein interaktives Erlebnis eintauchen, bei dem sie in die Rolle von Undercover-Agenten schlüpfen, die Fake News erstellen und verbreiten müssen, ohne vom Fake-News-Kommissar erwischt zu werden. Durch fesselndes Gameplay und jugendrelevante Inhalte lernen die Schüler*innen, gängige Strategien von Fake News zu erkennen und kritisches Denken zu entwickeln. Der Flyer enthält dieselben theoretischen Informationen über Fake News, die auch im Online-Spiel präsentiert und gelernt werden. Darüber hinaus wird in den nächsten Monaten auf der Website des Spiels pädagogisches Material für Lehrkräfte veröffentlicht, das Anleitungen zur Integration des Spiels in den Unterricht und zur Förderung von Diskussionen über Medienkompetenz enthält.

Merkmale von Interesse	Spielbasiertes Lernen: Das Projekt nutzt Gamification-Elemente, um das Engagement und die Motivation der Schüler*innen beim Lernen von Medienkompetenz und der Erkennung von Fake News zu steigern. Impftheorie: Durch die Einbeziehung psychologischer Prinzipien wie der Impftheorie zielt das Projekt darauf ab, die Widerstandsfähigkeit der Schüler*innen gegen Fake News zu stärken, indem sie mit abgeschwächten Formen von Fehlinformationen konfrontiert werden. Jugendrelevante Inhalte: Die Interventionen beinhalten jugendrelevante Inhalte und Szenarien, die die Lernerfahrung für die Schüler*innen nachvollziehbar und ansprechend machen. Unterstützung für Lehrkräfte: Ergänzende Materialien und Workshops unterstützen die Lehrkräfte bei der effektiven Umsetzung der Ansätze und der Integration der Medienkompetenzerziehung in den Lehrplan.
Link	https://www.fakenewskommissar.eu/

7.

Name der bewährten Praxis	***Stampmedia***
Land	Belgien
Typ	• Ausbildungsprogramm
Jahr der Durchführung	
Kontext	
Benötigt	StampMedia befasst sich mit dem Bedarf an einer verbesserten kritischen Medien- und Datenkompetenz bei jungen Menschen in Belgien. In einer Zeit, die durch die schnelle Verbreitung von Informationen über verschiedene Medienkanäle gekennzeichnet ist, besteht für junge Menschen eine wachsende Notwendigkeit, die Fähigkeit zu entwickeln, Medieninhalte kritisch zu analysieren, zu bewerten und zu erstellen. Sie zielt auf die mangelnde Einbeziehung von Jugendlichen und jungen Menschen in die Medienkompetenz
Ziel beteiligt	Die Best Practice von StampMedia richtet sich in erster Linie an junge Menschen, insbesondere an Jugendliche und Heranwachsende, die sich in der zunehmend komplexen Medienlandschaft zurechtfinden müssen. Diese Menschen

	sind häufig aktive Konsumenten und Produzenten von Medieninhalten, verfügen aber möglicherweise nicht über die notwendigen Fähigkeiten, glaubwürdige Informationen von Fehlinformationen zu unterscheiden.
Hauptziel	StampMedia ist die erste Jugendmedienagentur in Flandern, die die Stimme aller jungen Menschen in den Medien verstärkt. StampMedia ist vom flämischen Journalistenverband als "allgemeines Nachrichtenmedium" anerkannt worden. Das Hauptziel von StampMedia ist es, junge Menschen mit dem Wissen, den Fähigkeiten und den Werkzeugen auszustatten, um sich kritisch mit den Medien auseinanderzusetzen und effektiv zum Mediendiskurs beizutragen. Durch die Bereitstellung von Schulungsprogrammen und praktischen Gelegenheiten zum Experimentieren will StampMedia die Medienkompetenz, die digitale Kompetenz und die Fähigkeit zum kritischen Denken bei der Zielgruppe fördern.
Gute Praxis Beschreibung	
Inhalt	StampMedia bietet ein umfassendes Schulungsprogramm und eine Methodik, die darauf abzielt, die kritische Medien- und Datenkompetenz junger Menschen zu verbessern. Durch Workshops, Mentoring und praktische Projekte werden die Tilnehmenden angeleitet, verschiedene Aspekte der Medienproduktion zu erkunden, darunter Text, Fotografie, Video und Audio. Darüber hinaus legt StampMedia großen Wert auf eine aktive Bürger*innenbeteiligung und ermutigt junge Menschen, ihre Ansichten zu äußern und sich über die Medien an gesellschaftlichen Diskussionen zu beteiligen. PROJEKTE Junge Menschen können zu uns kommen, um mit Text, Fotografie, Video, Audio, ... zu experimentieren. Sie führen sie maßgeschneiderte und bieten ihnen mit Workshops und Schulungen. Darüber hinaus halten sie die Stimme der jungen Menschen für sehr wichtig. Junge Menschen sind aktive Bürger*innen und fordern ihren Platz in der Gesellschaft ein. Deshalb haben wir mehrere Projekte laufen, um die Stimme der jungen

	Menschen zu stärken, indem wir von unten nach oben arbeiten und sie aktivieren. Projekte wie Lab X und Press Change sind ein Teil davon. StampMedia konzentriert sich auch stark auf maßgeschneiderte Produktionen und Multimedia-Projekte. Junge Freiberufler können mit ihnen zusammenarbeiten, um Video- und Storytelling-Aufträge auszuführen. Außerdem arbeiten sie regelmäßig mit Schulen zusammen, und jeder kann ihre Tutorials und Handbücher mit lustigen Fakten, nützlichen Informationen und praktischem Wissen nutzen.
Merkmale von Interesse	Sie organisieren Workshops für Erwachsene und für Jugendliche. *Eines der bemerkenswertesten Merkmale von StampMedia ist sein kooperativer Ansatz. Durch den Aufbau von Partnerschaften mit Schulen, Medienorganisationen und anderen Akteuren kultiviert StampMedia ein unterstützendes Ökosystem für die Medienbeteiligung von Jugendlichen. Dieser Ansatz erweitert nicht nur das Unterstützungsnetzwerk, sondern bereichert auch die Möglichkeiten für junge Menschen, sich an der Mediengestaltung und am öffentlichen Diskurs zu beteiligen.* *Im Mittelpunkt des Ethos von StampMedia steht die Befähigung junger Menschen. Durch die direkte Beteiligung an der Medienproduktion erhalten die Jugendlichen eine Stimme und eine Plattform, um sich authentisch auszudrücken. Diese Ermächtigung fördert nicht nur das Selbstvertrauen und die Selbstdarstellung, sondern auch die aktive Bürgerschaft, da junge Medienschaffende zum öffentlichen Dialog und zu den Erzählungen der Gemeinschaft beitragen.* *StampMedia spielt auch eine zentrale Rolle bei der Förderung der Medienkompetenz von Jugendlichen. Indem StampMedia sie in die Erstellung von Medieninhalten einbezieht, vermittelt StampMedia den jungen Teilnehmenden Fähigkeiten zum kritischen Denken und ein tieferes Verständnis für Medienproduktion und -konsum. Dieser praxisnahe Ansatz zur Vermittlung von Medienkompetenz hilft jungen*

	Menschen, sich in der Komplexität des digitalen Zeitalters zurechtzufinden und zu anspruchsvollen Medienkonsumenten und -schaffenden zu werden. *Darüber hinaus bietet StampMedia Möglichkeiten zur Erkundung und Beteiligung. Ob durch Workshops, Projekte oder Multimedia-Initiativen - die jungen Teilnehmenden werden ermutigt, verschiedene Medienformate, Themen und Erzähltechniken zu erkunden. Dies fördert Kreativität, Neugier und ein Gefühl der Eigenverantwortung für Mediengeschichten und befähigt die Jugendlichen, die Geschichten zu gestalten, die für sie und ihre Gemeinschaften wichtig sind.* *Im Wesentlichen schafft StampMedia durch sein Engagement für Zusammenarbeit, die Befähigung von Jugendlichen und Medienkompetenz eine dynamische Plattform, auf der junge Menschen nicht nur ihre Stimme erheben, sondern auch einen sinnvollen Beitrag zum breiteren Diskurs leisten können, um letztlich eine integrativere und informiertere Medienlandschaft zu gestalten.*
Link	https://beinternetawesome.withgoogle.com/el_gr/interland

8.

Name der bewährten Praxis	Be Internet Awesome & "Interland" Spiel
Land	Griechenland
Typ	• Ausbildungsprogramm • Ernstes Spiel
Jahr der	
Conte	
Benötigt	Interland ist ein Onlinespiel, das Kinder über digitale Risiken aufklären, ihnen begegnen und die digitalen Bürger*innen der Zukunft vorbereiten soll.
Ziel beteiligt	• Studenten • Lehrkräfteinnen und Lehrkräfte • Familien
Hauptziel	Ziel des Spiels ist es, dass Kinder auf interaktive und unterhaltsame Weise mehr über digitale Sicherheit und digitale Bürgerschaft lernen. Indem sie spielen, helfen die

	Kinder anderen "Internauten", bösartige Hacker, Online-Phisher, Überkommunikatoren und Tyrannen abzuwehren, und üben so die Fähigkeiten, die sie brauchen, um richtige Bürger*innen der digitalen Welt zu sein.
Gute Praxis Beschreibung	
Inhalt	Interland ist ein kostenloses, webbasiertes Spiel, das Kindern hilft, fünf grundlegende Lektionen in vier verschiedenen Minispielen oder "Ländern" zu lernen. Die Kinder sind eingeladen, sich ihren Weg zum Internet-Awesome zu bahnen, indem sie Hacker abwehren, Phishern das Handwerk legen, Cybermobbing überlisten, Oversharer überlisten und sichere, selbstbewusste Erforscher der Online-Welt werden. Für Pädagog*innen bietet es eine Reihe von Ressourcen zur digitalen Sicherheit, die im Unterricht eingesetzt werden können. Der Lehrplan "Be Internet Awesome" gibt Pädagog*innen die Werkzeuge und Methoden an die Hand, die sie benötigen, um die Grundlagen der digitalen Sicherheit zu vermitteln. Für Familien gibt es den "Be Internet Awesome Family Guide", der Familien dabei hilft, zu Hause etwas über Online-Sicherheit und bürgerschaftliches Engagement zu lernen und gute digitale Gewohnheiten in ihr tägliches Leben zu integrieren und zu praktizieren.
Merkmale von Interesse	Die von Google in Zusammenarbeit mit zahlreichen auf Technologie und Bildung spezialisierten Institutionen entwickelte Be Internet Awesome-Kampagne fördert die digitale Kompetenz und die Medienkompetenz von Jugendlichen, Schulklassen und Familien. Das Interland-Spiel und ein Großteil des entwickelten Materials wurden in zahlreiche Sprachen übersetzt (unter anderem ins Griechische).
Link	https://beinternetawesome.withgoogle.com/el_gr/interland

3. Feldforschung

3.1 Interviews

In diesem Kapitel werden die wichtigsten Ergebnisse der auf nationaler Ebene durchgeführten Befragungen untersucht, um die wichtigsten Bedürfnisse und Erfahrungen zu ermitteln, die für die nächste Phase des Projekts nützlich sind, um eine starke Wirkung zu gewährleisten.
Der Ansatz des MILES-Projekts zur Sammlung von Informationen während der Interviewphase ist sowohl systematisch als auch integrativ angelegt, um ein umfassendes Verständnis der Medienkompetenzlandschaft und der Herausforderungen der Desinformation zu gewährleisten. In dieser Phase liegt der Schwerpunkt auf einer qualitativen, halbstrukturierten Interviewmethodik, um ein Gleichgewicht zwischen der Notwendigkeit einer konsistenten Datenerhebung und der Flexibilität zu schaffen, Themen zu erforschen, die sich im Gespräch von selbst ergeben. Durch die Verwendung halbstrukturierter Interviews erfasst das Projekt sowohl vergleichbare Antworten als auch einzigartige Einblicke und trägt so zu einem umfassenderen Verständnis der Medienkompetenzpraktiken bei.

Der Interview-Leitfaden wurde sorgfältig ausgearbeitet und deckt eine Reihe von relevanten Themen ab. Dieser Leitfaden ist in thematische Abschnitte unterteilt, die sich mit den aktuellen Praktiken im Bereich der Medienkompetenz, den Herausforderungen und Hindernissen, mit denen sich Praktiker konfrontiert sehen, der Wirksamkeit bestehender Techniken und Empfehlungen für Verbesserungen befassen. Um die Klarheit und Relevanz des Leitfadens zu gewährleisten, wird er vor der vollständigen Umsetzung mit einer kleinen Stichprobe von Teilnehmenden getestet, so dass Anpassungen auf der Grundlage der ersten Rückmeldungen möglich sind. Die Auswahl der Teilnehmenden ist von entscheidender Bedeutung, um ein breites Spektrum an Perspektiven auf dem Gebiet der Medienkompetenz zu repräsentieren. Zu den Teilnehmenden gehören Pädagog*innen, Expert*innen für Medienkompetenz, politische Entscheidungsträger, Vertreter*innen von Nichtregierungsorganisationen sowie Schüler*innen und Eltern. Dadurch wird sichergestellt, dass das Projekt Erkenntnisse von denjenigen gewinnt, die direkt an der Umsetzung von Medienkompetenzinitiativen beteiligt sind und damit Erfahrungen gemacht haben. Durch eine gezielte Stichprobenstrategie werden die Personen aufgrund ihrer Fachkenntnisse und Erfahrungen ausgewählt, wodurch eine reichhaltige und aufschlussreiche Datenbasis gewährleistet wird.

Die Interviews wurden in verschiedenen Formaten durchgeführt , entweder persönlich, virtuell oder per Tele, um die Zugänglichkeit für die Teilnehmenden zu maximieren. Aufzeichnungen (mit Zustimmung) und Notizen werden verwendet, um die Antworten genau zu erfassen, was bei der anschließenden Datenanalyse hilfreich ist. Neben den Einzelinterviews profitiert das MILES-Projekt auch von den Beiträgen von Experten und Praktikern, die an Workshops, Diskussionsrunden und kollaborativen Diskussionen teilnehmen. Diese Sitzungen dienen mehreren Zwecken: Sie ermöglichen es den Experten, sich über bewährte Verfahren auszutauschen, Ergebnisse zu validieren und die Entwicklung

von Schulungsmaterialien zu unterstützen. Diese Beiträge stellen sicher, dass die Projektergebnisse auf realen Erfahrungen beruhen und die neuesten Erkenntnisse im Bereich der Medienkompetenz widerspiegeln. Nach der Datenerfassung führte das MILES-Projektteam eine strenge Datenanalyse durch, um die wichtigsten Themen und Muster herauszufiltern. Die Daten wurden in Kategorien eingeteilt, wie z. B. erfolgreiche Praktiken in der Medienkompetenz, Hindernisse bei der Umsetzung und Empfehlungen für zukünftige Initiativen. Der Analyseprozess umfasst Kodierung und Quervergleiche, um sicherzustellen, dass die Erkenntnisse systematisch geordnet und Verbindungen zwischen den verschiedenen Antworten der Teilnehmenden erkannt werden.

Die Erkenntnisse aus den Interviews und die Beiträge der Expe*innen wurden dann in die Ergebnisse des MILES-Projekts integriert und flossen direkt in die Gestaltung von Schulungsmodulen, Toolkits für Pädagog*innen und politischen Empfehlungen ein. Indem das Projekt auf die Erfahrungen und Bedürfnisse der verschiedenen Interessengruppen zurückgreift, stellt es sicher, dass seine Ressourcen sowohl relevant als auch praktisch sind. Die in dieser Phase gesammelten Erkenntnisse dienen als Leitfaden für die Erstellung eines Toolkits, das auf die realen Herausforderungen von Pädagog*innen eingeht und eine effektive Medienkompetenzerziehung unterstützt. Die Methodik des MILES-Projekts zur Sammlung von Informationen ist umfassend und kooperativ. Durch die Kombination von qualitativen Interviews mit Erkenntnissen von Experten und Fokusgruppen erfasst das Projekt ein ganzheitliches Bild der Medienkompetenzlandschaft. Dieser Ansatz stellt sicher, dass die Strategien und Ressourcen des MILES-Projekts sowohl evidenzbasiert als auch anpassungsfähig sind und es Lehrkräften, Schüler*innen und Gemeinden ermöglichen, sich besser gegen Desinformation zu wappnen. Das Engagement für Inklusion und Strenge bei der Datenerhebung unterstützt letztlich das übergeordnete Ziel des Projekts: die Förderung einer informierten und kritisch engagierten Gesellschaft.

3.1.1 Auswahl der Interviewpartner

Das Stichprobenverfahren folgt einer Strategie der gezielten Auswahl, die sich darauf konzentriert, Personen mit einschlägiger Erfahrung und Fachwissen im Bereich der Medienkompetenz zu identifizieren. Die Teilnehmenden werden anhand bestimmter Kriterien ausgewählt, darunter ihr beruflicher Hintergrund, ihre Rolle und ihre Beteiligung an Medienkompetenz- oder Bildungsinitiativen. Dieser Ansatz stellt sicher, dass das Projekt von einem tiefen Einblick profitiert, da jeder Teilnehmende eine einzigartige Perspektive einbringt, die durch seine Position und Erfahrung geprägt ist.

Zu den ausgewählten Teilnehmenden gehören Pädagog*innen, Expert*innen für Medienkompetenz, politische Entscheidungsträger, Vertreter*innen von

Nichtregierungsorganisationen und Gemeindemitglieder wie Schüler*innen und Eltern. Jede dieser Gruppen bietet einen anderen Blickwinkel auf die Wirksamkeit und die Herausforderungen von Medienkompetenzprogrammen. Pädagog*innen bieten beispielsweise Einblicke in die praktische Anwendung von Medienkompetenz in den Klassenzimmern, während politische Entscheidungsträger umfassendere systemische und rechtliche Rahmenbedingungen diskutieren können, die sich auf diese Initiativen auswirken. Die Einbeziehung von Schüler*innen und Eltern ermöglicht es dem Projekt, die Sichtweise derjenigen einzubeziehen, die direkt von den Medienkompetenzbemühungen betroffen sind, was die gesammelten Daten um eine wertvolle Erfahrungsebene erweitert. Diese zielgerichtete und integrative Stichprobenmethodik stellt sicher, dass das MILES-Projekt ein abgerundetes Verständnis von Medienkompetenzbedürfnissen und -praktiken erfasst. Durch die strategische Auswahl von Teilnehmenden mit unterschiedlichem Hintergrund ist das Projekt in der Lage, Daten zu sammeln, die die Vielschichtigkeit der Medienkompetenz und ihre Rolle beim Aufbau von Widerstandsfähigkeit gegen Desinformation in verschiedenen Bildungs- und sozialen Kontexten widerspiegeln.
Im folgenden Abschnitt fassen wir die Profile und Personen, die an den Befragungen teilgenommen haben, nach Profil und Land zusammen, wobei wir auch nach Geschlecht aufgeschlüsselte Daten berücksichtigen, wie von der Europäischen Kommission gefordert:

lÄNDER	**Politische Entscheidungsträger**	**Akteure, die in der Schule arbeiten**	**Interessierte Kreise**	**Männer**	**Frauen**	**Nichtbinär**	**Gesamt**
Italien	5	5	2	5	7	0	12
Rumänien	5	5	2	1	11	0	12
Deutschland	3	6	3	6	6	0	12
Zypern	6	13	2	8	13	0	21
Polen	5	5	2	2	10	0	12
Österreich	5	5	2	2	10	0	12
Belgien	6	5	2	8	5	0	13
Griechenland	6	7	4	6	11	0	17
Portugal	5	5	3	8	5	0	13
Gesamtzahl	**46**	**56**	**22**	**46**	**76**	**0**	**124**

Die vollständige Liste der beteiligten Personen finden Sie im Anhang der vorliegenden Untersuchung.

3.1.2 Gestaltung der Befragung

Die Interviews wurden in verschiedenen Formaten durchgeführt, darunter persönliche, virtuelle und telefonische Interviews, je nach Verfügbarkeit und Standort der Teilnehmenden, in einem Eins-zu-eins-Format, um die Expert*innen und Interessenvertreter dazu zu bringen,

über das Umfeld in Schulen und die besten Ansätze zur Bekämpfung von Fake News und Desinformation sowie über Ressourcen für diesen Zweck und vielversprechende Praktiken, die in anderen europäischen Ländern nachgeahmt werden könnten, nachzudenken.
Die Gestaltung der Interviewphase im Rahmen des MILES-Projekts war von entscheidender Bedeutung für die Gewinnung eingehender, qualitativer Erkenntnisse aus einem breiten Spektrum von Interessengruppen. Diese Phase wurde so strukturiert, dass die Interviews nicht nur individuelle Perspektiven erfassen, sondern auch die Erkundung breiterer Themen ermöglichen, die für Medienkompetenz, Desinformation und die Wirksamkeit von Bildungsmaßnahmen relevant sind. Der Hauptzweck der Interviews bestand darin, ein differenziertes Verständnis der aktuellen Landschaft der Medienkompetenzerziehung und der Herausforderungen im Zusammenhang mit Desinformation zu gewinnen. Mit Hilfe dieser Interviews wollte das Projekt erfolgreiche Praktiken und Strategien in der Medienkompetenz- und Desinformationsarbeit identifizieren, die Barrieren und Hindernisse verstehen, mit denen die verschiedenen Interessengruppen bei der Förderung der Medienkompetenz konfrontiert sind, Empfehlungen zur Verbesserung der pädagogischen Rahmenbedingungen und der praktischen Instrumente zur Bekämpfung von Desinformation sammeln und sicherstellen, dass die Projektergebnisse mit den realen Bedürfnissen und Erfahrungen der in diesem Bereich Tätigen übereinstimmen. Diese Ziele prägten die Struktur und den Inhalt der Interviewfragen und leiteten das Design, um sich auf bestimmte Themen zu konzentrieren und gleichzeitig offen zu bleiben für einzigartige Einblicke von jedem Teilnehmenden.

Im Rahmen des Projekts wurde ein halbstrukturierter Ansatz für die Interviews verwendet. Dieses Konzept bot ein Gleichgewicht zwischen Struktur und Flexibilität, so dass die Interviewer die wichtigsten Themen abdecken und gleichzeitig interessante Erkenntnisse oder neue Ideen der Teilnehmenden aufgreifen konnten. Die halbstrukturierten Interviews stützten sich auf eine Reihe von vordefinierten Fragen, um die Konsistenz der Interviews zu gewährleisten, ermöglichten aber einen natürlichen Gesprächsfluss, der es den Teilnehmenden erlaubte, relevante Erfahrungen ausführlich zu teilen. Der halbstrukturierte Ansatz gewährleistete die Konsistenz bei der Behandlung der Kernthemen, ermöglichte eine flexible Anpassung an das Fachwissen und die Interessen der Teilnehmenden und erlaubte ein umfassendes Ausloten der Antworten, was zu einem tieferen Verständnis der Themen führte. Die Interviews wurden so entwickelt, dass sie eine Reihe relevanter Themen abdeckten, die in thematische Abschnitte gegliedert waren. Jeder Abschnitt konzentrierte sich auf einen bestimmten Aspekt von Medienkompetenz und Desinformation, wodurch eine kohärente Struktur für das Interview geschaffen wurde. Wir konzentrierten uns darauf, Informationen über den beruflichen Hintergrund der Teilnehmenden, ihre Rolle und Erfahrung im Bereich der Medienkompetenz oder Desinformation zu erhalten, um ihre Antworten in einen Kontext zu stellen. Außerdem wurden Fragen zu den bestehenden Methoden und Strategien gestellt, die die Teilnehmenden bei der Förderung der Medienkompetenz und der Bekämpfung von Desinformation anwenden oder kennen, um bewährte Praktiken und häufig verwendete Instrumente zu ermitteln. Wir haben auch die Hindernisse untersucht, mit denen die

Teilnehmenden bei ihrer Arbeit konfrontiert sind, wie z. B. Ressourcenbeschränkungen, institutionelle Zwänge oder mangelndes öffentliches Bewusstsein, was für die Ermittlung von Bereichen, die zusätzliche Unterstützung oder Innovation benötigen, von wesentlicher Bedeutung war. Der Leitfaden ermutigte die Teilnehmenden, die Auswirkungen und die Effektivität bestimmter Instrumente, Programme oder Ansätze zu diskutieren, und sammelte Ideen zur Verbesserung von Medienkompetenzprogrammen. Darüber hinaus wurden die Teilnehmende aufgefordert, ihre Erkenntnisse über sich abzeichnende Trends in der Medienkompetenz und mögliche künftige Herausforderungen mitzuteilen.

3.1.3 Ethische Überlegungen

Ethische Überlegungen standen bei der Gestaltung des Interviewprozesses im Mittelpunkt. Das Projektteam stellte sicher, dass die Teilnehmenden über den Zweck der Forschung, die Verwendung ihrer Daten und ihr Recht auf jederzeitigen Widerruf informiert wurden. Persönliche Informationen und spezifische Antworten wurden vertraulich behandelt und nur für die in der Einverständniserklärung genannten Forschungszwecke verwendet. Alle Aufzeichnungen und Transkripte wurden sicher aufbewahrt, um unbefugten Zugriff zu verhindern und die Datensicherheit während des gesamten Forschungsprozesses zu gewährleisten.

Es sind keine ethischen Erwägungen zu berichten.

4. Analytische Ergebnisse der Interviews

Die im Rahmen des MILES-Projekts durchgeführten Interviews konzentrierten sich auf Interessenvertreter, politische Entscheidungsträger und Akteure, die im schulischen Umfeld tätig sind.

Insgesamt nahmen 22 Stakeholder, 44 politische Entscheidungsträger und 61 Akteure aus dem schulischen Umfeld teil, mit den folgenden Statistiken.

<u>Interessierte Kreise</u>

- Insgesamt: 22
- **Geschlecht**
  - Männlich: 9 (40,9%)
  - Weiblich: 13 (59,1%)
- **Berufliche Rollen**
  - Vertreter von Gemeindeverbänden: 6 (27.3%)
  - Medien-/Kommunikationsspezialisten: 6 (27,3%)
  - Erzieher und Lehrkräfte: 5 (22.7%)
  - Journalisten: 4 (18.2%)
  - Andere (z. B. Psychologen, Studenten): 1 (4.5%)
- **Art der Einrichtung/Organisation**

  - Gemeinschaftliche Vereinigungen/NGOs: 9 (40,9%)
  - Bildungsinstitutionen: 8 (36.4%)
  - Privater Sektor: 2 (9,1%)
  - Sonstige (z.B. Elternvertreter): 3 (13.6%)
- **Fachgebiete**
  - Medienkompetenz: 6 (27,3%)
  - Allgemeine Bildung: 5 (22.7%)
  - Journalismus/Medien: 4 (18.2%)
  - Engagement für die Gemeinschaft: 4 (18.2%)
  - Psychologie und Wohlbefinden: 3 (13.6%)

<u>Politische Entscheidungsträger</u>

- Insgesamt: 46
- **Geschlecht**
  - Männlich: 21 (45,7%)
  - Weiblich: 25 (54,3%)
- **Berufliche Rollen**
  - Beamte der öffentlichen Verwaltung: 18 (39,1%)
  - Lehrkräfte/Akademiker*innen: 16 (34,8%)
  - NGO-Vertreter: 7 (15,2%)
  - Medientrainer/-ausbilder: 2 (4,3%)
  - Sonstige (z. B.: Programmkoordinatoren): 3 (6,5%)
- **Art der Einrichtung/Organisation**
  - Öffentlicher/staatlicher Sektor: 24 (52,2%)
  - Bildungsinstitutionen: 12 (26,1%)
  - NROs: 7 (15,2%)
  - Privater Sektor: 3 (6,5%)
- **Fachgebiete**
  - Medienkompetenz: 7 (15,2%)
  - Politik und Regulierung: 17 (37,0%)
  - Digitale Bildung/Bildung: 10 (21,8%)
  - Journalismus/Medienpraxis: 5 (10,9%)
  - Engagement für die Gemeinschaft: 7 (15,2%)

<u>Akteure, die in der Schule arbeiten</u>

- Insgesamt: 56
- **Geschlecht**
  - Männlich: 16 (28,6%)
  - Weiblich: 40 (71,4%)
- **Berufliche Rollen**

- Lehrkräfte: 34 (60.7%)
- Ausbilder/Trainer: 12 (21.4%)
- Assistenten der Universität: 5 (8.9%)
- Studierende/Verwaltungsangestellte: 3 (5.4%)
- MedienPädagog*innen: 2 (3.8%)

- **Art der Einrichtung/Organisation**
  - Bildungsinstitutionen: 50 (89.3%)
  - Privater Sektor: 1 (1,8%)
  - Gemeinschaftliche Vereinigungen: 3 (5,4%)
  - Sonstige: 2 (3,8%)

- **Fachgebiete**
  - Medienkompetenz: 2 (3,8%)
  - Bildung (verschiedene Disziplinen): 42 (75.0%)
  - Aktive Staatsbürgeschaft/Sozialkunde: 6 (10.7%)
  - Wissenschaften, Geisteswissenschaften und Sprachen: 4 (7.1%)
  - Ausbildung und berufliche Entwicklung: 2 (3,8%)

In den folgenden Abschnitten berichten wir über die wichtigsten Ergebnisse der Interviews mit den beteiligten Profilen.

4.1 Interessierte Kreise

Allgemeine Informationen
Die Dokumente geben einen umfassenden Einblick in die allgemeinen Informationen und Erkenntnisse über die beteiligten Zielgruppen und ihre Kompetenzbereiche. Zu den Zielgruppen gehört ein breites Spektrum von Akteuren wie Studierende, Pädagog*innen, Forschern, politischen Entscheidungsträgern und Medienfachleuten, die alle zu den Bemühungen um die Bekämpfung von Fehlinformationen und die Verbesserung der Medienkompetenz beitragen.

Der Bericht aus Polen hebt die Beteiligung von Studierenden des Studiengangs Englische Philologie an der Universität Rzeszow hervor.

Die griechische Fokusgruppe umfasste Akteure wie einen Faktenprüfer, einen Vertreter einer beliebten Faktenprüfungsplattform, ein Mitglied einer NRO, die sich mit Internetsicherheit befasst, und einen Vertreter der Abteilung für Internetkriminalität der griechischen Polizei. Zu ihren Kompetenzen gehören innovative Lernmethoden, psychologische Forschung, Bildungsaktivitäten, Journalismus und Politikentwicklung. Sie konzentrieren sich auf die Bekämpfung von Desinformation, die Verbesserung der Medienkompetenz in Schulen und die Integration digitaler Fähigkeiten in den Bildungsrahmen.

In Österreich waren unter anderem ein Entwickler*innen von Medieninhalten und ein Medienexperte beteiligt. Sie diskutierten den Bedarf an Medienkompetenzerziehung, Fähigkeiten zum kritischen Denken und aktualisierten Lehrmethoden zur Bekämpfung von Fake News. Herausforderungen wie die rasche Verbreitung von Fehlinformationen auf Social-Media-Plattformen und die Veraltung der derzeitigen Bildungssysteme wurden hervorgehoben.

Zusammenfassung der wichtigsten Bedürfnisse und Herausforderungen, die sich ergeben haben

Wichtigste Erfordernisse und Herausforderungen bei der Verbesserung der Medienkompetenz In den verschiedenen Berichten herrscht Einigkeit darüber, dass die Medienkompetenz systematisch in die Lehrpläne der Schulen aufgenommen werden muss. Die Bemühungen, jungen Menschen beizubringen, die Glaubwürdigkeit von Quellen zu überprüfen und korrekte Informationen von Unwahrheiten zu unterscheiden, werden als entscheidend angesehen. Die derzeitigen Initiativen sind oft sporadisch und beschränken sich eher auf die Internetsicherheit als auf eine umfassende Medienkompetenz. Eine große Herausforderung ist der Mangel an Ressourcen und Unterstützung, die notwendig sind, um Lehrkräfte in die Lage zu versetzen, Medienkompetenzerziehung effektiv umzusetzen. Den Lehrkräften fehlt es oft an ausreichender Ausbildung und modernen technologischen Hilfsmitteln, was die Vermittlung einer wirksamen Medienkompetenzerziehung erschwert. Es besteht ein anerkannter Bedarf an strukturierten interdisziplinären Programmen und kontinuierlicher Lehrkräftefortbildung. Partnerschaften zwischen Schulen, Regierungsbehörden, Nichtregierungsorganisationen und dem Privatsektor können Initiativen zur Medienkompetenzerziehung fördern. Klare Strategien und Richtlinien auf nationaler Ebene sind notwendig, um eine einheitliche und effektive Umsetzung in allen Schulen zu gewährleisten.

Ressourcen und vielversprechende Praktiken

Einige der wichtigsten Bildungsressourcen, auf die hingewiesen wurde:
Projekt #FakeHunter-Edu: Ein Bildungsprojekt, das sich an Schüler*innen der Sekundarstufe richtet, um das Bewusstsein für die Gefahren von Desinformation zu schärfen. Es bietet Videoschulungen, Aktivitätskits und Unterrichtspläne, die Schüler*innen und Lehrkräften helfen, Fake News zu erkennen und zu bekämpfen.

Das Programm "Digitale Jugend" der Stiftung Digitales Polen: Ein Programm, das Ressourcen für die Vermittlung von digitaler Kompetenz und Medienerziehung bietet. Es umfasst Unterrichtspläne, Workshops und Aktivitäten, die das kritische Denken und die Fähigkeit zur Medienbewertung bei jungen Menschen fördern sollen.

Stiftung Szkoła z Klasą - Fake kNOw More: Ein Schulungsprogramm für Kinder und Jugendliche zwischen 10 und 15 Jahren. Es umfasst Lernspiele, Unterrichtspläne und Materialien, die darauf abzielen, durch Selbsterkenntnis und das Verständnis psychologischer Mechanismen Widerstandskraft gegen Desinformation aufzubauen.

NASK - (Dez)informacja, czyli w co wierzyć w internecie: Ein umfassendes Schulungsprogramm für Lehrkräfte und Schüler*innen, das die Erkennung von Fehlinformationen, die Entwicklung von Fähigkeiten zum kritischen Denken und das Verständnis der Auswirkungen von Fake News abdeckt. Es enthält interaktive Elemente und praktische Ressourcen für Pädagog*innen.

Initiativen wie die "Keyboard Warriors"-Workshops zielen darauf ab, Schüler*innen über die Gefahren der Desinformation aufzuklären und ihnen praktische Fähigkeiten für einen verantwortungsvollen Umgang mit den Medien zu vermitteln. Diese Workshops fördern das kritische Denken und das Bewusstsein und helfen den Schüler*innen, verlässliche Informationen zu erkennen und Fehlinformationen zu bekämpfen, und bereiten sie so darauf vor, sich in der digitalen Landschaft zurechtzufinden.

Die Interessenvertreter wiesen auf die Einrichtung öffentlicher Websites hin, die es den Nutzer*innen ermöglichen, die Authentizität von Videos und Artikeln zu überprüfen. Diese Websites sind für Schüler*innen und die breite Öffentlichkeit zugänglich, um die Glaubwürdigkeit von Informationen zu überprüfen. In Workshops wurden junge Menschen über Cybersicherheit und die Erkennung von Fake News aufgeklärt. Diese praktischen Sitzungen zielen darauf ab, den Schüler*innen die Fähigkeiten zu vermitteln, sich in der digitalen Welt sicher und verantwortungsbewusst zu bewegen. Dieses Programm wurde an polnische Schulen angepasst und hilft sowohl Schüler*innen als auch Lehrkräften, kritische Medienkompetenzen zu entwickeln. Es legt den Schwerpunkt auf praktisches, praxisnahes Lernen und die Anwendung kritischen Denkens auf den täglichen Medienkonsum. Das Programm bietet Lehrkräften kontinuierliche Weiterbildungsmöglichkeiten, um ihre Medienkompetenz zu verbessern und mit den neuesten Tools und Methoden auf dem Laufenden zu bleiben. Dies ist von entscheidender Bedeutung für eine effektive Vermittlung von Medienkompetenz im Einklang mit der sich wandelnden Medienlandschaft.

Die Beteiligten haben eine Vielzahl von Ressourcen und Programmen zur Verbesserung der Medienkompetenz und zur Bekämpfung von Desinformation hervorgehoben. Dazu gehören Bildungsprojekte, Schulungsprogramme, öffentliche Überprüfungsinstrumente und kontinuierliche berufliche Weiterbildung für Pädagog*innen. Durch die Nutzung dieser Ressourcen können Bildungseinrichtungen Schüler*innen und Studierende die notwendigen Fähigkeiten vermitteln, um Medien kritisch zu bewerten und Fehlinformationen zu widerstehen.

Freiraum für Ideen, Zitate, Bemerkungen usw.

Die Beteiligten betonen die dringende Notwendigkeit, eine solide Medienkompetenzerziehung in die Lehrpläne zu integrieren, um die Fähigkeit zum kritischen Denken zu fördern. Dazu gehört, dass die Schüler*innen lernen, Quellen zu hinterfragen, Beweise zu bewerten und glaubwürdige Informationen von irreführenden oder falschen Behauptungen zu unterscheiden. Darüber hinaus wird die Einbeziehung praktischer und interaktiver Methoden wie Gamification, Storytelling und praktische Projekte empfohlen, um die Schüler*innen effektiv einzubinden und die realen Auswirkungen von Fehlinformationen aufzuzeigen. Eine große Herausforderung ist die Verzögerung, mit der die Schule auf die sich schnell entwickelnden digitalen Phänomene reagiert. Die derzeitigen Programme konzentrieren sich häufig auf reaktive Maßnahmen und nicht auf proaktive Aufklärung. Außerdem ist die Integration von Medienkompetenz in den verschiedenen Schulen und Regionen sehr uneinheitlich. Darüber hinaus sehen sich Pädagog*innen mit Einschränkungen konfrontiert, wie z. B. mangelnde Vertrautheit mit neueren Technologien, Angst, Zeitmangel und Motivation, die eine effektive Vermittlung von Medienkompetenz behindern. Die Zusammenarbeit zwischen verschiedenen Interessengruppen, darunter Schulen, Nichtregierungsorganisationen, Technologieunternehmen und Regierungsstellen, ist von entscheidender Bedeutung, um die verschiedenen Fachkenntnisse und Ressourcen zu nutzen. Es sind koordinierte Anstrengungen erforderlich, um einen wirksamen Rahmen für die Medienkompetenz zu entwickeln, der Lehrkräfte, Eltern und Gemeindeorganisationen in die Förderung der Medienkompetenz und die Bekämpfung von Fehlinformationen einbezieht.

Zu den hervorgehobenen wirksamen Praktiken gehört die Einbindung von Journalisten in Bildungseinrichtungen, um aus erster Hand Einblicke in die Prozesse der Nachrichtenerstellung und -überprüfung zu geben. Empfohlen werden auch Projekte, die wissenschaftliche und humanistische Elemente kombinieren und Fachleute aus verschiedenen Bereichen für praktische Workshops einbeziehen. Die Einrichtung öffentlicher Websites zur Überprüfung von Videos und Artikeln und die Durchführung von Workshops zur Cybersicherheit für Jugendliche gehören zu den vorgeschlagenen Mitteln zur Bekämpfung von Fake News. Eltern spielen bei der Medienkompetenzerziehung eine entscheidende Rolle. Sie sollten ihren Kindern aktiv beibringen, wie sie mit Fake News und Fehlinformationen umgehen können, und so die Bemühungen der Schulen ergänzen. Wenn die Eltern die Bedeutung der Medienkompetenz und ihre Rolle bei der Stärkung dieser Fähigkeiten zu Hause verstehen, erhöht sich die Gesamtwirksamkeit der Bildungsbemühungen. Es bedarf sorgfältiger rechtlicher Rahmenbedingungen, die Fehlinformationen einschränken, ohne die Redefreiheit zu verletzen. Die Stakeholder betonen, wie wichtig es ist, ein Gleichgewicht zwischen regulatorischen Maßnahmen und der Selbstregulierung der Medienplattformen herzustellen, um das Problem der Fake News wirksam anzugehen.

Die Schulung von Lehrkräften und die Hinzuziehung von Experten zur Sensibilisierung für die Folgen von Fake News sind entscheidende Schritte. Kontinuierliche Aus- und Weiterbildung für Pädagog*innen ist unerlässlich, um mit dem technologischen Fortschritt Schritt zu halten

und Medienkompetenz effektiv zu vermitteln. Die Ergebnisse unterstreichen, wie wichtig es ist, Medienkompetenz in die Bildungssysteme zu integrieren, auf die Einschränkungen der Pädagog*innen einzugehen und die Zusammenarbeit zwischen den Beteiligten zu fördern. Die Entwicklung strukturierter Lehrpläne, die Bereitstellung hochwertiger Ressourcen und die Förderung von Partnerschaften sind entscheidende Schritte zur Verbesserung der Medienkompetenz und zur Bekämpfung von Desinformation. Diese Erkenntnisse deuten auf einen umfassenden Ansatz hin, der praktische, interaktive und kooperative Methoden umfasst, um den Schüler*innen wesentliche Fähigkeiten zum kritischen Denken und zur Medienbewertung zu vermitteln.

Erkenntnisse über die beteiligten Zielgruppen und deren Kompetenzbereiche

Die polnischen Studenten verfügen über einen soliden akademischen Hintergrund in Sprache und Literatur, der sie mit den wesentlichen Fähigkeiten zum kritischen Denken und zur Analyse von Medien und Informationen ausstattet. Ihre Erkenntnisse sind wertvoll, da sie die Ansichten junger Erwachsener repräsentieren, die sowohl Konsumenten als auch Kritiker von Medieninhalten sind.
Die griechischen Interessenvertreter betonten die Bedeutung der Überprüfung von Nachrichtenquellen, die unterstützende Rolle der Technologie und die Notwendigkeit der Selbstreflexion über die für die Informationsverbreitung verwendeten Instrumente. Die Zielgruppe besteht aus Forschern und politischen Entscheidungsträgern, die in den Bereichen Bildung, Medienkompetenz und Jugendarbeit tätig sind.
In Österreich betonten die Beteiligten, wie wichtig es ist, die Öffentlichkeit darüber aufzuklären, wie man glaubwürdige Quellen erkennt, und wie wichtig robuste Kommunikationsstrategien sind, um Fehlinformationen entgegenzuwirken. Anstrengungen zur Integration praktischer Medienkompetenzschulungen in die Lehrpläne und zur Förderung der Zusammenarbeit zwischen Bildungseinrichtungen und Medien sind von entscheidender Bedeutung. Integration der Medienkompetenz in die Lehrpläne: Es kann von Vorteil sein, Medienkompetenz in bestehende Fächer wie StaatsBürger*innenkunde einzubauen oder spezielle Module in den Lehrplan aufzunehmen. Auch die Kürzung von Stunden in traditionellen Fächern, um Platz für Medienkompetenz zu schaffen, könnte ein wirksamer Ansatz sein. Um mit dem technologischen Fortschritt und der sich verändernden Medienlandschaft Schritt halten zu können, ist es unerlässlich, dass Pädagog*innen kontinuierlich Fortbildungsprogramme anbieten. Dazu gehört auch die Modernisierung von Lehrmethoden und der Einsatz von Gamification-Techniken, um Schüler*innen zu begeistern. Schulen brauchen aktuelle Ressourcen und technologische Werkzeuge, um umfassende Initiativen zur Medienkompetenz und zum kritischen Denken effektiv umzusetzen. Investitionen in diese Bereiche werden sowohl den Lehrkräften als auch den Schüler*innen zugutekommen. Die Förderung gemeinsamer Anstrengungen und kohärenter Strategien durch die Zusammenarbeit zwischen Pädagog*innen, politischen Entscheidungsträgern, Medienfachleuten und der Zivilgesellschaft ist für den Erfolg von

Medienkompetenzprogrammen von entscheidender Bedeutung. Der Austausch von vielversprechenden Praktiken und Ressourcen kann die Wirkung dieser Initiativen erheblich steigern.

Diese Erkenntnisse unterstreichen die entscheidende Rolle von Bildung, Politik und Zusammenarbeit bei der Förderung der Medienkompetenz und der Bekämpfung von Fehlinformationen. Die kollektiven Kompetenzen und das Engagement der beteiligten Akteure sind entscheidend, um diese Initiativen voranzutreiben

4.2 Politische Entscheidungsträger

Allgemeine Informationen

Die Dokumente geben detaillierte Einblicke in die allgemeinen Informationen und Erkenntnisse über die an der Medienkompetenz beteiligten Zielgruppen und ihre Kompetenzen, wobei der Schwerpunkt auf den politischen Entscheidungsträgern liegt. Zu den Hauptakteuren gehören Organisationen wie die Rzeszow Regional Development Agency (RRDA) und das Woiwodschaftsarbeitsamt in Rzeszów (VLO). Diese Institutionen spielen eine zentrale Rolle bei der regionalen Entwicklung und der Beschäftigungsförderung, die sich aufgrund ihrer Auswirkungen auf die regionale Stabilität und die Bereitschaft der Arbeitskräfte mit Fragen der Medienkompetenz, Fake News und Desinformation überschneiden.

Zusammenfassung der wichtigsten Bedürfnisse und Herausforderungen, die sich ergeben haben

Die Dokumente geben einen umfassenden Überblick über die Bedürfnisse und Herausforderungen im Zusammenhang mit Medienkompetenz und Desinformation, die von politischen Entscheidungsträgern in verschiedenen Regionen festgestellt wurden. Eine der wichtigsten Herausforderungen, die hervorgehoben werden, ist die Integration eines umfassenden Unterrichts in Medienkompetenz und kritischem Denken in den formalen Lehrplan der Schulen. Pädagog*innen betonen die Notwendigkeit strukturierter Programme, in denen Schüler*innen lernen, Medieninhalte kritisch zu analysieren, glaubwürdige Quellen zu erkennen und verantwortungsvoll mit digitalen Informationen umzugehen. Es gibt jedoch einen bemerkenswerten Mangel an standardisierten Lehrplanrichtlinien und Ressourcen, die auf diese Bedürfnisse zugeschnitten sind.

Die Lehrkräfte geben an, dass ihre Ausbildung und ihre Bereitschaft, Medienkompetenz und kritisches Denken wirksam zu vermitteln, noch sehr lückenhaft sind. Vielen Pädagog*innen fehlt es an spezifischen Kenntnissen und pädagogischen Strategien, was den dringenden Bedarf an kontinuierlichen Weiterbildungsprogrammen verdeutlicht, die sich mit der sich entwickelnden Medienlandschaft und den technologischen Fortschritten befassen. Schulen sehen sich mit Ressourcenbeschränkungen konfrontiert, wie z. B. einem begrenzten Zugang zu aktualisiertem Unterrichtsmaterial, digitalen Werkzeugen und finanziellen Mitteln für spezielle Schulungsprogramme. Dies schränkt den Umfang und die Wirksamkeit von

Initiativen zur Förderung der Medienkompetenz ein, die den Schüler*innen ansonsten wichtige Fähigkeiten für das digitale Zeitalter vermitteln könnten.

Es besteht ein anerkannter Bedarf an einer stärkeren Beteiligung der Eltern und der Gemeinschaft an der Förderung der Medienkompetenz außerhalb der Schule. Eltern fühlen sich oft nicht in der Lage, ihre Kinder bei der Navigation durch digitale Informationen und der Unterscheidung glaubwürdiger Quellen anzuleiten, was die Notwendigkeit gezielter Aufklärungs- und Bildungsinitiativen unterstreicht.

Das Fehlen umfassender bildungspolitischer Maßnahmen und koordinierter Bemühungen in den Bereichen Regierung, Bildung und Medien stellt eine große Herausforderung dar. Die Beteiligten betonen die Notwendigkeit einer kohärenten Politik zur Unterstützung von Medienkompetenzinitiativen, zur Förderung der Zusammenarbeit zwischen verschiedenen Akteuren und zur effektiven Zuweisung von Ressourcen, um eine langfristige Wirkung zu erzielen.

Die Schüler*innen sind zwar geübt im Umgang mit digitalen Plattformen, doch fehlt es ihnen oft an den Fähigkeiten zum kritischen Denken, die sie benötigen, um die Zuverlässigkeit und Glaubwürdigkeit von Online-Informationen zu beurteilen. Es besteht ein dringender Bedarf an einem Gleichgewicht zwischen technologischer Kompetenz und soliden Kompetenzen im Bereich des kritischen Denkens, um die Schüler*innen zu informierten und verantwortungsbewussten digitalen Bürger*innen zu machen.

Es besteht der Bedarf an einer systematischen Bewertung und Messung der Auswirkungen von Medienkompetenzprogrammen. Pädagog*innen und politische Entscheidungsträger suchen nach datengestützten Erkenntnissen, um die Effektivität von Programmen zu bewerten, verbesserungswürdige Bereiche zu ermitteln und weitere Investitionen in die Medienkompetenzerziehung zu rechtfertigen. Der einzigartige kulturelle und sprachliche Kontext Zyperns stellt eine zusätzliche Herausforderung dar, wenn es darum geht, Fehlinformationen zu bekämpfen und Medienkompetenz effektiv zu fördern. Die Strategien müssen auf die lokalen Nuancen und Sprachen zugeschnitten sein, um die verschiedenen Gemeinschaften anzusprechen und die Inklusion in die Medienkompetenzbemühungen zu gewährleisten.

Die Bewältigung dieser Herausforderungen erfordert einen koordinierten Ansatz mit vielen Beteiligten, der Bildungsreformen, beruflicher Weiterbildung, politischer Interessenvertretung und gesellschaftlichem Engagement Vorrang einräumt. Durch die Förderung einer Kultur des kritischen Hinterfragens und der Medienkompetenz sollen die und Bürger*innen mit den Fähigkeiten ausgestattet werden, die sie benötigen, um sich in der digitalen Landschaft mit Einsicht und Widerstandsfähigkeit zurechtzufinden.

Ressourcen und vielversprechende Praktiken

Die politischen Entscheidungsträger betonen, wie wichtig es ist, die Medienkompetenz in den Lehrplan zu integrieren. Sie erkennen die Notwendigkeit einer kontinuierlichen beruflichen Weiterbildung für Pädagog*innen an, um mit den raschen Veränderungen in Medien und Technologie Schritt zu halten. Dazu gehören die Nutzung von Online-Plattformen und -Werkzeugen für die interaktive Vermittlung von Medienkompetenz, Kooperationsprojekte zwischen Schulen und Gemeindeorganisationen sowie aktualisiertes Schulungsmaterial, das aktuelle Medientrends und Herausforderungen widerspiegelt.

Eine bemerkenswerte Ressource ist das Programm Learn to Discern des IREX, das in polnischen Schulen angepasst wurde, um sowohl Schüler*innen als auch Lehrkräften zu helfen, kritische Medienkompetenz zu entwickeln. Eine weitere wichtige Ressource ist das NASK, ein nationales Forschungsinstitut in Polen, das Lösungen zur Bekämpfung von Desinformation entwickelt hat. Dazu gehört auch die Abteilung für die Bekämpfung von Desinformation, die erste Einrichtung dieser Art in Polen.

Zu den vielversprechenden Praktiken, die von den politischen Entscheidungsträgern hervorgehoben werden, gehören die Einbindung von Schüler*innen in praktische Medienprojekte, die kritisches Denken und Kreativität erfordern, die Zusammenarbeit mit lokalen Medienunternehmen, um praktische Medienerfahrungen zu vermitteln, und die Einbeziehung praktischer Medienproduktionsaufgaben in die Lehrkräfteausbildung. Die Durchführung von Workshops und Seminaren zu aktuellen Medienthemen wird ebenfalls empfohlen. Darüber hinaus sind Initiativen wie das "Digital Youth"-Programm der Stiftung Digitales Polen und die Website https://fakenews.pl/ als wertvolle Instrumente zur Entlarvung manipulativer Informationen in den polnischen Medien anerkannt. Diese Ressourcen bieten einen strukturierten Ansatz für die Vermittlung von Medienkompetenz und helfen dabei, sich gegen Desinformation zu wappnen.

Die Entscheidungsträger wiesen auch auf Ressourcen wie das InVID - WeVerify Verification Plugin hin, ein Browser-Plugin, das die Entlarvung von Fake News und die Verifizierung von Videos und Bildern unterstützt. Auch Gamification-Methoden wie das "Fake-News-Spiel", mit dem das Erlernen von Medienkompetenz motivierend gestaltet werden kann, werden als wirksam bezeichnet. In Zypern betonen die Pädagog*innen die Notwendigkeit kollaborativer Ansätze und des Austauschs von Erkenntnissen und Strategien unter Gleichgesinnten, um ihre Effektivität bei der Vermittlung von Medienkompetenz zu verbessern. Das von der zypriotischen Rundfunk- und Fernsehbehörde geleitete Media Literacy Experiential Project ist ein Beispiel für eine vielversprechende Praxis, die auf kontinuierliche Weiterbildung abzielt und sicherstellt, dass die Lehrkräfte sich in der sich entwickelnden Medienlandschaft zurechtfinden. Darüber hinaus haben sich das Mediawijs Knowledge Center in Belgien und der öffentlich-rechtliche Sender VRT mit Eduboxen einen Namen gemacht, indem sie pädagogische Hilfsmittel und Ressourcen bereitstellen, die speziell auf die Förderung der

Medienkompetenz von Schüler*innen ausgerichtet sind. Diese Initiativen bieten strukturierte Vorschläge und Umsetzungsstrategien, die die Medienkompetenzerziehung leichter zugänglich und effektiver machen.

Durch die Nutzung dieser Ressourcen und die Übernahme vielversprechender Praktiken wollen die politischen Entscheidungsträger einen soliden Rahmen für die Medienkompetenzerziehung schaffen, der Schüler*innen und Lehrkräfte zu einem kritischen Umgang mit den Medien befähigt und so eine besser informierte und demokratische Gesellschaft fördert.

Freiraum für Ideen, Zitate, Bemerkungen usw.

Die politischen Entscheidungsträger unterstreichen die Notwendigkeit, eine solide Medienkompetenzerziehung in die Lehrpläne zu integrieren. Sie betonen, wie wichtig es ist, bei Schüler*innen die Fähigkeit zum kritischen Denken zu entwickeln, damit sie Quellen hinterfragen, Beweise bewerten und glaubwürdige Informationen von irreführenden oder falschen Behauptungen unterscheiden können. Dieser Bildungsprozess muss von den Eltern unterstützt werden, die eine entscheidende Rolle dabei spielen, ihren Kindern beizubringen, wie sie zu Hause mit Fake News und Fehlinformationen umgehen können, und so die schulischen Bemühungen zu ergänzen.

Es werden Bedenken hinsichtlich des rechtlichen Rahmens geäußert, wobei die Beteiligten darauf hinweisen, dass die Bemühungen zur Eindämmung von Fehlinformationen nicht gegen die Meinungsfreiheit verstoßen dürfen. Sie betonen das empfindliche Gleichgewicht, das bei der Politikgestaltung erforderlich ist, um die Meinungsfreiheit zu schützen und gleichzeitig Desinformation zu bekämpfen. Eine weitere Herausforderung sind die Ressourcen, die freiwilligen Organisationen wie dem Journalisten-Ethikkomitee zur Verfügung stehen, denen es oft an finanziellen Mitteln und Ressourcen fehlt, um ihre Bemühungen auszuweiten und eine langfristige Wirkung zu erzielen.

Die Ausbildung der Lehrkräfte erweist sich als ein entscheidender Bedarf. Die Beteiligten sind sich einig, dass die Lehrkräfte besser ausgebildet werden müssen, um die Entwicklung von MIL-Fähigkeiten, Medienkompetenz und kritischem Denken bei den Schüler*innen wirksam zu unterstützen. Hinzu kommen unterschiedliche digitale Kompetenzen der Pädagog*innen, mangelndes Vertrauen in die Vermittlung von Medienkompetenz und die überwältigende Anzahl verfügbarer Ressourcen, die verwirrend und schwer zu durchschauen sein können.

Als wirksame Praktiken und Ressourcen wurden u. a. praktische Medienprojekte für Schüler*innen, Partnerschaften mit lokalen Medienunternehmen zur Vermittlung von Medienerfahrungen in der Praxis sowie die Verwendung von Nachrichtenartikeln und interaktiven Lehrmethoden im Unterricht genannt. Projekte wie das "Learn to Discern"-

Programm von IREX und das "Digital Youth"-Programm der Digital Poland Foundation werden als wertvolle Instrumente zur Förderung der Medienkompetenz von Schüler*innen und Lehrkräften hervorgehoben.

Die politischen EntscheidungsträgerInnen betonen auch die Bedeutung einer kontinuierlichen beruflichen Weiterbildung für LehrkräfteInnen, um mit den medialen und technologischen Fortschritten Schritt zu halten. Sie empfehlen praktische Instrumente wie Eduthek, Workshops von Saferinternet.at und den Medienerlass für Schulen, die strukturierte Unterstützung für die Integration von Medienkompetenz in die Lehrpläne bieten. Auch die Zusammenarbeit mit Organisationen wie "Lie Detectors" für Workshops zum kritischen Denken und zur Erkennung von Fake News wird hervorgehoben.

Zusammenfassend weisen die politischen Entscheidungsträger auf die Notwendigkeit eines koordinierten, von mehreren Interessengruppen getragenen Ansatzes zur Verbesserung der Medienkompetenzerziehung hin. Dazu gehören die kontinuierliche Ausbildung von Lehrkräften, die Entwicklung umfassender Lehrpläne, die Nutzung praktischer Ressourcen und die Gewährleistung eines rechtlichen Rahmens, der sowohl die Meinungsfreiheit als auch die Bekämpfung von Fehlinformationen schützt. Diese Initiativen zielen darauf ab, eine gut informierte und kritisch denkende Gesellschaft zu schaffen, die in der Lage ist, die Komplexität der modernen Medienlandschaft zu bewältigen.

Erkenntnisse über die beteiligten Zielpersonen und ihre Kompetenzen

Die politischen Entscheidungsträger haben festgestellt, dass es in den regionalen und nationalen Lehrplänen erhebliche Lücken bei der Vermittlung von Medienkompetenz gibt. Es besteht ein eindeutiger Bedarf an umfassenden Schulungsprogrammen für Pädagog*innen, um sie mit den notwendigen Fähigkeiten für eine wirksame Vermittlung von Medienkompetenz auszustatten. Den Schulen fehlen oft die technischen Hilfsmittel und die Unterstützung, die für eine effiziente Umsetzung der Medienkompetenzerziehung erforderlich sind, was die Wirksamkeit solcher Programme insgesamt beeinträchtigt.

Außerdem ist das Bewusstsein der Öffentlichkeit und der Schüler*innen für Fake News und Desinformation gering. Dies zeigt, dass breit angelegte Aufklärungskampagnen notwendig sind, um das Bewusstsein zu schärfen und die Medienkompetenz der Bevölkerung zu verbessern. Bei einer wirksamen Medienkompetenzerziehung geht es nicht nur darum, sie in den Lehrplan zu integrieren, sondern auch darum, sicherzustellen, dass die Lehrkräfte gut vorbereitet sind und die Öffentlichkeit informiert ist.

Die politischen Entscheidungsträger erkennen auch den Wert von Partnerschaften mit Technologieunternehmen an, die die notwendigen Werkzeuge und Fachkenntnisse zur Verbesserung von Medienkompetenzprogrammen bereitstellen. Kontinuierliche Bewertungsmechanismen sind von entscheidender Bedeutung, um die Wirksamkeit von

Medienkompetenzinitiativen zu bewerten und sicherzustellen, dass sie angesichts der sich wandelnden digitalen Herausforderungen relevant und wirkungsvoll bleiben.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass sich die politischen Entscheidungsträger darauf konzentrieren, die Lücken in der Medienkompetenzerziehung zu schließen, die technologische Unterstützung in den Schulen zu verbessern, die Öffentlichkeit zu sensibilisieren und die Zusammenarbeit mit verschiedenen Interessengruppen zu fördern, um die Rahmenbedingungen für die Medienkompetenz insgesamt zu verbessern. Diese Bemühungen sind entscheidend für den Aufbau einer gut informierten und widerstandsfähigen Gesellschaft, die in der Lage ist, die Komplexität der modernen Medienlandschaft zu bewältigen.

4.3 Akteure, die im schulischen Umfeld tätig sind

Allgemeine

Pädagog*innen, die in Schulen arbeiten, stehen vor der Herausforderung, Medienkompetenz in ihre Unterrichtspraxis zu integrieren, da es häufig an strukturierten Leitlinien und grundlegenden Ressourcen mangelt. Es besteht ein offensichtlicher Bedarf an einer umfassenden Ausbildung in digitaler und Medienkompetenz sowohl für Pädagog*innen als auch für Schüler*innen. Die derzeitigen Bildungsanstrengungen konzentrieren sich häufig auf die Internetsicherheit und nicht auf einen umfassenden, interdisziplinären Ansatz zur Medienkompetenz. Diese Lücke unterstreicht die Notwendigkeit einer systematischen und kontinuierlichen Lehrkräfteausbildung, die sicherstellt, dass die Lehrkräfte in der Lage sind, Medienkompetenz effektiv zu vermitteln. Darüber hinaus weisen Pädagog*innen darauf hin, wie wichtig es ist, sich mit Fehlinformationen und Fake News auseinanderzusetzen. Dies erfordert ein Gleichgewicht zwischen der Vermittlung von Fakten und dem Respekt vor den Emotionen und kulturellen Hintergründen der Schüler*innen.

Zusammenfassung der wichtigsten Bedürfnisse und Herausforderungen, die sich ergeben haben

Die Dokumente bieten eine eingehende Analyse der wichtigsten Herausforderungen, die von den in den Schulen tätigen Akteuren in Bezug auf die Integration von Medienkompetenz und den Kampf gegen Desinformation festgestellt wurden.

Eine der größten Herausforderungen ist die uneinheitliche Integration der Medienkompetenz in die verschiedenen Fächer des Lehrplans. Diese Inkonsistenz führt zu erheblichen Wissenslücken bei den Schüler*innen, da es den Lehrkräften oft an ausreichender Ausbildung und Ressourcen fehlt, um Medienkompetenz wirksam zu vermitteln und Desinformation zu

bekämpfen. Darüber hinaus macht es der rasche technologische Fortschritt den Lehrplänen schwer, auf dem neuesten Stand zu bleiben, was zu veralteten Lehrmethoden führt, die den aktuellen digitalen Phänomenen nicht gerecht werden.

Eine weitere große Herausforderung ist das Fehlen einer angemessenen Aus- und Fortbildung für Lehrkräfte. Viele Pädagog*innen äußern Bedenken, ob sie in der Lage sind, Medienkompetenz effektiv zu vermitteln, und verweisen auf den Bedarf an kontinuierlichen und umfassenden Schulungsprogrammen, die mit der sich entwickelnden Medienlandschaft Schritt halten. Lehrkräfte berichten auch, dass sie sich von der schieren Menge der verfügbaren digitalen Werkzeuge und Ressourcen überfordert fühlen, die ohne angemessene Anleitung und Unterstützung verwirrend und schwierig zu handhaben sein können.

Ressourcenbeschränkungen sind ebenfalls ein großes Problem, da die Schulen oft nur begrenzten Zugang zu moderner Technologie haben und nicht genügend Mittel für Medienkompetenzinitiativen zur Verfügung stehen. Dies schränkt den Umfang und die Wirksamkeit von Medienkompetenzprogrammen ein, da Pädagog*innen damit zu kämpfen haben, die Schüler*innen mit veralteten oder unzureichenden Hilfsmitteln zu beschäftigen.

Eine weitere Herausforderung besteht darin, die Schüler*innen zum kritischen Nachdenken über Online-Informationen anzuregen. Viele Schüler*innen sind unkonzentriert und in hohem Maße auf das Internet angewiesen, wenn es um Informationen geht, und akzeptieren Online-Inhalte oft für bare Münze, ohne sie kritisch zu hinterfragen. Für die Lehrkräfte ist es schwierig, eine Kultur der Skepsis und des kritischen Hinterfragens unter den Schüler*innen zu fördern, die an die Bequemlichkeit und sofortige Verfügbarkeit von Online-Quellen gewöhnt sind.

Darüber hinaus wird die Zusammenarbeit zwischen Lehrkräften und externen Experten häufig durch traditionelle Unterrichtspraktiken und zeitliche Beschränkungen behindert. Pädagog*innen berichten von Widerständen, neue Methoden und externes Fachwissen in ihre Unterrichtspraxis zu integrieren, was die Wirksamkeit der Medienkompetenzerziehung einschränken kann.

Schließlich wird in den Dokumenten auch auf die allgemeineren systemischen Probleme im Bildungsbereich hingewiesen, wie etwa die hohe akademische Arbeitsbelastung und der reaktive Charakter der derzeitigen Schulprogramme. Diese Programme konzentrieren sich oft darauf, unmittelbare Probleme wie Cybermobbing anzugehen, anstatt den Schüler*innen proaktiv die Fähigkeiten zum kritischen Denken zu vermitteln, die sie benötigen, um sich in der digitalen Welt zurechtzufinden. Die Notwendigkeit eines strukturierteren und einheitlicheren Ansatzes für die Medienkompetenzerziehung ist offensichtlich und erfordert koordinierte Anstrengungen und die Unterstützung aller beteiligten Akteure.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die wichtigsten Herausforderungen, die von den in

den Schulen tätigen Akteuren genannt wurden, die uneinheitliche Integration von Medienkompetenz, der Mangel an angemessenen Schulungen und Ressourcen für Pädagog*innen, der begrenzte Zugang zu moderner Technologie, die Schwierigkeiten, Schüler*innen zum kritischen Denken anzuregen, der Widerstand gegen neue Lehrmethoden und allgemeinere systemische Probleme innerhalb des Bildungsrahmens sind. Die Bewältigung dieser Herausforderungen erfordert einen koordinierten Ansatz aller Beteiligten, um wirksame Medienkompetenzprogramme zu entwickeln, die den Schüler*innen die notwendigen Fähigkeiten zur kritischen Bewertung digitaler Informationen vermitteln.

Ressourcen und vielversprechende Praktiken

Pädagog*innen stoßen auf persönliche Einschränkungen wie mangelnde Vertrautheit mit neueren Technologien, Angst, Zeitmangel und Motivation. Die technologische Unterstützung wird als entscheidend hervorgehoben, aber ihr Wert hängt davon ab, wie sie eingesetzt wird. Es bedarf eines strukturierten Ansatzes zur Integration von Medienkompetenz in den Lehrplan, der in den verschiedenen Bildungseinrichtungen oft uneinheitlich ist.

Zu den wirksamen Praktiken gehören gemeinschaftliche Projekte, die wissenschaftliche und humanistische Elemente miteinander verbinden, sowie praktische Workshops mit Fachleuten aus verschiedenen Bereichen. Interaktives und praktisches Lernen mit digitalen Werkzeugen, Datenanalyse und Diskussionen werden empfohlen, um kritisches Denken und Fähigkeiten zur Medienbewertung zu vermitteln.

Die Entwicklung und Verbreitung von qualitativ hochwertigen Ressourcen für die Vermittlung von Medienkompetenz ist von entscheidender Bedeutung. Dazu gehören digitale Plattformen, Kooperationsprojekte und Weiterbildungsmöglichkeiten für Pädagog*innen. Die Einrichtung öffentlicher Websites zur Überprüfung von Videos und Artikeln und die Durchführung von Workshops zur Cybersicherheit und Erkennung von Fake News sind ebenfalls wichtig. Die Zusammenarbeit von Interessengruppen ist entscheidend für die Nutzung verschiedener Fachkenntnisse und Ressourcen. Partnerschaften zwischen Schulen, Nichtregierungsorganisationen und Technologieunternehmen sind unerlässlich. Die Koordinierung zwischen politischen Entscheidungsträgern, Pädagog*innen und der breiteren Öffentlichkeit ist notwendig, um einen wirksamen Rahmen für die Medienkompetenz zu entwickeln.

Vielversprechende Praktiken legen den Schwerpunkt auf praktische Lernerfahrungen unter Verwendung von Szenarien aus dem wirklichen Leben. Gamification und interaktive Spiele sind wirksame Instrumente, um die Schüler*innen einzubinden und Medienkompetenz zu vermitteln. Die Einbindung von Schüler*innen in Medienproduktionsprojekte verbessert ihr Verständnis und ihre Fähigkeit zur kritischen Bewertung. Die Interessenvertreter in den verschiedenen Berichten betonen immer wieder die Notwendigkeit, Medienkompetenz in die Bildungssysteme zu integrieren, auf die Einschränkungen der Lehrkräfte einzugehen und

Technologie und Kooperationen zu nutzen. Die Entwicklung strukturierter Lehrpläne, die Bereitstellung hochwertiger Ressourcen und die Förderung von Partnerschaften sind entscheidende Schritte zur Verbesserung der Medienkompetenz und zur Bekämpfung von Desinformation. Diese Erkenntnisse deuten auf einen umfassenden Ansatz hin, der praktische, interaktive und kooperative Methoden umfasst, um den Schüler*innen wesentliche Fähigkeiten zum kritischen Denken und zur Medienbewertung zu vermitteln.

Freiraum für Ideen, Zitate, Bemerkungen usw.

Lehrkräfte und Erzieher betonen, wie wichtig eine kontinuierliche und umfassende Ausbildung ist, um Medienkompetenz wirksam zu vermitteln. Viele Pädagog*innen fühlen sich unvorbereitet und verfügen nicht über die spezifischen Kenntnisse und pädagogischen Strategien, die für den Umgang mit der sich rasch verändernden digitalen Landschaft erforderlich sind. Ein Lehrkräfte meinte: "Wir brauchen mehr als nur digitale Kompetenz; unsere Schüler*innen müssen Wahrheit von Unwahrheit unterscheiden und lernen, Fragen zu stellen". Diese Meinung wird von verschiedenen Bildungseinrichtungen geteilt und verdeutlicht die gemeinsame Sorge über die Angemessenheit der derzeitigen Ausbildungsprogramme.

Pädagog*innen haben erhebliche Schwierigkeiten, Medienkompetenz in bestehende Lehrpläne zu integrieren, da sie nur begrenzten Zugang zu modernen Technologien und Ressourcen haben. Oft fällt es ihnen schwer, die Schüler*innen zum kritischen Nachdenken über Online-Informationen anzuregen. Ein Pädagoge erklärte: "Die Schüler*innen nehmen Internetinformationen oft für bare Münze, ohne sie kritisch zu hinterfragen, da sie von der Bequemlichkeit und der unmittelbaren Verfügbarkeit von Online-Quellen beeinflusst werden". Dieses Problem wird durch den raschen technologischen Fortschritt noch verschärft, der es für Bildungsprogramme schwierig macht, aktuell und effektiv zu bleiben.

Außerdem wird festgestellt, dass die Medienkompetenz nicht einheitlich in die verschiedenen Schulen und Fächer integriert wird, was zu Wissenslücken bei den Schüler*innen führt. Die Lehrkräfte weisen auf die Notwendigkeit eines strukturierteren und einheitlicheren Ansatzes für die Medienkompetenzerziehung hin, anstatt sich auf das Engagement einzelner Lehrkräfte zu verlassen. Eine Lehrkraft merkte an: "Medienkompetenz ist noch kein förmlicher Bestandteil des Lehrplans; die Bemühungen hängen weitgehend vom Engagement der einzelnen Lehrkräfte ab".

Die Einbeziehung der Eltern und der breiteren Gemeinschaft in die Medienkompetenzbemühungen wird als entscheidender Faktor hervorgehoben. Pädagog*innen betonen, wie wichtig es ist, die Eltern in die Vermittlung von Medienkompetenz zu Hause einzubeziehen, um die Bemühungen der Schule zu ergänzen. Dieser doppelte Ansatz stellt sicher, dass die Schüler*innen sowohl in der Schule als auch zu Hause einheitliche Botschaften über die Bedeutung von kritischem Denken und

verantwortungsvollem Medienkonsum erhalten.

Darüber hinaus stehen Pädagog*innen vor der Herausforderung, Fehlinformationen und Fake News im Unterricht zu thematisieren und gleichzeitig ein positives Lernumfeld zu schaffen. Diskussionen über emotional aufgeladene Themen können besonders schwierig sein und erfordern eine sorgfältige Balance zwischen sachlichem Unterricht und Sensibilität für die Gefühle und den kulturellen Hintergrund der Schüler*innen. Eine Lehrkräftein merkte an: "Da Fake News in der Regel mit starken Emotionen einhergehen, wird es schwieriger, sie zu hinterfragen und zu diskutieren".

Erkenntnisse über die beteiligten Zielpersonen und ihre Kompetenzen
In der Praxis fällt es Lehrkräften oft schwer, Schüler*innen zum kritischen Denken über Online-Informationen anzuregen, mit emotional aufgeladenen Themen umzugehen und ein positives Lernumfeld zu schaffen. Vielen Lehrkräften mangelt es an Vertrautheit mit neueren Technologien und sie sehen sich mit persönlichen Einschränkungen wie Angst und mangelnder Motivation konfrontiert, was ihre Fähigkeit, Medienkompetenz zu vermitteln, weiter erschwert. Schulen sind auch mit allgemeineren systemischen Problemen konfrontiert, wie z. B. dem begrenzten Zugang zu moderner Technologie und einem überladenen Lehrplan, der wenig Raum für die Vermittlung praktischer Lebenskompetenzen lässt.

Trotz dieser Herausforderungen betonen die Pädagog*innen, wie wichtig praktische Medienprojekte, Partnerschaften mit lokalen Medien und die Einbeziehung von Medienproduktionsaufträgen in ihre Unterrichtspraxis sind. Sie setzen verschiedene Methoden ein, um gegen Fehlinformationen vorzugehen, z. B. Diskussionen im Klassenzimmer, interaktive Tools und die Ermutigung der Schüler*innen, die Informationen, die sie online finden, kritisch zu bewerten.

Die Integration von Medienkompetenz in den Lehrplan ist nach wie vor uneinheitlich und beruht oft eher auf dem Engagement einzelner Lehrkräfte als auf einem standardisierten Ansatz. Dies unterstreicht die Notwendigkeit umfassender Strategien und struktureller Unterstützung, um eine einheitliche und wirksame Umsetzung in allen Schulen zu gewährleisten.

Insgesamt erkennen die in den Schulen tätigen Akteure die Bedeutung der Medienkompetenz an, stehen aber vor großen Herausforderungen, wenn es darum geht, sie wirksam in das Bildungssystem zu integrieren. Die Bewältigung dieser Herausforderungen erfordert eine koordinierte Anstrengung zur Bereitstellung der notwendigen Ausbildung, Ressourcen und Unterstützung für Pädagog*innen, um eine kritisch engagierte und medienkompetente Gesellschaft zu fördern.

3.2 Fragebögen

3.2.1 Stichprobenziehung, Fragebogengestaltung und Datenerhebung

Was die Verwaltung der Fragebögen anbelangt, so übertraf das Projekt die vorgesehene Zahl der zu beteiligenden Personen: **statt 900 Befragten nahmen insgesamt 1159 Personen an der Umfrage teil**. Die Anzahl der Erwachsenen betrug 795 und 364 Minderjährige beantworteten die Umfrage.

Die gestellten Fragen wurden in die folgenden Kategorien eingeteilt:

1) Soziodemografisches Profil;
2) Exposition gegenüber Nachrichtenquellen;
3) Wahrnehmung und Auswirkungen von Fake News;
4) Verhalten bei der Informationssuche;
5) Medienkompetenz und -erziehung;
6) Bedarf, bewährte Verfahren und Beispiele;

Der Fragebogen war online verfügbar und die Partner luden die meisten Befragten direkt ein. Alle Minderjährigen hatten die Zustimmung ihrer Eltern und waren älter als 12 Jahre. Die Fragebögen wurden per E-Mail und WhatsApp an den Verteiler der Partner verschickt, der zuvor entsprechend den Besonderheiten der Zielgruppe ausgewählt worden war. Sie enthielten eine kurze Präsentation des Projekts. Für Minderjährige wurden, falls erforderlich und in Ermangelung vorheriger Vereinbarungen, per E-Mail Anfragen zur Zusammenarbeit an Schulen mit Schüler*innen im Alter zwischen 12 und 18 Jahren gesendet. Nach der Zustimmung wurden die Einverständniserklärungen zur Unterschrift durch die Eltern verschickt und ein Großteil der Fragebögen im Klassenzimmer ausgefüllt..

5. Analyse der Ergebnisse der Fragebögen

5.1 Der Übergang von der nationalen zur transnationalen Dimension

Trotz der Tatsache, dass MILES eine länderübergreifende europäische Dimension anstrebt, spiegelt der Vergleich der nationalen Ergebnisse des MILES-Projekts die Vielfalt der Ansätze und Wahrnehmungen in Bezug auf Medienkompetenz und kritisches Denken im Umgang mit Fake News in den teilnehmenden Ländern wider und bringt neues Licht in die Analyse. Diese vergleichende Analyse befasst sich mit den Gemeinsamkeiten, Unterschieden, Trends und wesentlichen Erkenntnissen aus den Berichten von Ländern wie Griechenland, Italien, Deutschland, Portugal, Zypern, Österreich, Polen, Rumänien, Belgien und den Niederlanden.

Der Vergleich der nationalen Ergebnisse des MILES-Projekts spiegelt die Vielfalt der Ansätze und Wahrnehmungen in Bezug auf Medienkompetenz und kritisches Denken im Umgang mit Fake News in den teilnehmenden Ländern wider. Diese vergleichende Analyse befasst sich mit den Gemeinsamkeiten, Unterschieden, Trends und wesentlichen Erkenntnissen aus den Berichten von Ländern wie Griechenland, Italien, Deutschland, Portugal, Zypern, Österreich, Polen, Rumänien, Belgien und den Niederlanden.

Die demografischen Daten aus den Fragebögen fügen der Gesamtanalyse eine wichtige Verständnisebene hinzu und verdeutlichen, wie die Merkmale der Befragten ihre Einstellung zu den Medien und Fake News beeinflussen. Trotz der Unterschiede zwischen den Ländern unterstreichen die Daten die Notwendigkeit lokalisierter Strategien, die kulturelle, alters- und geschlechtsspezifische Unterschiede berücksichtigen, um die Medienkompetenz effektiver zu fördern. Die Antworten auf die Fragebögen im Rahmen des MILES-Projekts bieten reichhaltige Einblicke in die Medienkompetenzlandschaft und zeigen die unterschiedlichen Niveaus des Verständnisses, des Umgangs mit Nachrichtenquellen und der Strategien zur Bekämpfung von Fake News auf. Dieser Abschnitt befasst sich mit den Nuancen der Antworten und bietet eine vergleichende und detaillierte Analyse von Schlüsselthemen wie Demografie, Nachrichtenkonsummuster, Wahrnehmung von Fake News und Bildungsbedarf in den teilnehmenden Ländern.

Die demografische Analyse verstärkt mehrere Trends, die bereits in den nationalen Berichten beobachtet wurden. Erstens gibt es einen Zusammenhang zwischen dem Bildungsniveau der Teilnehmenden und dem Bewusstsein für die Bedeutung der Medienkompetenz. In Ländern mit einem höheren Anteil an Teilnehmenden mit Hochschulbildung, wie Portugal, Deutschland und Österreich, wurde die Notwendigkeit kritischer Fähigkeiten zur Bewertung von Nachrichtenquellen und zur Bekämpfung von Fake News stärker betont. Auch die Altersunterschiede zwischen den Ländern liefern wichtige Erkenntnisse. In Ländern wie Griechenland, wo die Teilnehmenden überwiegend älter sind, verlässt man sich stärker auf traditionelle Nachrichtenquellen wie Fernsehen und Radio. Im Gegensatz dazu werden in Ländern wie Deutschland und Dänemark, wo die Befragten jünger sind, soziale Netzwerke viel häufiger als Hauptinformationsquelle genutzt. Auch die geschlechtsspezifischen Unterschiede sind bemerkenswert. Das Übergewicht der Frauen in den meisten Ländern könnte auf eine größere Bereitschaft der Frauen hindeuten, sich an Bildungs- und Sozialinitiativen zur Medienkompetenz zu beteiligen. Dieser Faktor sollte bei der Entwicklung gezielter Programme berücksichtigt werden, um sicherzustellen, dass die Bedürfnisse beider Geschlechter berücksichtigt werden.

Die demografische Zusammensetzung der Befragten war in den einzelnen Ländern sehr unterschiedlich, was wiederum ihre Wahrnehmungen und Praktiken beeinflusste. In **Griechenland** war die Mehrheit der Teilnehmenden zwischen 46 und 55 Jahre alt, mit einem hohen Anteil an Frauen (über 71 %) und vielen Berufstätigen im Bildungssektor. Dieses demografische Profil stimmt mit dem beobachteten Interesse an einer formalisierten Medienkompetenzschulung und der Skepsis gegenüber digitalen Nachrichtenquellen überein. Die Altersgruppe deutet auf ein Publikum hin, das bereits Erfahrung im Umgang mit den Medien hat, aber Hilfsmittel sucht, um sich in der Komplexität der digitalen Fehlinformationen zurechtzufinden.

In **Italien** waren die Antworten gleichmäßiger über die Altersgruppen verteilt, wobei die Beteiligung jüngerer Erwachsener (25-35 Jahre) besonders auffällig war. Diese jüngere Bevölkerungsgruppe nutzt digitale Medien und soziale Plattformen, um Nachrichten zu konsumieren, was den allgemeinen globalen Trend widerspiegelt. Die italienischen Befragten zeigten sich sehr besorgt über die Auswirkungen von Fake News, insbesondere in Bezug auf soziale Themen und die öffentliche Gesundheit, was ihre aktive Auseinandersetzung mit den aktuellen Herausforderungen im digitalen Ökosystem widerspiegelt.

Portugal wies ein kontrastreiches Profil auf, wobei die Teilnehmenden eine breitere Altersspanne abdeckten, aber eine Konzentration unter Erwachsenen mittleren Alters (36-45 Jahre) aufwiesen. Das hohe Vertrauen in die traditionellen Medien, das in den portugiesischen Antworten festgestellt wurde, ist ein Hinweis auf ein Medienumfeld, das Verantwortlichkeit und Qualität betont, obwohl Programme zur digitalen Kompetenz als ein Bereich hervorgehoben wurden, der verbessert werden muss, um die Abhängigkeit des jüngeren Publikums von sozialen Medienplattformen wie Instagram und TikTok anzugehen.

Deutschland wies eine ausgewogene demografische Mischung auf, wobei die Befragten im Alter von 25-55 Jahren gleichmäßig vertreten waren. Die Daten deuten auf ein differenziertes Verständnis von Medienquellen hin, wobei ein erheblicher Teil der Teilnehmenden regelmäßig Informationen durch Quervergleiche überprüft. Die deutschen Befragten bevorzugten neben digitalen Plattformen vor allem Radio und Podcasts, was auf einen vielfältigen Medienkonsum und ein großes Vertrauen in die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten hindeutet.

In **Zypern** waren die meisten Befragten Pädagog*innen und Forscher, überwiegend im Alter von 36-45 Jahren. Trotz dieses beruflichen Hintergrunds äußerten die Teilnehmenden erhebliche Bedenken hinsichtlich ihrer Fähigkeit, Fehlinformationen zu erkennen, was den Bedarf an umfassenden und strukturierten Medienkompetenzprogrammen unterstreicht, die auf das berufliche Umfeld zugeschnitten sind.

Österreich zeigte eine Teilnehmerbasis, die sich hauptsächlich aus Pädagog*innen zusammensetzte, wobei sich 58 % als Lehrkräfte oder Ausbilder bezeichneten. Die Altersgruppe der 36- bis 55-Jährigen dominierte, und die Befragten betonten die Integration von kritischem Denken in bestehende Lehrpläne. Die österreichischen Befragten zeigten sich sehr zuversichtlich, was die Erkennung und Bekämpfung von Fehlinformationen betrifft, was wahrscheinlich auf die gut etablierten Bildungsinitiativen im Land zurückzuführen ist.

Der polnische Bericht bietet einen umfassenden Überblick über die Herausforderungen und Möglichkeiten im Bereich der Medienkompetenz und der Bekämpfung von Fehlinformationen. Demografisch gesehen fiel die größte Gruppe der Befragten in die Altersgruppe der 36-45-Jährigen, gefolgt von der Gruppe der 25-35-Jährigen. Die weiblichen

Teilnehmenden waren leicht in der Überzahl gegenüber den männlichen Teilnehmenden. Was den Bildungshintergrund betrifft, so verfügte die Mehrheit über einen Bachelor- oder Masterabschluss, wobei Pädagog*innen, Forscher und Psychologen stark vertreten waren. Social-Media-Plattformen und Online-Nachrichten-Websites wurden als die vorherrschenden Nachrichtenquellen identifiziert, wobei TikTok und Facebook als am anfälligsten für die Verbreitung von Fake News angesehen wurden.

Rumänien und **Belgien** wiesen in ihren Antworten jüngere Kohorten auf, mit einer bemerkenswerten Präsenz von Studenten und Berufseinsteigern. Während die rumänischen Teilnehmenden auf die Schwierigkeiten beim Zugang zu glaubwürdigen Quellen hinwiesen, gaben die belgischen Befragten an, dass sie sich stärker mit institutionellen Ressourcen für Medienkompetenz beschäftigen, was die solide Bildungsinfrastruktur des GO!-Netzwerks widerspiegelt.

In den Niederlanden mit ihrer technikaffinen Bevölkerung zeigte sich ein einzigartiger Trend zur Nutzung digitaler Werkzeuge für die Medienüberprüfung. Die Befragten hier waren überwiegend zwischen 25 und 45 Jahre alt und verfügten über gute Englischkenntnisse, die den Zugang zu globalen Ressourcen zur Medienkompetenz ermöglichten.

5.2 Vergleich

In **Griechenland** zeigten die Umfragen, dass die Befragten überwiegend älter sind und ein erheblicher Anteil von ihnen Pädagog*innen und Akademiker*innen sind. Die Teilnehmenden zeigten ein ausgeprägtes Bewusstsein für die von Fake News ausgehenden Risiken, verbunden mit einem starken Interesse an formalen Bildungsprogrammen zur Bekämpfung von Fehlinformationen. Die griechischen Befragten konsumierten Nachrichten überwiegend über Online-Plattformen, äußerten jedoch Bedenken hinsichtlich der Zuverlässigkeit dieser Quellen. Dies spiegelt die Ergebnisse in anderen Ländern wider, wenngleich die Betonung auf formellen Schulungen zur Bekämpfung von Fehlinformationen in Griechenland besonders ausgeprägt zu sein scheint.

Die Ergebnisse **aus Italien** zeigen eine breit gefächerte Altersstruktur, die allerdings etwas jünger ist als die griechische, wobei der Bildungssektor stark vertreten ist. Die italienischen Befragten zeigten auch eine starke Abhängigkeit von digitalen Plattformen für den Nachrichtenkonsum. Auffallend war die Konzentration auf praktische Hilfsmittel zur Erkennung und Bekämpfung von Fake News. Viele Teilnehmende sprachen sich für die Entwicklung von benutzerfreundlichen Anwendungen und Plattformen aus, um die Überprüfung von Fakten zu erleichtern. Dieser technische Ansatz unterscheidet Italiens Antwort von anderen Ländern, die institutionelle oder curriculare Interventionen in den Vordergrund stellen.

Portugal zeichnet sich durch eines der höchsten Niveaus des Vertrauens in Nachrichten unter den teilnehmenden Ländern aus. Dies ist auf die institutionellen Bemühungen zur Förderung der Medienkompetenz durch Bildungsreformen und öffentliche Sensibilisierungskampagnen zurückzuführen. Die anhaltende Verbreitung von Desinformationen, insbesondere während Krisen wie der COVID-19-Pandemie, unterstreicht jedoch die Notwendigkeit nachhaltiger Bildungsinitiativen. Die portugiesischen Befragten betonten die Integration von kritischem Denken und der Überprüfung von Fakten in den Lehrplan, was sich eng an die allgemeinen europäischen Trends anlehnt.

In **Deutschland** ergab die Analyse ein Gleichgewicht zwischen traditionellem und digitalem Medienkonsum. Die Befragten zeigten ein hohes Maß an kritischem Bewusstsein und einen proaktiven Ansatz zur Überprüfung von Informationen, wobei sie sowohl institutionelle Ressourcen als auch unabhängige Tools nutzten. Die Integration von Medienkompetenz in den Lehrplan des deutschen Bildungssystems trägt wahrscheinlich zu dieser proaktiven Haltung bei. Es besteht jedoch nach wie vor die Notwendigkeit, die Lücken bei älteren Bevölkerungsgruppen zu schließen, die sich eher auf traditionelle Medien verlassen und sich nicht so sehr mit Verifizierungsverfahren beschäftigen.

Ein interessanter Fall ist **Zypern**, wo die Befragten erhebliche Bedenken hinsichtlich ihrer Fähigkeit, Fake News zu erkennen, äußerten. Dies wird teilweise auf die im Vergleich zu anderen Ländern geringere Prävalenz strukturierter Medienkompetenzinitiativen zurückgeführt. Die Ergebnisse unterstreichen, wie wichtig es ist, ein umfassendes Bildungsprogramm für Erwachsene und Jugendliche einzuführen und die Rolle der Lehrkräfte bei der Förderung des kritischen Denkens hervorzuheben.

In **Österreich** war ein hohes Maß an Medienkompetenz festzustellen, insbesondere bei jüngeren Bevölkerungsgruppen und Fachleuten im Bildungssektor. Die Befragten zeigten, dass sie in der Lage sind, Informationsquellen kritisch zu bewerten, was den Erfolg von gezielten Bildungsprogrammen und Sensibilisierungskampagnen widerspiegelt. Der österreichische Ansatz legt den Schwerpunkt auf interaktive Workshops und digitale Tools, die den Einzelnen in die Lage versetzen sollen, Fehlinformationen selbstständig zu erkennen und zu bekämpfen.

Rumänien stand vor besonderen Herausforderungen: Die Teilnehmenden berichteten, dass sie stärker mit Fake News konfrontiert sind und nur begrenzten Zugang zu Ressourcen zur Überprüfung haben. Dies unterstreicht eine erhebliche Lücke in der Infrastruktur für Medienkompetenz, insbesondere in ländlichen Gebieten. Die rumänischen Befragten äußerten ein starkes Interesse an gezielten Bildungsprogrammen und institutioneller Unterstützung, was auf einen dringenden Bedarf an Maßnahmen sowohl auf politischer als auch auf kommunaler Ebene hinweist.

Belgien, vertreten durch das GO!-Netzwerk, zeigte ein umfassendes Engagement für die Medienkompetenz von Lehrkräften und Schüler*innen. Die Integration von kritischem Denken in die Lehrpläne scheint eine etablierte Praxis zu sein, doch die Befragten wiesen auf den Bedarf an fortschrittlicheren Instrumenten und Ressourcen hin, um mit der sich entwickelnden Landschaft der Fehlinformationen Schritt zu halten.

In den **Niederlanden** lag der Schwerpunkt auf der Nutzung von Technologien zur Bekämpfung von Fake News. Die befragten Niederländer betonten die Nutzung digitaler Plattformen und Apps, um Informationen zu verifizieren, neben traditionellen Bildungsmethoden. Der hohe Grad an Englischkenntnissen in der Bevölkerung hat den Zugang zu internationalen Ressourcen erleichtert und den nationalen Diskurs über Medienkompetenz bereichert.

In allen Ländern zeichneten sich gemeinsame Trends ab, darunter die wachsende Abhängigkeit von digitalen Plattformen für Nachrichten, die allgegenwärtigen Auswirkungen von Fehlinformationen und die allgemeine Erkenntnis, dass die Medienkompetenz verbessert werden muss. Allerdings unterschieden sich die Strategien und Prioritäten erheblich. Südeuropäische Länder wie Griechenland und Italien legten den Schwerpunkt eher auf institutionelle Reformen und Bildungsarbeit, während nordeuropäische Länder wie Deutschland und die Niederlande sich auf die Integration fortschrittlicher Technologien und unabhängiger Instrumente konzentrierten.

Diese Ergebnisse unterstreichen, wie wichtig es ist, Medienkompetenzinitiativen auf die spezifischen kulturellen, demografischen und technologischen Gegebenheiten der einzelnen Länder abzustimmen. Das MILES-Projekt bietet einen soliden Rahmen für die Förderung der länderübergreifenden Zusammenarbeit und stellt sicher, dass bewährte Verfahren ausgetauscht und angepasst werden, um die Widerstandsfähigkeit gegen Fehlinformationen in ganz Europa zu verbessern.

Dieser Bericht bildet die Grundlage für eine eingehendere Untersuchung der Methoden und Ergebnisse des MILES-Projekts und spricht sich für weitere Investitionen in die Medienkompetenz als Eckpfeiler der demokratischen Widerstandsfähigkeit im digitalen Zeitalter aus. Bei Bedarf können bestimmte Abschnitte weiter ausgearbeitet oder zusätzliche Vergleichspunkte angesprochen werden.

5.3 Trends im Nachrichtenkonsum

In allen Ländern erwiesen sich digitale Plattformen als die wichtigste Nachrichtenquelle. Social-Media-Plattformen wie Facebook, YouTube und Instagram wurden in **Griechenland**, **Italien**, **Portugal** und **Rumänien** häufig genannt, während professionelle Plattformen wie LinkedIn und Nachrichtenaggregator-Seiten in **Deutschland** und **Österreich** häufiger zu finden waren.

Die Abhängigkeit vom Fernsehen als Nachrichtenquelle war unterschiedlich: In **Portugal** und **Griechenland** war das Engagement höher als **in den Niederlanden**, wo das traditionelle Fernsehen eine weniger wichtige Rolle spielte. Podcasts und Radio waren in **Deutschland** und **Österreich** besonders beliebt, was die kulturellen Vorlieben für auditive Medienformate widerspiegelt.

Die Befragten in **Zypern** und **Rumänien** gaben an, dass sie nicht in der Lage sind, die Zuverlässigkeit von Online-Quellen zu erkennen, was mit einem höheren Grad an selbstberichteter Belastung durch Fake News korreliert. Dies steht im Gegensatz zu **Belgien** und **den Niederlanden**, wo die Befragten dank gezielter Medienkompetenzinitiativen mehr Vertrauen in ihre Fähigkeit zeigten, glaubwürdige Quellen zu erkennen.

5.4 Wahrnehmungen von Fake News

Die Wahrnehmung von Fake News als gesellschaftliche Bedrohung war in allen Ländern einhellig, wenngleich das Ausmaß der Besorgnis variierte. In **Griechenland** und **Italien** bezeichneten die Befragten Social-Media-Plattformen als primäre Vektoren für Desinformation, wobei die Rolle von Influencer*innen und ungeprüften nutzergenerierten Inhalten stark betont wurde. In ähnlicher Weise stellten die **rumänischen** Teilnehmenden fest, dass Sensationslust und emotional aufgeladene Inhalte wesentlich zu Fehlinformationen beitragen.

Portugal und **Österreich** zeigten ein relativ hohes Vertrauen in institutionelle Nachrichtenquellen, was die wahrgenommene Bedrohung durch Fake News abschwächt. Allerdings räumten die Teilnehmenden in diesen Ländern ein, dass die Bekämpfung von Fehlinformationen in Krisenzeiten wie der COVID-19-Pandemie, die die traditionelle Vertrauensdynamik gestört hat, eine Herausforderung darstellt. In **Polen** hebt der Bericht hervor, dass die Mehrheit der Befragten zwar mit Fake News konfrontiert ist und diese als erhebliche Bedrohung für die Demokratie und die Politik wahrnimmt, dass es aber eine bemerkenswerte Lücke in der formalen Medienkompetenzerziehung gibt. Die meisten Teilnehmenden gaben an, dass sie nicht in kritischem Denken oder Medienkompetenz geschult wurden, was die Notwendigkeit gezielter Interventionen unterstreicht. Trotzdem bemühen sich viele der Befragten aktiv um die Überprüfung von Nachrichten, indem sie mehrere Quellen miteinander vergleichen und vertrauenswürdige Plattformen zur Überprüfung von Fakten nutzen.

In **Zypern** äußerten die Befragten eine erhöhte Anfälligkeit für Fake News aufgrund des begrenzten Zugangs zu robusten Überprüfungsinstrumenten. Im Gegensatz dazu wurde in den Niederlanden der proaktive Einsatz von technischen Lösungen und Plattformen zur Überprüfung von Fakten hervorgehoben, die eine Kultur der Verantwortlichkeit beim Nachrichtenkonsum stärken.

5.5 Bildungsbedarfe und bewährte Praktiken

Die Notwendigkeit, die Medienkompetenz zu verbessern, wurde in allen Ländern als durchgängiges Thema genannt. **Griechenland** und **Zypern** betonten die Entwicklung grundlegender Schulungsprogramme für Pädagog*innen und Schüler*innen, die eine Lücke in den formalisierten Lehrplänen widerspiegeln. **Italien** und **Rumänien** sprachen sich für die Integration von kritischem Denken und digitaler Kompetenz in die nationale Bildungspolitik aus, wobei der Schwerpunkt auf der Bekämpfung von Desinformation im Zusammenhang mit sozialen und politischen Themen lag.

Deutschland und **Österreich** präsentierten ausgereifte Rahmenprogramme für Medienkompetenz, wobei die Befragten mehr interaktive Workshops und Echtzeitsimulationen forderten, um neue Herausforderungen anzugehen. **Belgien** hob die Bedeutung der sektorübergreifenden Zusammenarbeit zwischen Schulen, NRO und Regierungsbehörden hervor, um eine umfassende Medienkompetenz-Agenda zu unterstützen.

Portugal und die **Niederlande** betonten die Bedeutung des Einsatzes von Technologie zur Bekämpfung von Fake News. Die portugiesischen Befragten befürworteten die Entwicklung mobiler Anwendungen zur Überprüfung von Fakten, während die niederländischen Teilnehmenden sich für KI-gestützte Tools zur Erkennung von Fehlinformationen in Echtzeit aussprachen.

5.6 Wichtige Einblicke

Die vergleichende Analyse zeigt, dass die Länder zwar vor den gleichen Herausforderungen bei der Bekämpfung von Fake News stehen, ihre Strategien jedoch einzigartige soziokulturelle und institutionelle Kontexte widerspiegeln. Länder mit soliden Bildungssystemen, wie **Deutschland**, **Österreich** und **Belgien**, zeigen ein höheres Vertrauen in die Medienkompetenz, während Länder wie **Rumänien** und **Zypern** Lücken bei den Ressourcen und der Ausbildung aufzeigen.

Der proaktive Einsatz von Technologie, wie er in den **Niederlanden** zu beobachten ist, bietet eine Vorlage für die Integration von Innovationen in Initiativen zur Medienkompetenz. Gleichzeitig verdeutlicht die Betonung der Vertrauensbildung und des gemeinschaftlichen Engagements in **Portugal** und **Griechenland** die Bedeutung der kulturellen Anpassung bei der Bekämpfung von Fehlinformationen.

Diese detaillierte Untersuchung bildet die Grundlage für maßgeschneiderte Maßnahmen im Rahmen des MILES-Projekts, die sicherstellen, dass die Strategien auf die spezifischen Bedürfnisse und Kapazitäten der einzelnen Länder abgestimmt sind. Weitere Forschung und

Zusammenarbeit werden entscheidend sein, um einen kohärenten europäischen Rahmen für Medienkompetenz und kritisches Denken im digitalen Zeitalter voranzubringen.

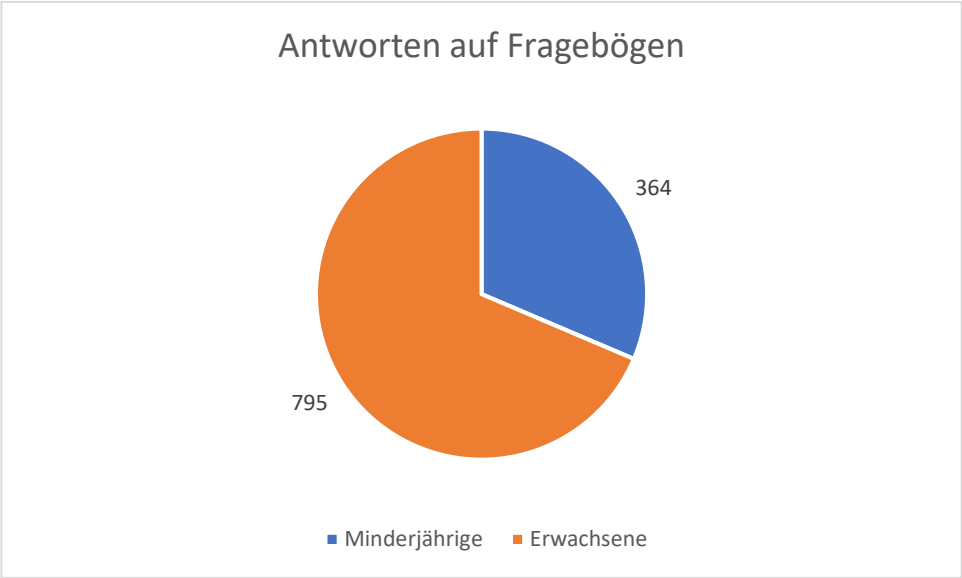
Diagramme und Zahlen

5.7. Soziodemografisches Profil

Antworten auf Fragebögen

Die Fragebögen wurden so angepasst, dass es eine Haupterhebung für Erwachsene und eine weitere mit angepassten Fragen für Minderjährige gab. Die Gesamtzahl der Befragten in der Umfrage betrug 1159. Die Anzahl der Erwachsenen betrug 795 und 364 Minderjährige beantworteten die Umfrage. Unser Bericht wird sich zunächst nur mit den Antworten der Erwachsenen befassen, die Antworten der Minderjährigen werden in den letzten Zahlen beschrieben.

Grafik 1

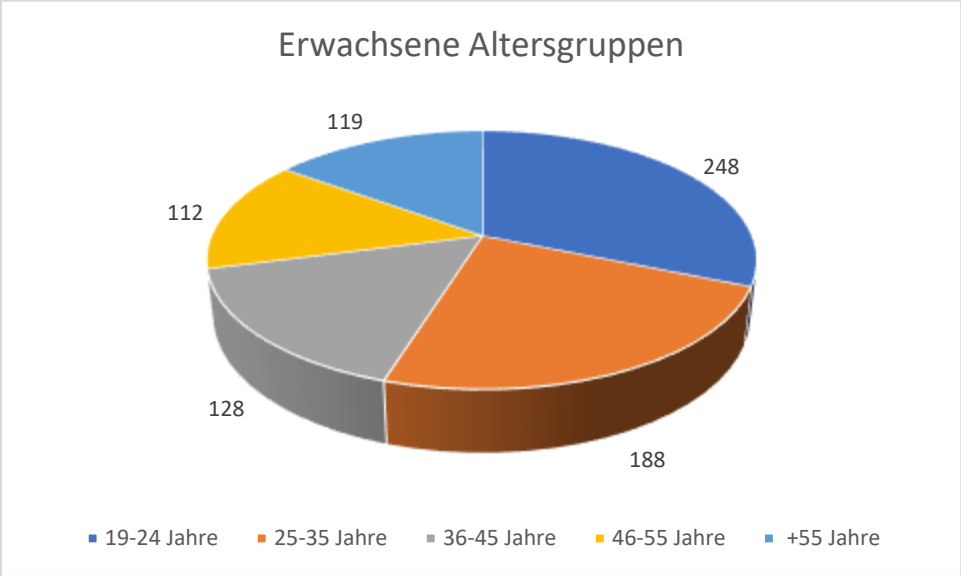


Quelle: Von den MILES-Projektpartnern gesammelte Daten. Grafik bearbeitet von OLAE.

Altersgruppen

Die Altersgruppen der Erwachsenen, die an der Umfrage teilnahmen, waren in den Altersgruppen von 19 bis 24 Jahren und von 25 bis 35 Jahren am stärksten vertreten. Die Verteilung der Befragten auf diese Altersgruppen liefert einen wichtigen Kontext für die Interpretation der Umfrageergebnisse. Die Dominanz der Altersgruppe der 25- bis 35-Jährigen deutet darauf hin, dass diese Altersgruppe einen erheblichen Einfluss auf die Gesamtergebnisse haben könnte. Der Anteil älterer Erwachsener (+55 Jahre) deutet hingegen auf eine breite Altersspanne der Teilnehmenden hin, die unterschiedliche Perspektiven zu Themen wie Medienkompetenz, Desinformation und anderen in der Umfrage behandelten Themen bieten kann. Das Verständnis der Altersverteilung ist entscheidend für die Analyse, wie verschiedene Altersgruppen Medien und Informationen wahrnehmen und sich mit ihnen auseinandersetzen.

Grafik #2



Quelle: Von den MILES-Projektpartnern gesammelte Daten. Grafik bearbeitet von OLAE.

Geschlechterverteilung der Erwachsenen

Hinsichtlich der Geschlechterverteilung der Erwachsenen aus der Gruppe der Befragten in der Umfrage ist das Diagramm in drei Segmente unterteilt, die jeweils eine andere Kategorie der Geschlechtsidentifikation der Teilnehmenden darstellen.

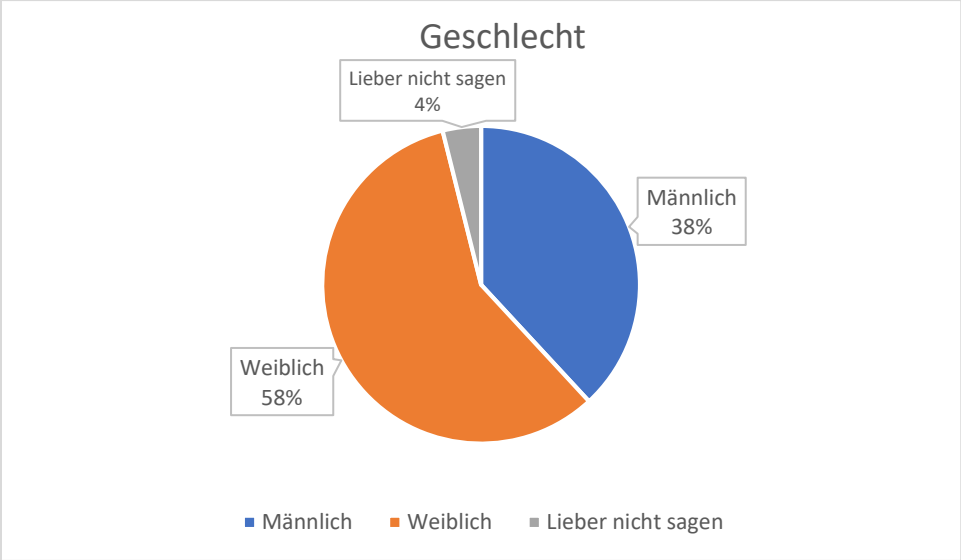
Weiblich (58 %): Das größte Segment des Kuchendiagramms wird durch die Farbe Orange dargestellt, was bedeutet, dass 58 % der UmfrageTeilnehmenden sich als weiblich identifizierten. Diese Mehrheit deutet darauf hin, dass die Beteiligung von Frauen an der Umfrage höher war als die anderer Geschlechter.

Männlich (38%): Das zweitgrößte Segment, das in Blau dargestellt ist, besteht aus 38 % der Befragten, die sich als männlich bezeichneten. Dieser Anteil zeigt, dass ein bedeutender, aber kleinerer Teil der UmfrageTeilnehmenden Männer waren.

Eher nicht sagen (4%): Ein kleines graues Segment, das 4 % der Gesamtzahl ausmacht, weist auf Befragte hin, die ihr Geschlecht nicht angeben wollten. Diese Option ist wichtig, um die Inklusivität zu wahren und die Privatsphäre der Teilnehmenden zu respektieren, die ihr Geschlecht aus persönlichen Gründen nicht angeben möchten.

Die Geschlechterverteilung in dieser Umfrage zeigt eine höhere Repräsentation von Frauen im Vergleich zu Männern, wobei ein sehr kleiner Prozentsatz der Teilnehmenden sich dafür entschied, ihr Geschlecht nicht offenzulegen. Diese demografische Aufschlüsselung ist für das Verständnis der in der Umfrage vertretenen Perspektiven und Erfahrungen von entscheidender Bedeutung, da das Geschlecht die Medienkonsumgewohnheiten, die Wahrnehmung von Fake News und das Engagement für Medienkompetenzinitiativen beeinflussen kann. Diese Verteilung sollte bei der Analyse anderer Umfrageergebnisse berücksichtigt werden, da sie die Verallgemeinerbarkeit der Ergebnisse auf die breitere Bevölkerung beeinträchtigen kann.

Grafik #3



Quelle: Von den MILES-Projektpartnern gesammelte Daten. Grafik bearbeitet von OLAE.

Niveau der Ausbildung

Das nachstehende Balkendiagramm veranschaulicht die Verteilung der erwachsenen Befragten auf der Grundlage ihres Bildungsniveaus. Jeder Balken steht für ein anderes Bildungsniveau, das von der Grundschulbildung bis zu höheren Abschlüssen reicht, und die Höhe der Balken entspricht der Anzahl der Befragten in jeder Kategorie.

Am unteren Ende des Spektrums befindet sich eine kleine Anzahl von Erwachsenen, die nur die Grundschule abgeschlossen haben. Dies deutet darauf hin, dass die Mehrheit der Befragten eine über die Grundschule hinausgehende Ausbildung genossen hat, was auf eine im Allgemeinen gut ausgebildete Stichprobe schließen lässt. Steigt man die Bildungsleiter weiter hinauf, so ist die Zahl der Befragten mit einem Abschluss der Sekundarstufe II höher als die Zahl derer, die nur die Primarstufe abgeschlossen haben, auch wenn dies immer noch einen relativ kleinen Teil der Gesamtgruppe ausmacht. Dies könnte Personen einschließen, die direkt nach der Schule ins Berufsleben eingetreten sind oder sich für eine Berufsausbildung und gegen ein Hochschulstudium entschieden haben.

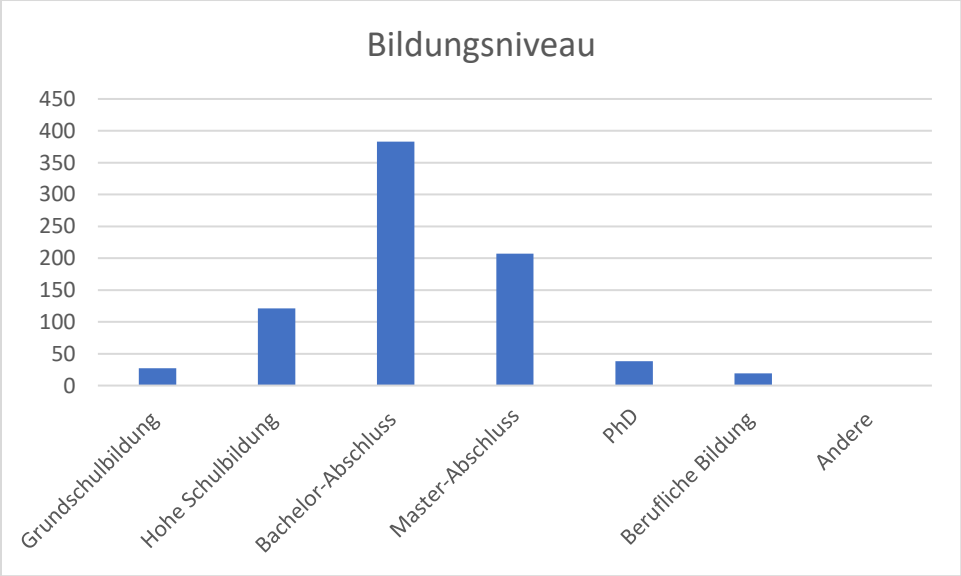
Der häufigste Bildungsabschluss der Befragten ist ein Bachelor-Abschluss, wie der höchste Balken im Diagramm anzeigt. Dies deutet darauf hin, dass ein erheblicher Teil der UmfrageTeilnehmenden ein Grundstudium absolviert hat, was auf eine gut ausgebildete Bevölkerungsgruppe mit einem soliden Fundament an Hochschulbildung hindeutet. Dicht dahinter folgen die Teilnehmenden mit einem Master-Abschluss, die zweitgrößte Gruppe in der Umfrage. Die Anwesenheit einer beträchtlichen Anzahl von Teilnehmenden mit einem

Hochschulabschluss spiegelt das Engagement für fortgeschrittenes Lernen und eine weitere Spezialisierung in ihren Studienfächern wider.

Ein kleinerer Teil der Befragten hat einen Doktortitel, was darauf hindeutet, dass weniger Teilnehmende diese höchste akademische Stufe erreicht haben. Zu dieser Gruppe gehören wahrscheinlich Personen, die umfangreiche Forschungs- und Fachstudien betrieben haben, was zu einem hohen Maß an akademischem und beruflichem Fachwissen in der Befragtengruppe beiträgt.

Das Diagramm zeigt auch eine kleine Anzahl von Befragten, die eine Berufsausbildung abgeschlossen haben. Zu dieser Kategorie gehören wahrscheinlich Personen, die eine spezialisierte Ausbildung und Kompetenzentwicklung in bestimmten Berufen absolviert haben, die einen praktischen, karriereorientierten Bildungsweg bieten. Die Kategorie "Sonstige" schließlich, die die wenigsten Befragten aufweist, deutet darauf hin, dass nur sehr wenige Teilnehmende nicht unter die aufgeführten traditionellen Bildungswege fallen. Dies könnte nicht-traditionelle Formen der Bildung einschließen, wie alternative Lernmethoden oder Zertifizierungen, die nicht mit den anderen Kategorien übereinstimmen.

Grafik #4



Quelle: Von den MILES-Projektpartnern gesammelte Daten. Grafik bearbeitet von OLAE.

Beruf

Das nachstehende Doughnut-Diagramm veranschaulicht die berufliche Verteilung der Umfrageteilnehmenden auf verschiedene Kategorien. Die größte Gruppe mit der Bezeichnung "Sonstige" umfasst 281 Befragte, was auf ein breites Spektrum von Berufen hindeutet, die in der Grafik nicht speziell kategorisiert sind. Dies deutet auf die unterschiedlichen Hintergründe der Teilnehmenden hin.

Die zweitgrößte Gruppe besteht aus "Universitätsstudenten" mit 187 Befragten, was eine bedeutende Beteiligung von Personen in der Hochschulbildung verdeutlicht. Diese Bevölkerungsgruppe ist aufgrund ihres aktiven Umgangs mit digitalen Medien ein wichtiger Faktor bei Diskussionen über Medienkompetenz.

"Erzieher/Lehrkräfte" stellen mit 197 Befragten ein entscheidendes Segment dar, da sie direkt an der Vermittlung von Medienkompetenz beteiligt sind. Ihre Sichtweise ist entscheidend für das Verständnis der Herausforderungen und Möglichkeiten im Bildungsbereich in diesem Bereich.

Kleinere Segmente sind "Forscher" (26 Befragte), "Journalisten" (31 Befragte) und "Psychologen" (27 Befragte). Forscher liefern wissenschaftliche Erkenntnisse, Journalisten steuern Perspektiven zu den Auswirkungen von Desinformation auf die Medien bei, und Psychologen bieten ein Verständnis für die kognitiven und emotionalen Auswirkungen von Desinformation.

Schließlich gibt es 46 "Arbeitslose", die geantwortet haben. Auch wenn sie nicht mit einem bestimmten Beruf in Verbindung gebracht werden, trägt ihre Einbeziehung dazu bei, eine breitere gesellschaftliche Perspektive zu erfassen.

Insgesamt verdeutlicht das Diagramm die unterschiedlichen beruflichen Hintergründe der Befragten, die jeweils wertvolle Erkenntnisse zu den Ergebnissen der Umfrage über Medienkompetenz und Desinformation beisteuern.

Grafik #5

Quelle: Von den MILES-Projektpartnern gesammelte Daten. Grafik bearbeitet von OLAE.

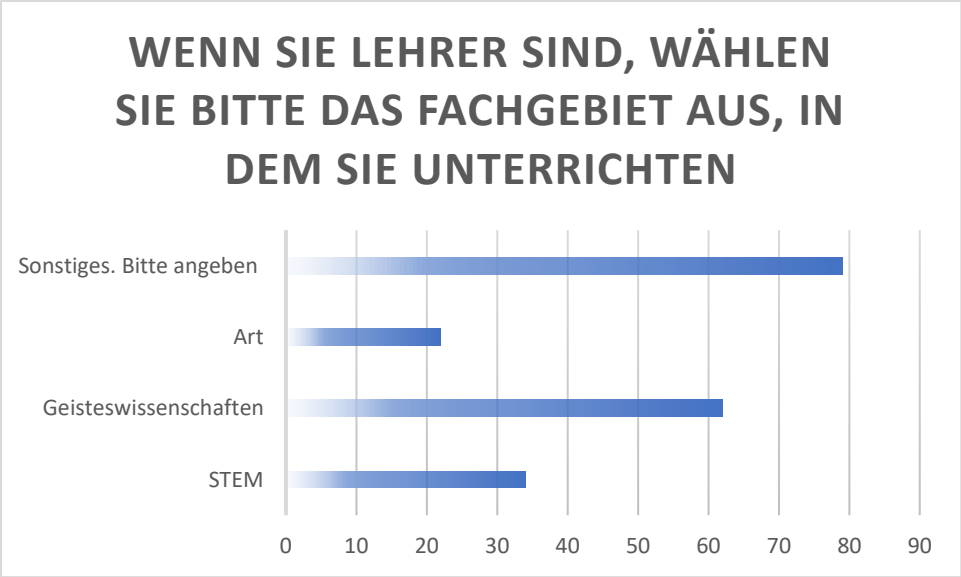
Didaktische Kompetenz

Was die Fachgebiete der Lehrkräfte anbelangt, so weist die Kategorie "Sonstige" die höchste Zahl von Lehrkräften auf, was darauf hindeutet, dass sich viele Lehrkräfte auf Bereiche spezialisieren, die in der Tabelle nicht ausdrücklich aufgeführt sind. Danach folgt die Kategorie "Geisteswissenschaften", in der ebenfalls viele Lehrkräfte vertreten sind, was auf eine starke Vertretung von Fächern wie Geschichte, Sprachen und Sozialwissenschaften hinweist.

"MINT" (Wissenschaft, Technologie, Ingenieurwesen und Mathematik) ist mäßig vertreten, was zeigt, dass sich eine beträchtliche Anzahl von Lehrkräften auf diese technischen und wissenschaftlichen Disziplinen konzentriert. In der Kategorie "Kunst" sind die wenigsten Lehrkräfte vertreten, was darauf hindeutet, dass dies der am wenigsten vertretene Unterrichtsbereich in der Umfrage ist.

Insgesamt zeigt das Diagramm eine breit gefächerte Verteilung der Lehrkompetenzen, mit einem bemerkenswerten Schwerpunkt auf "Sonstige" und "Geisteswissenschaften", während "Kunst" und "MINT" zwar weniger stark, aber immer noch wichtig vertreten sind.

Grafik #6



Quelle: Von den MILES-Projektpartnern gesammelte Daten. Grafik bearbeitet von OLAE.

5.8 Bevorzugte Nachrichtenquellen

Das nachstehende Tortendiagramm veranschaulicht die Verteilung der primären Nachrichtenquellen der Befragten, wobei Mehrfachnennungen möglich sind. Das Diagramm ist in mehrere Segmente unterteilt, die jeweils für ein anderes Medium stehen, über das die Befragten hauptsächlich Nachrichten konsumieren.

Das größte Segment sind die sozialen Medien (blau), was bedeutet, dass ein großer Teil der Befragten soziale Medien als Hauptquelle für Nachrichten nutzt. Dies spiegelt den

zunehmenden Trend wider, dass die Menschen auf Plattformen wie Facebook, Twitter und Instagram Informationen und Updates in Echtzeit suchen.

Online-Zeitungen/Websites, die in orange dargestellt sind, sind eine weitere wichtige Nachrichtenquelle für die Befragten, was die anhaltende Bedeutung traditioneller Nachrichtenorganisationen verdeutlicht, die auf digitale Formate umgestiegen sind. Dies deutet darauf hin, dass soziale Medien zwar beliebt sind, aber spezielle Nachrichtenseiten für eine ausführliche Berichterstattung nach wie vor stark bevorzugt werden.

Das Fernsehen ist in grau dargestellt und macht einen wesentlichen Teil der Nachrichtenkonsumgewohnheiten der Befragten aus. Trotz des Aufstiegs der digitalen Medien ist das Fernsehen nach wie vor eine wichtige Nachrichtenquelle, insbesondere für bestimmte Bevölkerungsgruppen, die visuelle und Live-Berichterstattung bevorzugen.

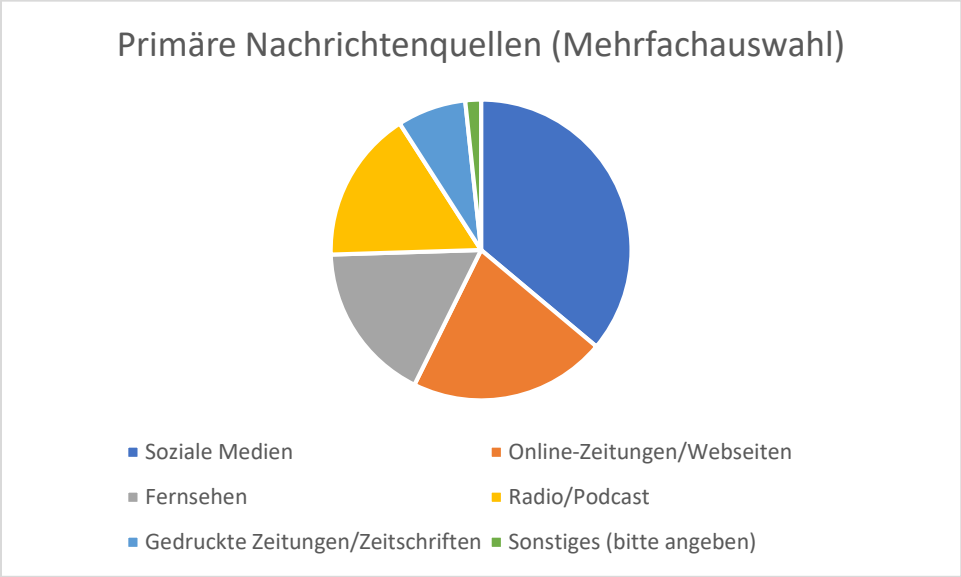
Radio/Podcasts, in gelb dargestellt, machen einen kleineren, aber immer noch beachtlichen Anteil der primären Nachrichtenquellen der Befragten aus. Dies zeigt, dass Audiomedien, einschließlich traditioneller Radiosendungen und moderner Podcasts, nach wie vor eine wichtige Rolle beim Zugang zu Nachrichten spielen.

Gedruckte Zeitungen/Zeitschriften sind in hellblau dargestellt, was zeigt, dass eine kleinere Gruppe von Befragten immer noch traditionelle Printmedien bevorzugt. Dieses Segment ist zwar kleiner, unterstreicht aber die anhaltende Relevanz physischer Publikationen in einer zunehmend digitalen Welt.

Ein kleines grünes Segment mit der Bezeichnung Sonstige schließlich steht für alternative Nachrichtenquellen, die von den Befragten angegeben wurden. Dazu können Nischenpublikationen, Newsletter oder andere Formen von Medien gehören, die von den Hauptkategorien nicht abgedeckt werden.

Insgesamt zeigt das Schaubild, dass die Befragten ein breites Spektrum an Nachrichtenkonsumgewohnheiten haben, wobei der Schwerpunkt auf digitalen und sozialen Medien liegt, ein erheblicher Teil jedoch nach wie vor auf traditionelle Plattformen wie Fernsehen, Radio und Printmedien setzt.

Grafik #7



Quelle: Von den MILES-Projektpartnern gesammelte Daten. Grafik bearbeitet von OLAE.

Häufigkeit der Beschäftigung mit neuen Inhalten

Die Grafik Nr. 8 veranschaulicht die Häufigkeit, mit der sich die Befragten mit Nachrichteninhalten beschäftigen. Die Grafik ist in vier Kategorien unterteilt: "Täglich", "Mehrmals pro Woche", "Wöchentlich" und "Seltener", die jeweils für unterschiedliche Niveaus des Nachrichtenkonsums stehen.

Der größte Balken steht für die Kategorie "Täglich" und zeigt, dass sich eine signifikante Mehrheit der Befragten täglich mit Nachrichteninhalten beschäftigt. Dies deutet auf ein hohes Maß an regelmäßiger Interaktion mit Nachrichten hin und legt nahe, dass es für viele Teilnehmende eine tägliche Priorität ist, informiert zu bleiben.

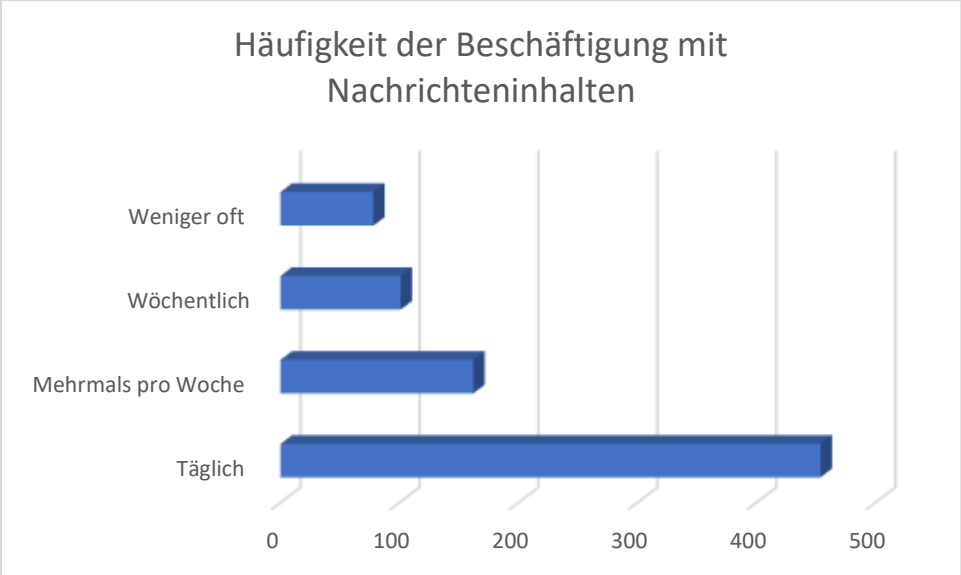
Die nächstgrößere Gruppe ist "mehrmals pro Woche", was darauf hindeutet, dass eine beträchtliche Anzahl der Befragten mehrmals in der Woche, aber nicht unbedingt jeden Tag, auf Nachrichten zugreift. Diese Gruppe beschäftigt sich nach wie vor häufig mit Nachrichteninhalten, wenn auch mit etwas geringerer Intensität als die täglichen Konsumenten.

"Wöchentliches" Engagement wird durch einen kleineren Balken dargestellt und zeigt, dass einige Befragte es vorziehen, sich einmal pro Woche über Nachrichten zu informieren. Diese Gruppe könnte Personen repräsentieren, die sich eher selektiv mit Nachrichten beschäftigen oder die es vorziehen, Nachrichten in größeren, weniger häufigen Sitzungen zu verarbeiten.

Der kleinste Balken zeigt die Kategorie "Seltener" an, in der die Befragten seltener als einmal pro Woche mit Nachrichteninhalten in Kontakt kommen. Diese Gruppe besteht wahrscheinlich aus Personen, die entweder nur ein geringes Interesse an aktuellen Ereignissen haben oder es vorziehen, sich auf andere Weise oder in größeren Abständen zu informieren.

Insgesamt zeigt das Diagramm, dass sich die Mehrheit der Befragten regelmäßig mit Nachrichteninhalten beschäftigt, wobei der tägliche Konsum am häufigsten ist. Diese hohe Nutzungshäufigkeit spiegelt ein starkes Interesse daran wider, auf dem Laufenden zu bleiben, und deutet darauf hin, dass Nachrichten im täglichen Leben vieler Teilnehmender eine wichtige Rolle spielen.

Grafik #8

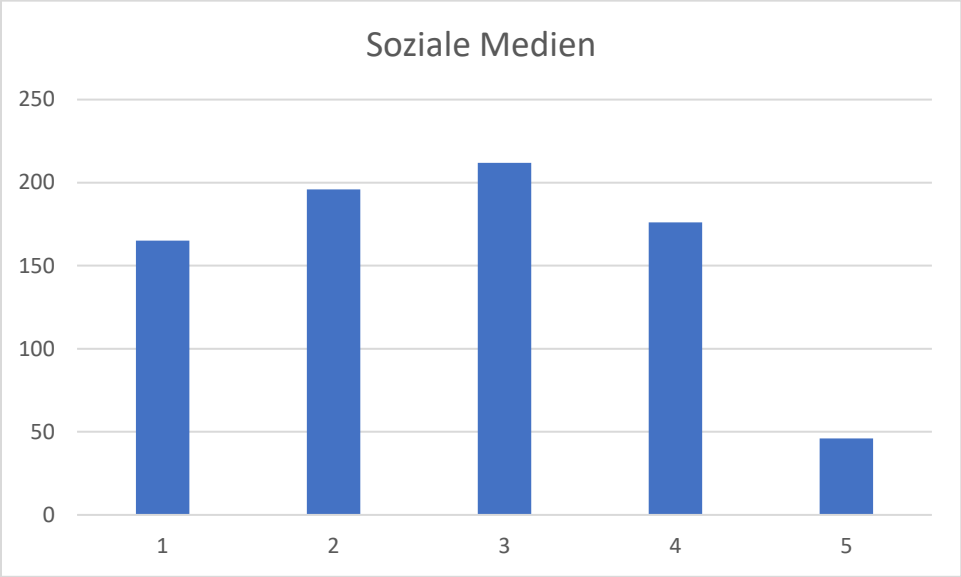


Quelle: Von den MILES-Projektpartnern gesammelte Daten. Grafik bearbeitet von OLAE.

Nachrichtenquelle: Soziale Medien

Auf die Frage nach dem Grad des Vertrauens in die verschiedenen Nachrichtenquellen scheinen die Befragten in Bezug auf die sozialen Medien eine unterschiedliche Wahrnehmung der Zuverlässigkeit der Quellen zu haben, was jedoch nicht mit ihren Gewohnheiten übereinstimmt, da einige der am häufigsten genutzten Plattformen nicht die vertrauenswürdigsten sind.

Grafik #9

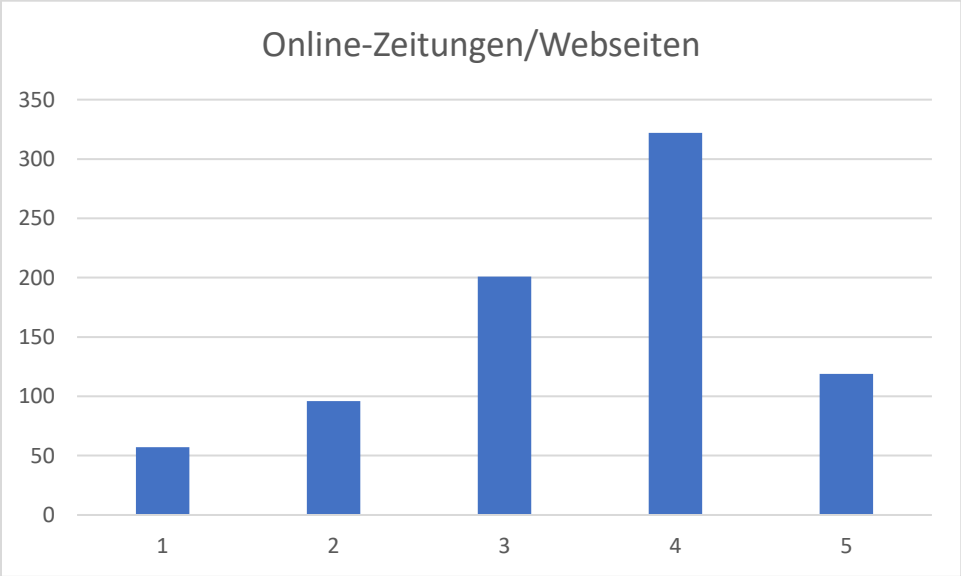


Quelle: Von den MILES-Projektpartnern gesammelte Daten. Grafik bearbeitet von OLAE.

Nachrichtenquelle: Online-Zeitungen und Website

Schaubild 10 veranschaulicht die Glaubwürdigkeit, die die Befragten den Online-Zeitungen und -Websites entgegenbringen, und zeigt, dass die Mehrheit der Befragten Online-Zeitungen und -Websites als zuverlässige Informationsquellen ansieht, wobei eine beträchtliche Anzahl sie in die höheren Zuverlässigkeitskategorien einstuft, auch wenn es gewisse Unterschiede im Vertrauensniveau gibt. Dies deutet darauf hin, dass digitale Nachrichtenplattformen eine entscheidende Rolle bei der Informationsverbreitung spielen und von den Umfrageteilnehmenden generell als vertrauenswürdig eingestuft werden.

Grafik #10

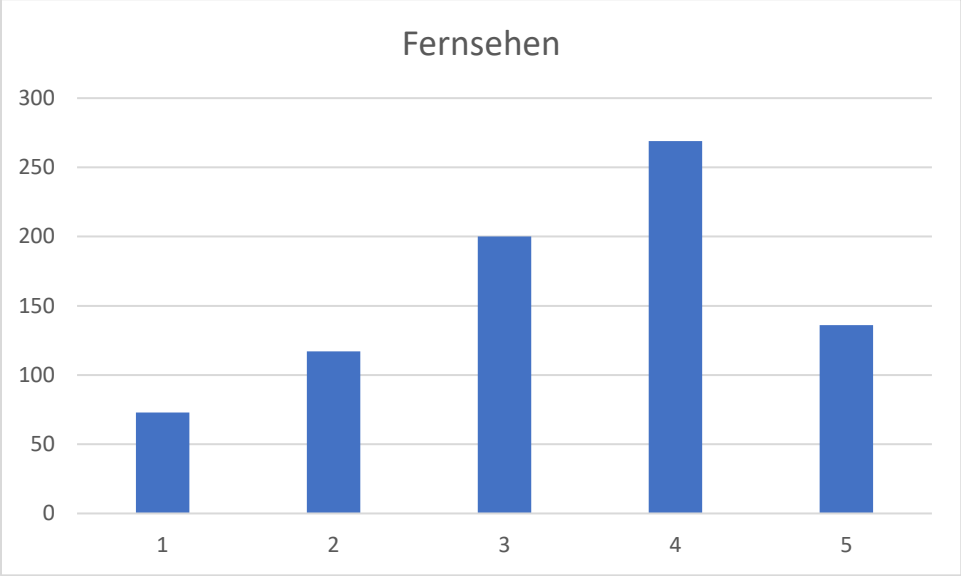


Quelle: Von den MILES-Projektpartnern gesammelte Daten. Grafik bearbeitet von OLAE.

Nachrichtenquelle: Fernsehen

Zusammenfassend zeigt das Schaubild Nr. 11, dass das Fernsehen trotz gewisser Unterschiede im Vertrauensniveau von der Mehrheit der Befragten generell als zuverlässige Informationsquelle angesehen wird, wobei viele es in die höheren Vertrauenskategorien einordnen. Dies deutet darauf hin, dass das Fernsehen trotz des Aufstiegs der digitalen Medien für viele Menschen weiterhin eine starke Position als vertrauenswürdige Nachrichtenquelle einnimmt.

Grafik #11

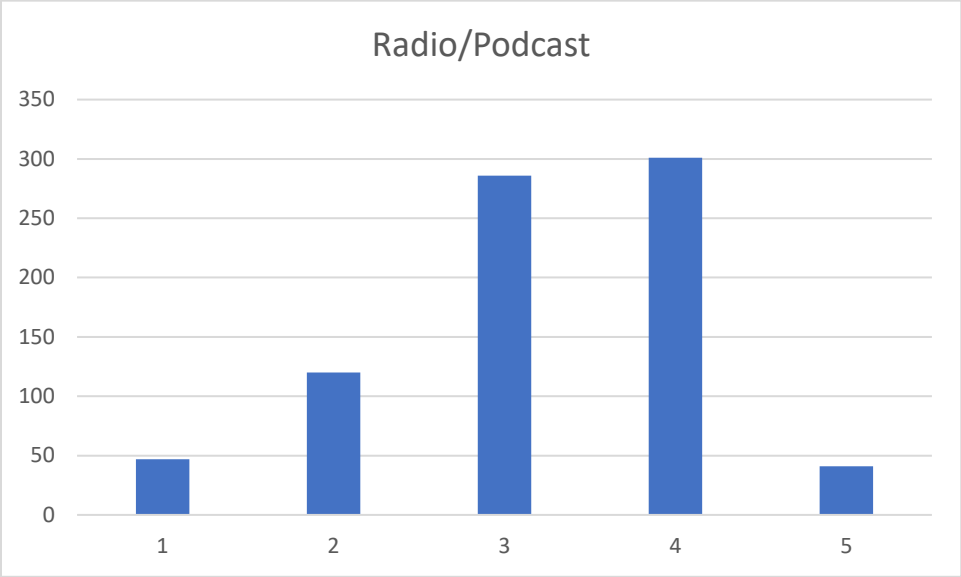


Quelle: Von den MILES-Projektpartnern gesammelte Daten. Grafik bearbeitet von OLAE.

Nachrichtenquelle: Radio/Podcast

Das nächste Diagramm (Schaubild Nr. 12) zeigt, dass die Mehrheit der Befragten Radio und Podcasts als zuverlässige Informationsquellen ansieht, wobei der Schwerpunkt auf einem mittleren bis hohen Vertrauensniveau liegt. Dies spiegelt die anhaltende Bedeutung der Audiomedien bei der Bereitstellung glaubwürdiger und vertrauenswürdiger Nachrichten und Informationen für ein breites Publikum wider.

Grafik #12

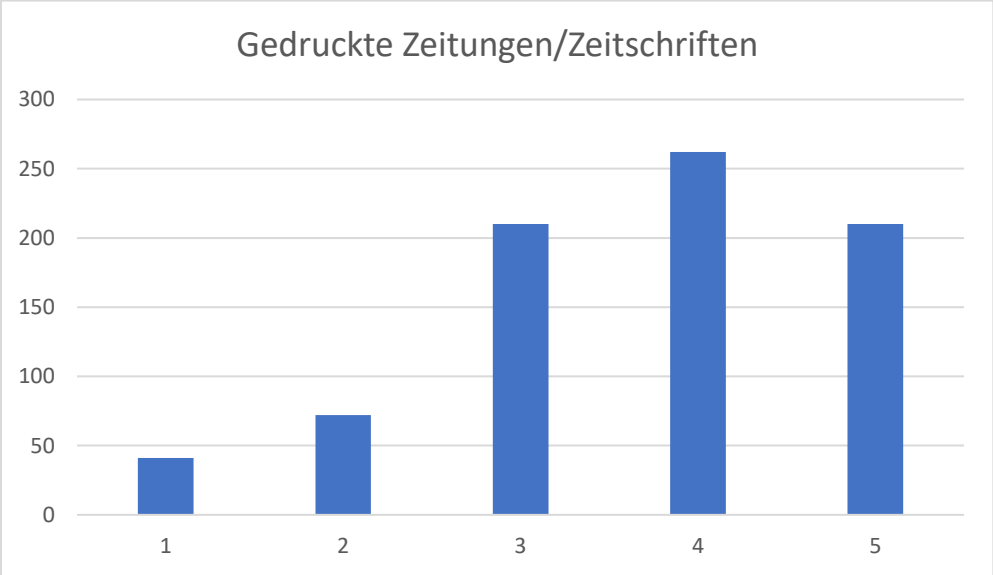


Quelle: Von den MILES-Projektpartnern gesammelte Daten. Grafik bearbeitet von OLAE.

Nachrichtenquelle: gedruckte Zeitungen/Zeitschriften

Insgesamt deutet das Schaubild Nr. 13 darauf hin, dass gedruckte Zeitungen und Zeitschriften von der Mehrheit der Befragten im Allgemeinen als mehr oder weniger zuverlässige Informationsquellen angesehen werden, wobei viele sie in die Kategorie der höheren Zuverlässigkeit einordnen. Dies zeigt, dass die traditionellen Printmedien nach wie vor eine starke Position als vertrauenswürdige Nachrichten- und Informationsquelle haben.

Grafik #13



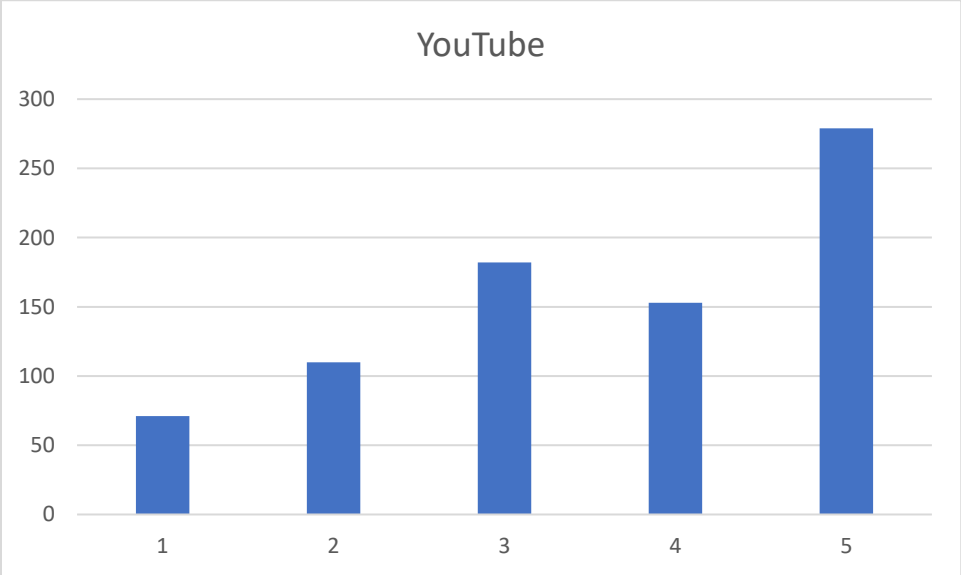
Quelle: Von den MILES-Projektpartnern gesammelte Daten. Grafik bearbeitet von OLAE.

Youtube

Das Balkendiagramm (Grafik Nr. 14) zeigt, wie die Befragten die Wahrscheinlichkeit einschätzen, dass YouTube Fake News verbreitet, und zwar auf einer Skala von 1 bis 5, wobei 1 die geringste Wahrscheinlichkeit und 5 die höchste Wahrscheinlichkeit angibt. Die

Verteilung zeigt, dass ein kleinerer Teil der Befragten es für sehr unwahrscheinlich hält, dass YouTube Fake News verbreitet, was auf ein gewisses Vertrauen in die Plattform schließen lässt. Mit zunehmender Höhe der Bewertungen ist jedoch eine deutliche Verschiebung zu beobachten, wobei eine beträchtliche Anzahl der Befragten eine Bewertung von 3 vergibt, was auf eine mäßige Besorgnis hinweist, dass YouTube gefälschte Nachrichten verbreiten könnte. Die höchsten Werte, insbesondere 5, zeigen den höchsten Balken an, was bedeutet, dass ein beträchtlicher Teil der Befragten glaubt, dass YouTube mit großer Wahrscheinlichkeit Fake News verbreiten wird. Dies deutet darauf hin, dass trotz der Beliebtheit von YouTube unter den Nutzer*innen erhebliche Bedenken hinsichtlich des Potenzials für Fehlinformationen auf der Plattform bestehen, insbesondere aufgrund des großen Angebots an nutzergenerierten Inhalten.

Grafik #14



Quelle: Von den MILES-Projektpartnern gesammelte Daten. Grafik bearbeitet von OLAE.

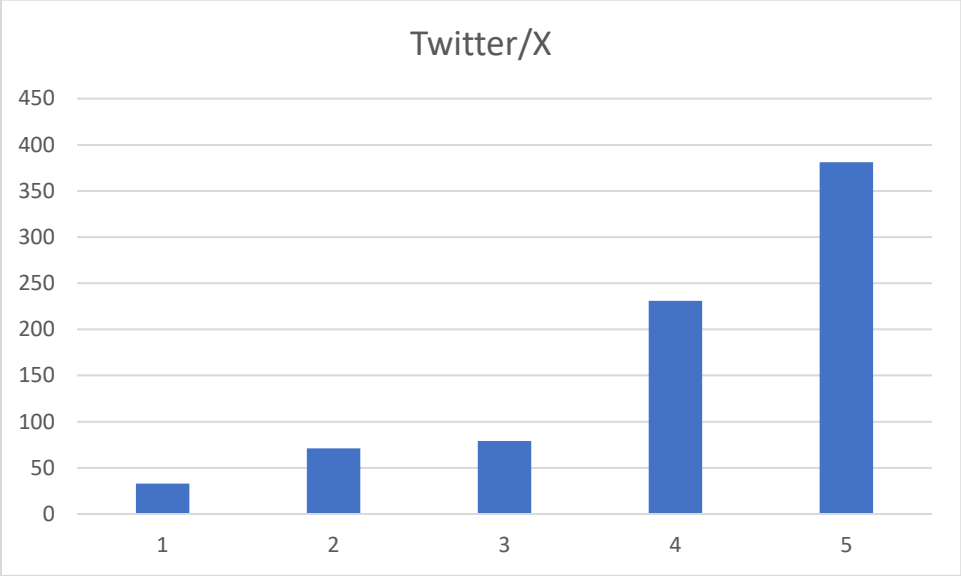
Twitter

Das Balkendiagramm Nummer 15 zeigt, wie die Befragten die Wahrscheinlichkeit einschätzen, dass Twitter (jetzt bekannt als X) Fake News verbreitet, und zwar auf einer Skala von 1 (am wenigsten wahrscheinlich) bis 5 (am wahrscheinlichsten). Der erste Balken, der diejenigen repräsentiert, die glauben, dass Twitter am wenigsten wahrscheinlich Fake News verbreitet, ist recht kurz, was darauf hindeutet, dass nur wenige Befragte der Plattform in diesem Maße vertrauen. Mit zunehmender Bewertung steigt die Zahl der Befragten, die Twitter mit einer 2

oder 3 bewerten, leicht an, was die wachsende Besorgnis über das Potenzial der Plattform zur Verbreitung von Fehlinformationen widerspiegelt.

Die wichtigsten Ergebnisse liegen in den höheren Bewertungen: Viele Befragte bewerteten Twitter mit der Note 4 und eine noch größere Gruppe mit der Note 5, was darauf hindeutet, dass die Mehrheit der Befragten glaubt, dass Twitter mit hoher Wahrscheinlichkeit Fake News verbreitet. Dies deutet darauf hin, dass es eine beträchtliche Skepsis gegenüber der Zuverlässigkeit von Informationen auf Twitter gibt, was wahrscheinlich auf die Schnelllebigkeit der Plattform, die Prävalenz von ungeprüften nutzergenerierten Inhalten und die häufige Verbreitung von Gerüchten und Fehlinformationen zurückzuführen ist. Diese Daten unterstreichen die Herausforderungen, denen sich Twitter gegenübersieht, wenn es als zuverlässige Informationsquelle wahrgenommen werden soll, da viele Nutzer es als eine Plattform ansehen, auf der sich Fake News leicht verbreiten können.

Grafik #15



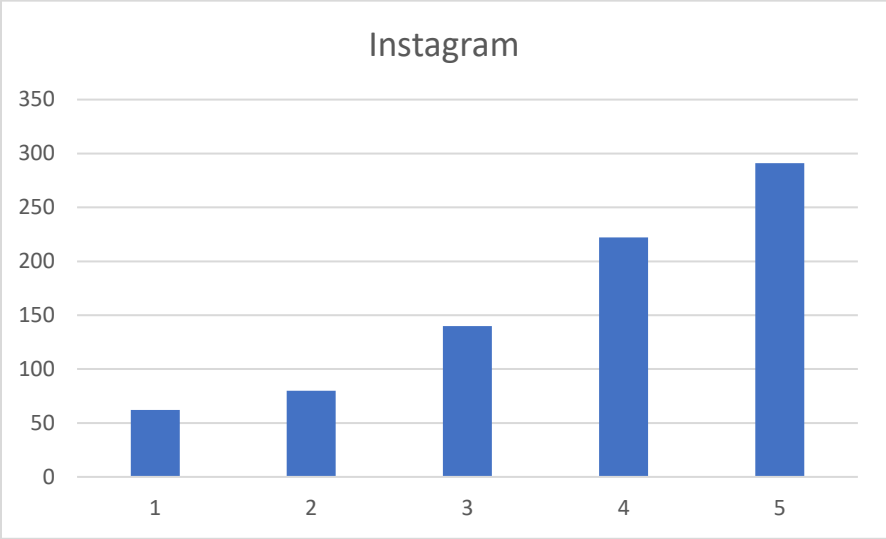
Quelle: Von den MILES-Projektpartnern gesammelte Daten. Grafik bearbeitet von OLAE.

Instagram

Das nächste Balkendiagramm (Diagramm Nr. 16) zeigt, wie die Befragten die Wahrscheinlichkeit einschätzen, dass Instagram Fake News verbreitet, und zwar auf einer Skala von 1 (am wenigsten wahrscheinlich) bis 5 (am wahrscheinlichsten). Die Daten zeigen, dass weniger Befragte glauben, dass es sehr unwahrscheinlich ist, dass Instagram Fake News verbreitet, während die Zahl derer, die es für eher wahrscheinlich halten, steigt, was die Bedenken hinsichtlich der Glaubwürdigkeit von Informationen widerspiegelt, die auf einer Plattform geteilt werden, die stark von nutzergenerierten Inhalten lebt. Mit zunehmender Bewertung stuft ein erheblicher Teil der Befragten Instagram auf Stufe 4 oder 5 ein, wobei die höchste Stufe 5 ist, was darauf hindeutet, dass viele Nutzer*innen Quelle: Von den MILES-Projektpartnern gesammelte Daten. Grafik bearbeitet von OLAE.

Instagram birgt trotz seiner Beliebtheit ein erhebliches Risiko, eine Plattform zu sein, auf der sich Fehlinformationen leicht verbreiten können, vor allem angesichts der Betonung visueller Inhalte und des Einflusses populärer Nutzer*innen, die die von ihnen geteilten Informationen möglicherweise nicht immer verifizieren.

Grafik #16



Quelle: Von den MILES-Projektpartnern gesammelte Daten. Grafik bearbeitet von OLAE.

TikTok

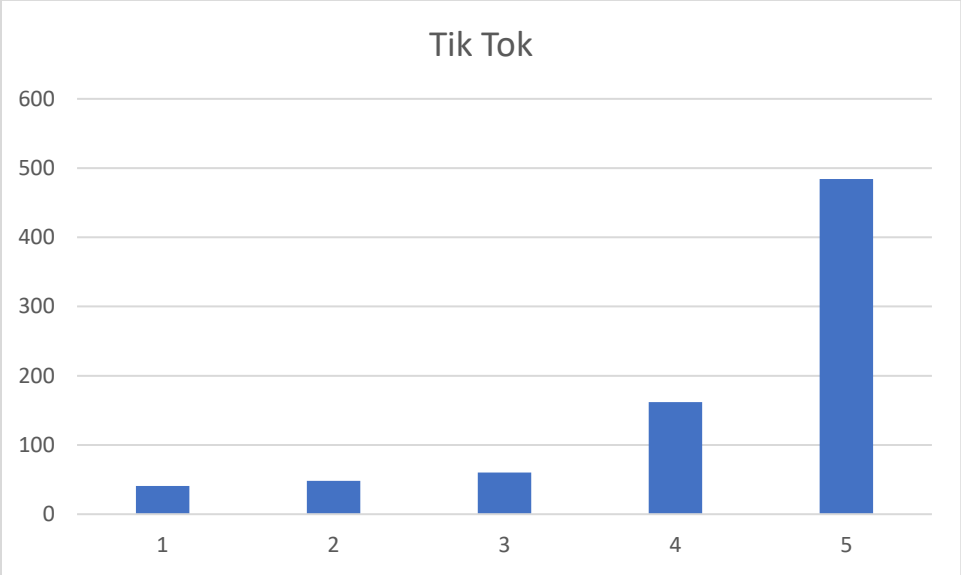
Das Balkendiagramm Nummer 17 veranschaulicht die Wahrnehmung der Befragten von TikTok als Quelle von Fake News auf einer Skala von 1 (am wenigsten wahrscheinlich) bis 5 (am wahrscheinlichsten). Das Diagramm zeigt, dass eine kleine Anzahl der Befragten glaubt, dass es unwahrscheinlich ist, dass TikTok Fake News verbreitet, wie die kürzeren Balken für die Bewertungen 1 und 2 zeigen. Die Zahl der Befragten steigt auf Stufe 3 leicht an, was auf eine mäßige Besorgnis über das Potenzial der Plattform zur Verbreitung von Fehlinformationen hinweist. Das auffälligste Merkmal dieses Diagramms ist jedoch der starke Anstieg der Befragten, die TikTok auf den Stufen 4 und 5 bewerten, wobei der Balken für Stufe 5 mit deutlichem Abstand am höchsten ist. Dies zeigt, dass die meisten Befragten glauben, dass TikTok mit hoher Wahrscheinlichkeit Fake News verbreitet.

Diese Daten weisen auf ein kritisches Problem hin: Trotz der immensen Beliebtheit von TikTok, insbesondere bei jüngeren Zielgruppen, wird es von vielen als eine Plattform wahrgenommen, auf der Fehlinformationen leicht verbreitet werden können. Das Format von TikTok, das den Schwerpunkt auf kurze, ansprechende Videos legt, die schnell konsumiert und geteilt werden, kann zu dieser Wahrnehmung beitragen. Der schnelle Konsum von Inhalten und die Leichtigkeit, mit der Videos auf TikTok viral gehen können, könnten es für die Nutzer*innen schwieriger machen, die Richtigkeit der dargestellten Informationen zu erkennen.

Die Tatsache, dass TikTok als eine wichtige Quelle für Fake News angesehen wird und dennoch eine große Nutzerbasis anzieht, wirft wichtige Fragen zur Medienkompetenz und zur Rolle der sozialen Medien bei der Gestaltung der öffentlichen Wahrnehmung auf. Dies deutet darauf hin, dass verstärkte Anstrengungen unternommen werden müssen, um die Nutzer*innen, insbesondere die jüngeren, zu einer kritischen Bewertung der Inhalte zu erziehen, die sie auf solchen Plattformen konsumieren. Außerdem wird die Verantwortung von Plattformen wie TikTok hervorgehoben, stärkere Maßnahmen zu ergreifen, um die Verbreitung von Fehlinformationen zu verhindern. Trotz seines Rufs als Quelle von Fake News unterstreicht die weit verbreitete Nutzung von TikTok seinen bedeutenden Einfluss und macht es zu einem mächtigen Medium, das sowohl positive als auch potenziell schädliche Auswirkungen hat. Diese Dualität stellt eine Herausforderung für die Gesellschaft dar: Wie können die Vorteile

solcher Plattformen genutzt und gleichzeitig die mit der Verbreitung von Fehlinformationen verbundenen Risiken gemindert werden?

Grafik #17



Quelle: Von den MILES-Projektpartnern gesammelte Daten. Grafik bearbeitet von OLAE.

Facebook

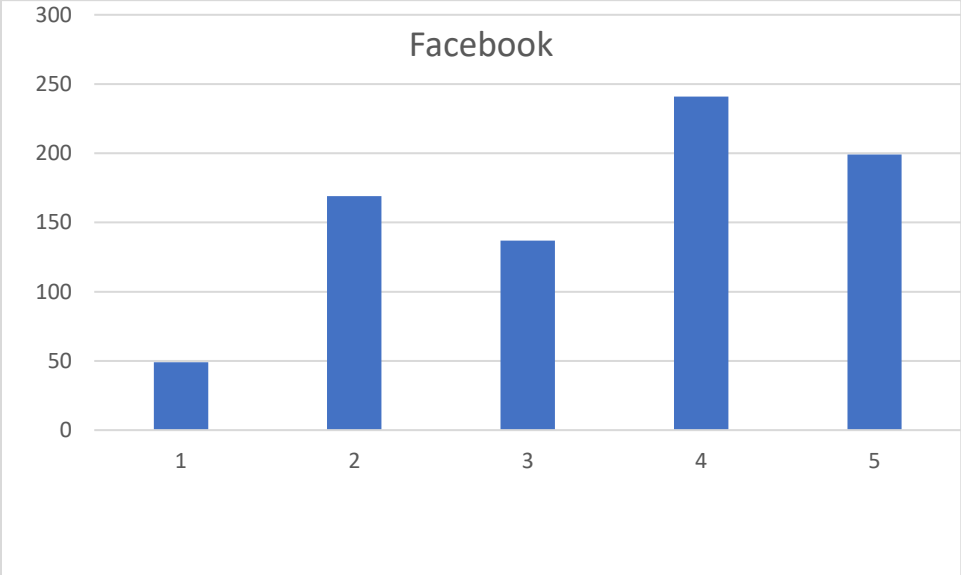
Das nächste Balkendiagramm (Diagramm Nr. 18) zeigt, wie die Befragten die Wahrscheinlichkeit einschätzen, dass Facebook Fake News verbreitet, und zwar auf einer Skala von 1 (am wenigsten wahrscheinlich) bis 5 (am wahrscheinlichsten). Das Diagramm zeigt, dass ein kleiner Teil der Befragten Facebook als am wenigsten wahrscheinlich für die Verbreitung von Fake News einstuft, wie der kürzere Balken für die Bewertung 1 zeigt. Die Zahl der Befragten, die Facebook auf Stufe 2 einstuften, ist deutlich gestiegen, was darauf hindeutet, dass mehr Teilnehmende Vorbehalte gegen die Zuverlässigkeit der Plattform haben. Die Anzahl der Befragten, die Facebook mit Stufe 3 bewertet haben, ist etwas geringer, was auf eine mäßige Besorgnis über die Verbreitung von Fake News auf der Plattform hinweist.

Die wichtigsten Ergebnisse des Diagramms liegen auf den Ebenen 4 und 5. Der Balken für Stufe 4 ist der höchste und zeigt, dass viele Befragte glauben, dass Facebook wahrscheinlich Fake News verbreitet. Der Balken für Stufe 5 ist zwar etwas kürzer als Stufe 4, stellt aber immer noch einen beträchtlichen Teil der Befragten dar, die Facebook für sehr wahrscheinlich halten, dass es Fehlinformationen verbreitet. Diese Verteilung deutet darauf hin, dass eine beträchtliche Anzahl von Nutzer*innen der Richtigkeit von Informationen auf Facebook skeptisch gegenübersteht und es als eine Plattform ansieht, auf der Fake News weit verbreitet sind.

Diese Wahrnehmung ist angesichts der großen Nutzerbasis von Facebook und seiner Rolle als wichtige Nachrichten- und Informationsquelle für Millionen von Menschen weltweit kritisch. Die Befürchtung, dass Facebook Fake News verbreiten könnte, spiegelt die allgemeinen Sorgen über die Fähigkeit der Plattform wider, Inhalte effektiv zu verwalten und zu filtern, insbesondere angesichts der Probleme, die Facebook in der Vergangenheit mit Fehlinformationen hatte. Trotz dieser Bedenken wird Facebook nach wie vor häufig genutzt,

was die Herausforderung verdeutlicht, ein Gleichgewicht zwischen seiner Rolle als wichtiges Kommunikationsinstrument und der Notwendigkeit zu finden, die Genauigkeit und Zuverlässigkeit der verbreiteten Informationen zu gewährleisten. Dieses Spannungsverhältnis unterstreicht die Bedeutung laufender Bemühungen, die Moderation von Inhalten zu verbessern und die Medienkompetenz der Nutzer*innen zu erhöhen.

Grafik #18



Quelle: Von den MILES-Projektpartnern gesammelte Daten. Grafik bearbeitet von OLAE.

5.9 Wahrnehmung und Auswirkungen von Fake News

Was sind Fake News?

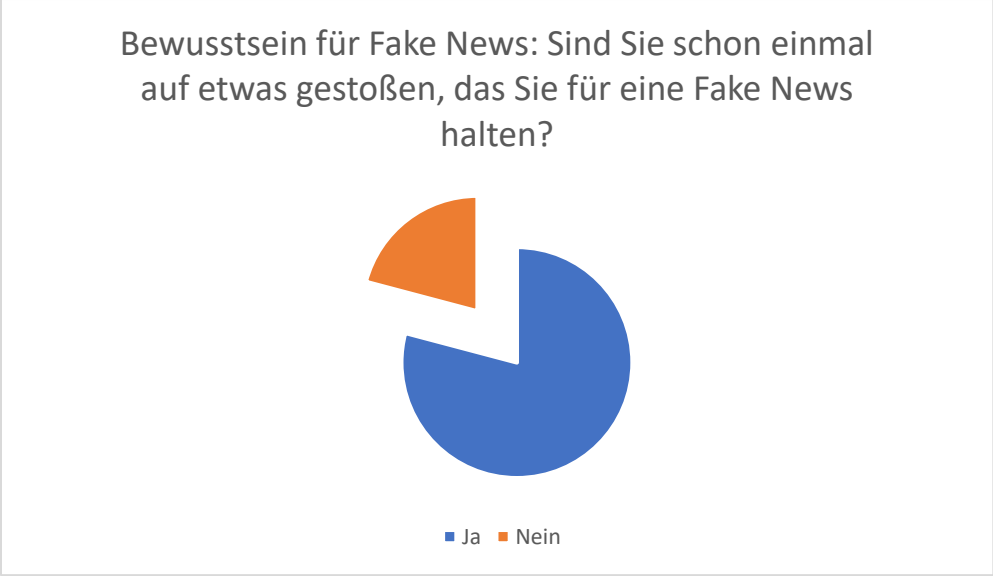
Was die Wahrnehmung der Verbreitung und der Auswirkungen von Fake News betrifft, so veranschaulicht das Tortendiagramm (Schaubild Nr. 19) das Bewusstsein der Befragten für Fake News, insbesondere die Frage, ob sie jemals auf Inhalte gestoßen sind, die sie für Fake News halten

Das blaue Segment dominiert das Diagramm, was darauf hindeutet, dass die überwiegende Mehrheit der Befragten tatsächlich auf Fake News gestoßen ist. Dies deutet auf ein hohes Bewusstsein der Teilnehmenden für das Vorhandensein von Fehlinformationen in den von ihnen konsumierten Medien hin. Das orangefarbene Segment ist zwar deutlich kleiner, zeigt aber, dass eine Minderheit der Befragten Fake News noch nicht begegnet ist oder sie nicht erkannt hat.

Insgesamt verdeutlicht diese Grafik die Verbreitung von Fake News oder zumindest die Wahrnehmung der Verbreitung von Fake News in der Informationslandschaft, wobei die meisten Befragten angaben, dass sie irreführenden oder falschen Inhalten ausgesetzt waren. Dieses weit verbreitete Bewusstsein unterstreicht die Bedeutung von Medienkompetenz und kritischem Denken, um Fake News zu erkennen und darauf zu reagieren, oder es könnte

tatsächlich zeigen, dass die meisten unserer Befragten Fake News kennen und wissen, wie man sie erkennt.

Schaubild Nr. 19



Quelle: Von den MILES-Projektpartnern gesammelte Daten. Grafik bearbeitet von OLAE.

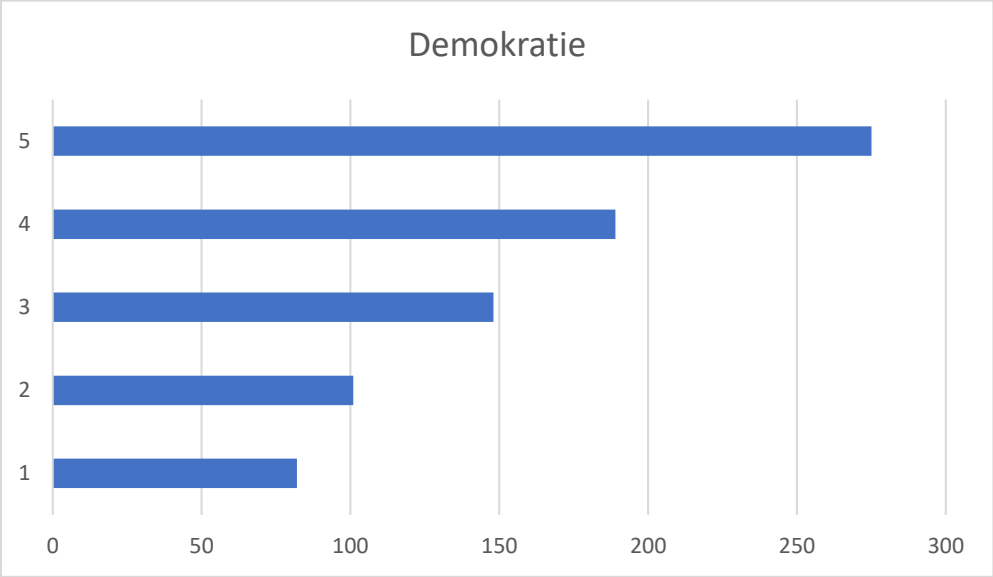
Auswirkungen von Fake News auf die Demokratie

Das nächste Balkendiagramm (Schaubild Nr. 20) zeigt die Ansichten der Befragten darüber, inwieweit sie glauben, dass Fake News die Demokratie beeinträchtigen. Die Antworten werden auf einer Skala von 1 bis 5 gemessen, wobei 1 den geringsten Einfluss und 5 den größten Einfluss bedeutet.

Die Grafik zeigt, dass die Mehrheit der Befragten der Meinung ist, dass Fake News einen erheblichen Einfluss auf die Demokratie haben, wobei die höchste Anzahl der Befragten die maximale Auswirkung mit 5 bewertete. Die zweithöchste Zahl der Befragten bewertete die Auswirkungen mit 4, was ein weiterer Hinweis auf die starke Besorgnis über den Einfluss von Fake News auf demokratische Prozesse ist.

Weniger Befragte wählten die Bewertungen 3, 2 und 1, was darauf hindeutet, dass zwar einige die Auswirkungen für mäßig bis minimal halten, der allgemeine Konsens jedoch ist, dass Fake News eine ernsthafte Bedrohung für die Demokratie darstellen. Dies deutet auf eine weit verbreitete Auffassung hin, dass Fehlinformationen die demokratischen Institutionen und die Integrität von Wahlen untergraben können, was zu einer potenziell destabilisierenden Wirkung auf die Regierungsführung führt.

Grafik #20



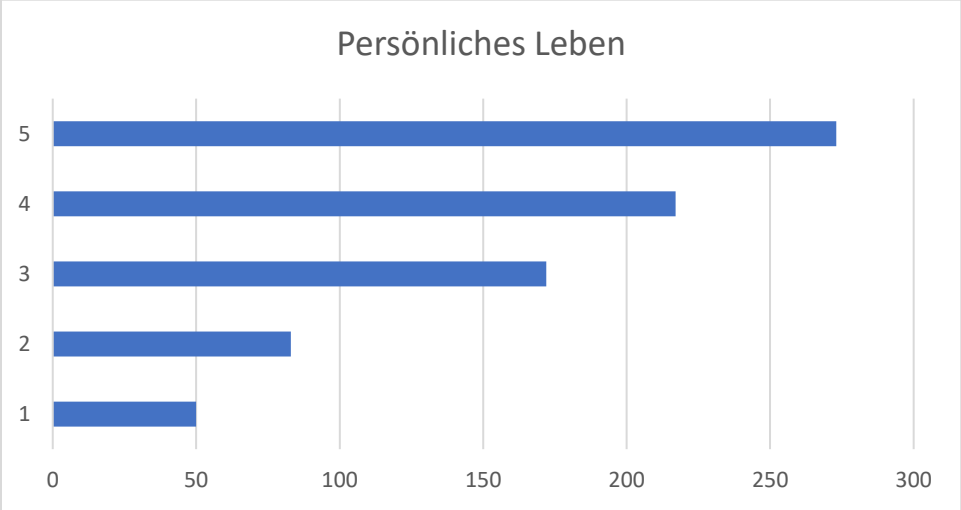
Quelle: Von den MILES-Projektpartnern gesammelte Daten. Grafik bearbeitet von OLAE.

Auswirkungen von Fake News auf das persönliche Leben

Die Daten zeigen, dass eine beträchtliche Anzahl der Befragten der Meinung ist, dass Fake News einen starken Einfluss auf das persönliche Leben haben, wie Grafik #21 zeigt, wobei die höchste Anzahl der Befragten die Note 5 wählte, was auf einen signifikanten Einfluss hinweist. Dicht darauf folgen diejenigen, die den Einfluss mit 4 bewerteten, was darauf hindeutet, dass viele Teilnehmende das Gefühl haben, dass Fake News persönliche Entscheidungen, Beziehungen und das allgemeine Wohlbefinden stark beeinflussen können.

Weniger Befragte bewerteten die Auswirkungen als moderat (3), und noch weniger wählten 2 oder 1. Diese Verteilung deutet darauf hin, dass zwar einige Personen die Auswirkungen von Fake News auf ihr persönliches Leben für weniger schwerwiegend halten, die Mehrheit sie jedoch als ernstes Problem betrachtet.

Grafik #21



Quelle: Von den MILES-Projektpartnern gesammelte Daten. Grafik bearbeitet von OLAE.

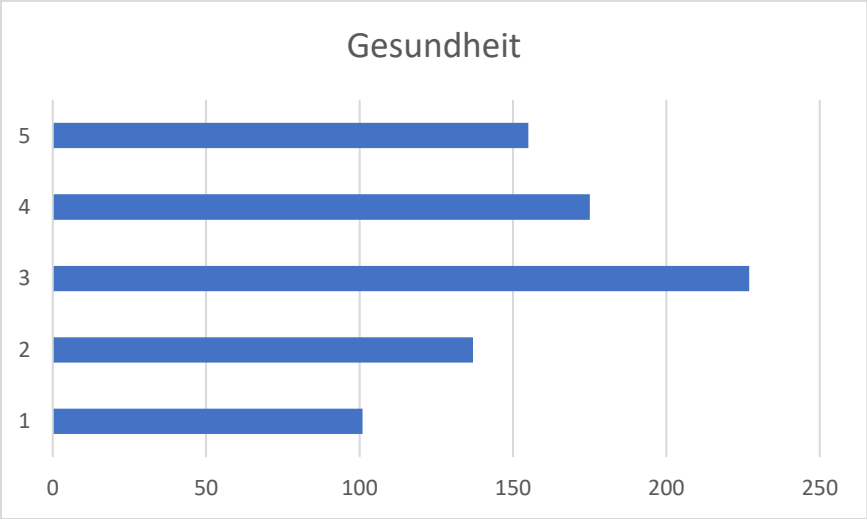
Auswirkungen von Fake News auf die Gesundheit

Der auffälligste Balken in Grafik 22 ist die Bewertung 3, was bedeutet, dass ein erheblicher Teil der Befragten die Auswirkungen von Fake News auf die Gesundheit als moderat einstuft. Dies deutet darauf hin, dass die Befragten zwar anerkennen, dass Fake News gesundheitsbezogene Entscheidungen und Wahrnehmungen beeinflussen können, aber viele sehen diese Auswirkungen weder als minimal noch als extrem an.

Die Balken für die Bewertungen 4 und 5 sind ebenfalls beträchtlich, was darauf hindeutet, dass viele Befragte glauben, dass Fake News einen starken bis sehr starken Einfluss auf die Gesundheit haben. Diese Antworten unterstreichen die Bedenken, dass Fehlinformationen zu schädlichen Folgen führen können, wie z. B. die Verbreitung falscher Gesundheitsinformationen oder das Zögern bei medizinischen Behandlungen.

Weniger Befragte wählten die Bewertungen 1 und 2, was darauf hindeutet, dass nur eine Minderheit glaubt, dass die Auswirkungen von Fake News auf die Gesundheit minimal sind.

Grafik #22



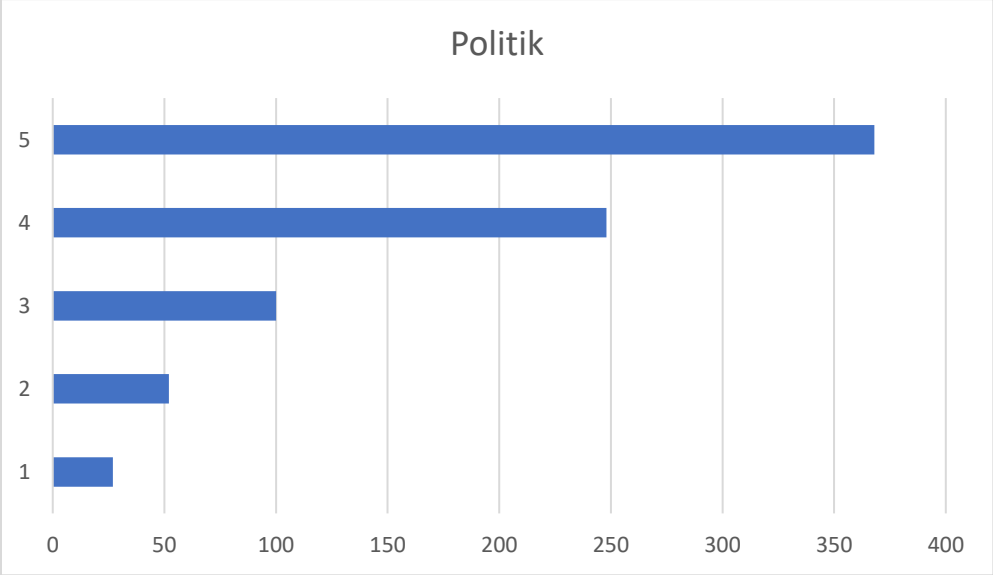
Quelle: Von den MILES-Projektpartnern gesammelte Daten. Grafik bearbeitet von OLAE.

Auswirkungen von Fake News in der Politik

Das nächste Diagramm (Grafik Nr. 23) zeigt deutlich, dass die Mehrheit der Befragten glaubt, dass Fake News einen sehr starken Einfluss auf die Politik haben, wie der längste Balken auf Stufe 5 zeigt. Dies deutet auf die weit verbreitete Sorge hin, dass Fehlinformationen die politischen Ergebnisse, die öffentliche Meinung und die demokratischen Prozesse erheblich beeinflussen können. Die zweithäufigste Antwort liegt auf Stufe 4 und unterstreicht, dass viele Teilnehmende der Meinung sind, dass Fake News einen erheblichen Einfluss auf die politische Landschaft haben.

Weniger Befragte stuften die Auswirkungen auf Stufe 3 ein, und eine noch geringere Zahl wählte die Stufen 2 und 1, was darauf hindeutet, dass nur eine Minderheit glaubt, dass Fake News eine moderate bis minimale Auswirkung auf die Politik haben. Insgesamt zeigen die Daten einen starken Konsens darüber, dass Fake News einen wichtigen Faktor bei der Gestaltung des politischen Diskurses und der politischen Entscheidungen darstellen. Dies spiegelt die große Besorgnis über ihr Potenzial wider, die politische Stabilität und das Vertrauen in die demokratischen Institutionen zu untergraben.

Grafik #23



Quelle: Von den MILES-Projektpartnern gesammelte Daten. Grafik bearbeitet von OLAE.

Wie man die Glaubwürdigkeit von Nachrichten beurteilt

Das Tortendiagramm (Schaubild Nr. 24) veranschaulicht die Methoden, die die Befragten zur Bewertung der Glaubwürdigkeit einer Nachrichtenquelle verwenden. Das Diagramm ist in vier Bereiche unterteilt: "Quellen überprüfen", "Querverweise auf andere Medien", "offene Diskussion mit anderen" und "Sonstiges, bitte angeben".

Das größte Segment weist darauf hin, dass die Mehrheit der Befragten die Glaubwürdigkeit einer Nachrichtenquelle in erster Linie anhand der "Überprüfung von Quellen" bestimmt. Dies

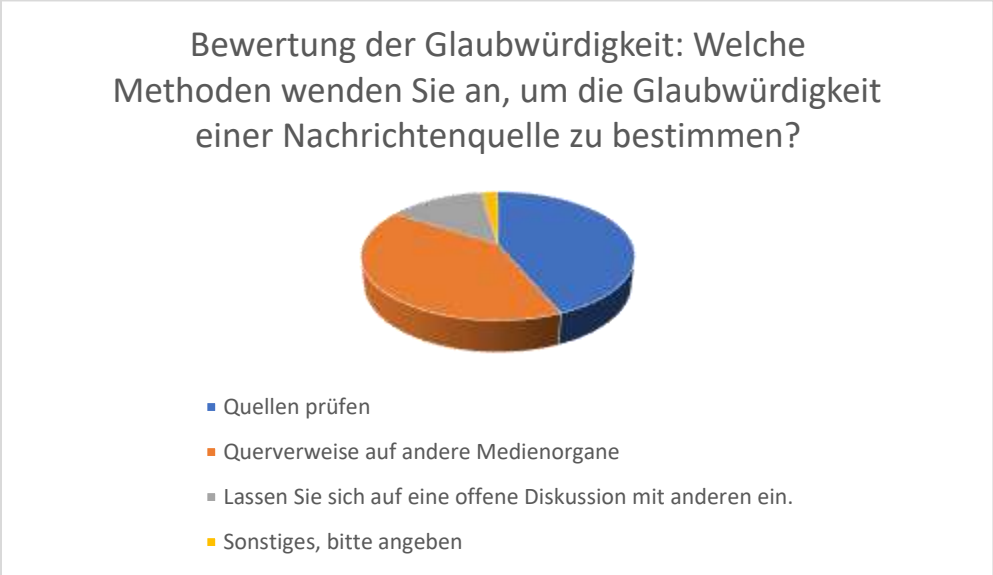
deutet darauf hin, dass eine beträchtliche Anzahl von Teilnehmenden Wert darauf legt, die Herkunft und Zuverlässigkeit der Informationen zu überprüfen, bevor sie ihnen vertrauen, was eine kritische Einstellung zum Medienkonsum unterstreicht.

Das zweitgrößte Segment sind die Befragten, die es vorziehen, "Querverweise mit anderen Medien zu ziehen". Bei dieser Methode werden die Informationen auf verschiedenen Plattformen verglichen, um zu sehen, ob sie übereinstimmen, was eine sorgfältige und kritische Haltung gegenüber den Nachrichten zeigt.

Einige Befragte "beteiligen sich an einer offenen Diskussion mit anderen", um die Glaubwürdigkeit einer Nachrichtenquelle zu beurteilen. Dieser Ansatz deutet darauf hin, dass der Dialog und der Austausch von Meinungen und Perspektiven bei der Bewertung von Informationen eine Rolle spielen, was auf einen sozialen Aspekt der Glaubwürdigkeitsbewertung hindeutet.

Insgesamt zeigt das Schaubild Nummer 24, dass die Befragten aktiv die Glaubwürdigkeit von Nachrichtenquellen überprüfen, wobei sie die direkte Überprüfung von Quellen und den Abgleich mit anderen Medien stark bevorzugen. Diese sorgfältige Herangehensweise an den Nachrichtenkonsum ist in einer Zeit, in der Fehlinformationen weit verbreitet sind, von entscheidender Bedeutung und unterstreicht die Wichtigkeit kritischen Denkens bei der Navigation in der modernen Informationslandschaft.

Grafik #24



Quelle: Von den MILES-Projektpartnern gesammelte Daten. Grafik bearbeitet von OLAE.

Kriterien für die Glaubwürdigkeit einer Nachrichtenquelle

Das nächste Kreisdiagramm, Diagramm Nr. 25, veranschaulicht die Kriterien, die die Befragten bei der Bewertung der Glaubwürdigkeit einer Nachrichtenquelle für wichtig halten. Das Diagramm ist in mehrere Segmente unterteilt: "Titel", "Grammatikalische Fehler", "Autor", "Quelle" und "Sonstiges".

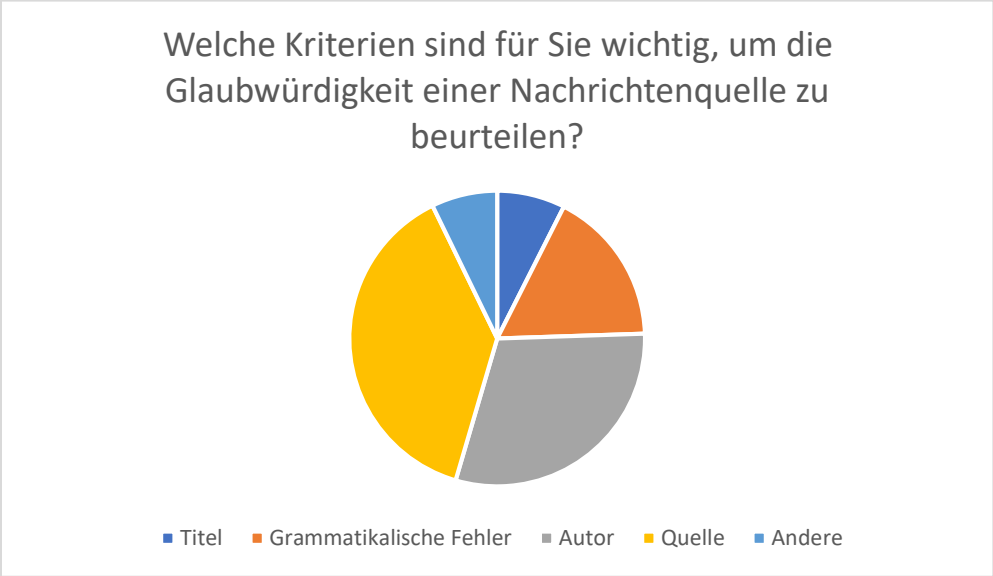
Das größte Segment stellt die Befragten dar, die der "Quelle" der Nachricht Priorität einräumen. Dies deutet darauf hin, dass die Herkunft der Informationen für viele Personen der wichtigste Faktor bei der Beurteilung der Glaubwürdigkeit einer Nachricht ist. Das Vertrauen in die Quelle deutet darauf hin, dass sich die Befragten in hohem Maße auf den Ruf und die Zuverlässigkeit der Nachrichtenagentur oder des Herausgebers verlassen.

Das graue Segment, das ebenfalls beträchtlich ist, repräsentiert diejenigen, die "Autor" als kritisches Kriterium betrachten. Dies deutet darauf hin, dass viele Befragte die Glaubwürdigkeit, das Fachwissen und den Ruf des Autors hinter dem Nachrichtenartikel schätzen, wenn sie dessen Zuverlässigkeit beurteilen. Die Identität und die Erfolgsbilanz des Autors werden also als wichtige Indikatoren für vertrauenswürdige Informationen angesehen.

Das orangefarbene Segment, das für "Grammatikfehler" steht, zeigt, dass einige Befragte die Glaubwürdigkeit einer Nachrichtenquelle anhand der Qualität des Schreibens beurteilen. Schlechte Grammatik kann diesen Personen signalisieren, dass der Inhalt nicht professionell produziert oder vertrauenswürdig ist, was die wahrgenommene Zuverlässigkeit der Nachrichten untergraben könnte.

Das blaue Segment mit der Bezeichnung "Titel" ist das kleinste, was darauf hindeutet, dass nur wenige Befragte den Titel der Nachricht als Hauptkriterium für die Glaubwürdigkeit ansehen. Diese Gruppe achtet jedoch möglicherweise darauf, ob der Titel reißerisch oder irreführend ist, was ihre Wahrnehmung der Vertrauenswürdigkeit des Artikels beeinflussen könnte.

Grafik #25



Quelle: Von den MILES-Projektpartnern gesammelte Daten. Grafik bearbeitet von OLAE.

5.10 Verhalten bei der Informationssuche

Häufigkeit der Einholung zusätzlicher Informationen

Das nachstehende Balkendiagramm (Diagramm Nr. 26) zeigt, wie oft die Befragten zusätzliche Informationen einholen, um die Richtigkeit von Nachrichtenberichten oder Artikeln zu überprüfen. Das Diagramm ist in vier Kategorien unterteilt: "Nie", "Häufig", "Sehr oft" und "Immer".

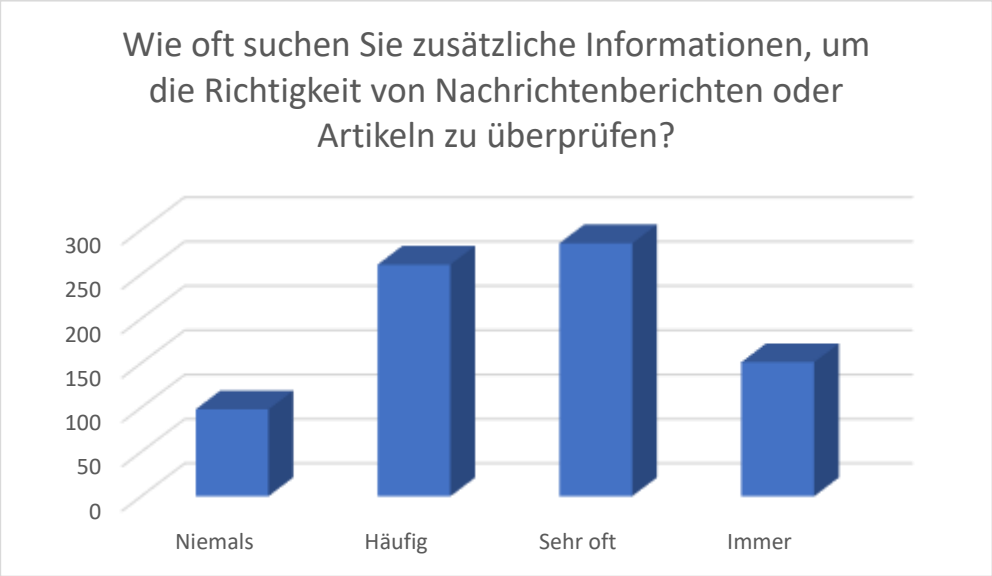
Die Mehrheit der Befragten sucht regelmäßig nach zusätzlichen Informationen, um die Richtigkeit der Nachrichten zu überprüfen. Dies deutet auf ein starkes Engagement dieser Befragten hin, um sicherzustellen, dass die von ihnen konsumierten Informationen zuverlässig und korrekt sind, was eine kritische Einstellung zum Medienkonsum widerspiegelt.

Eine beträchtliche Anzahl der Befragten gibt an, dass sie Nachrichtenberichte konsequent überprüfen. Diese Gruppe ist wahrscheinlich sehr gewissenhaft bei der Überprüfung von Fakten, was darauf hindeutet, dass sie sehr vorsichtig mit den Informationen sind, denen sie vertrauen und die sie weitergeben, oder zumindest glauben, dass sie dies tun.

Nur ein kleiner Teil der Befragten überprüft nicht die Richtigkeit von Nachrichten, oder zumindest sehen sie sich selbst so handeln. Dies deutet darauf hin, dass die Mehrheit der Teilnehmende an dieser Umfrage zumindest in gewissem Maße auf die Richtigkeit der Informationen achtet, auf die sie stoßen.

Insgesamt zeigt das Schaubild Nr. 26, dass die meisten Befragten sich aktiv um die Überprüfung der Richtigkeit von Nachrichten bemühen, wobei viele dies häufig oder sehr häufig tun. Dies deutet auf ein hohes Maß an Medienkompetenz bei den Befragten hin, da sie erkennen, wie wichtig es in einer Zeit, in der sich Fehlinformationen leicht verbreiten können, ist, Informationen gegenzuprüfen.

Grafik #26



Quelle: Von den MILES-Projektpartnern gesammelte Daten. Grafik bearbeitet von OLAE.

Quellen, wo Sie zusätzliche Informationen finden können

Diagramm 27 zeigt die Quellen, bei denen die Befragten in der Regel zusätzliche Informationen suchen, um die Richtigkeit von Nachrichtenberichten oder Artikeln zu überprüfen, wobei mehrere Auswahlmöglichkeiten zur Verfügung stehen. Die Befragten konnten aus fünf Kategorien wählen: "Offizielle Regierungswebseiten", "Websites zur Überprüfung der Fakten", "vertrauenswürdige Nachrichten", "akademische oder Forschungsarbeiten" und "andere (bitte angeben)".

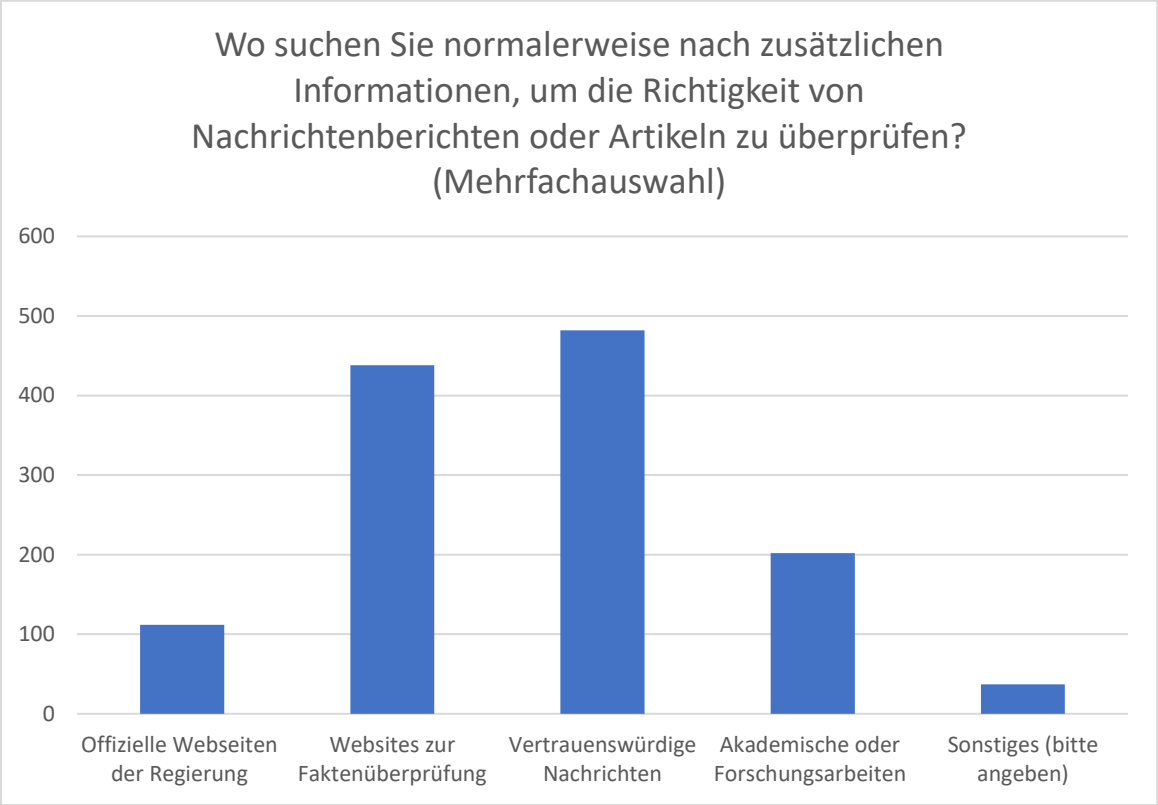
Die beliebtesten Quellen für die Überprüfung sind "Fact-Checking-Websites" und "vertrauenswürdige Nachrichten", was darauf hindeutet, dass sich viele Befragte auf diese Quellen verlassen, um die Richtigkeit von Informationen zu bestätigen. Dies deutet darauf hin, dass die Befragten großen Wert auf etablierte Faktenprüfungsdienste und Nachrichtenkanäle legen, die sie für zuverlässig halten.

"Akademische oder Forschungsarbeiten" werden ebenfalls von einer beträchtlichen Anzahl der Befragten genutzt, wenn auch weniger häufig als die ersten beiden Kategorien. Dies deutet darauf hin, dass einige Personen wissenschaftliche Quellen für eine eingehendere oder spezialisierte Überprüfung nutzen, was eine Präferenz für evidenzbasierte Informationen widerspiegelt.

Die Antworten auf "Offizielle Regierungswebseiten" deuten darauf hin, dass weniger Befragte diese Seiten zur Überprüfung von Nachrichten nutzen, vielleicht aufgrund von Bedenken hinsichtlich Voreingenommenheit oder Zugänglichkeit. Die Kategorie "Sonstiges" schließlich wird am wenigsten genutzt, was darauf hindeutet, dass einige Befragte zwar alternative Methoden oder Quellen zur Verifizierung nutzen, diese aber nicht so verbreitet sind.

Insgesamt bevorzugt die Mehrheit der Befragten die Nutzung vertrauenswürdiger und etablierter Quellen, wie z. B. Fact-Checking-Websites und seriöse Nachrichtensender, um die Richtigkeit der Informationen, auf die sie stoßen, zu überprüfen. Dies spiegelt einen gewissenhaften Ansatz beim Medienkonsum wider, bei dem die Überprüfung von Fakten eine Schlüsselkomponente bei der Interaktion mit Nachrichteninhalten ist.

Grafik #27



Quelle: Von den MILES-Projektpartnern gesammelte Daten. Grafik bearbeitet von OLAE.

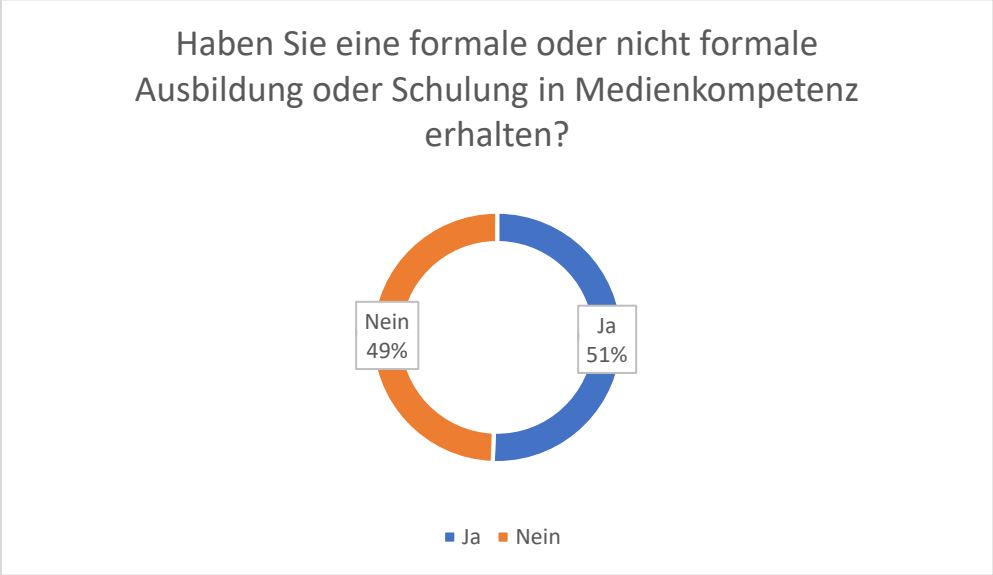
5.11 Medienkompetenz und -erziehung

Die Tatsache, dass 51 % der Befragten in irgendeiner Form eine formale oder nicht-formale Ausbildung zur Medienkompetenz erhalten haben, ist ein positives Zeichen dafür, dass das Bewusstsein und das Verständnis für Medienkompetenz immer weiter verbreitet sind. Dies deutet darauf hin, dass ein beträchtlicher Teil der Bevölkerung mit den notwendigen Fähigkeiten ausgestattet ist, um die Informationen, die sie in verschiedenen Medien finden, kritisch zu analysieren und zu bewerten, was im heutigen digitalen Zeitalter, in dem Fehlinformationen und Fake News weit verbreitet sind, von entscheidender Bedeutung ist.

Dies bedeutet jedoch auch, dass fast die Hälfte der Befragten, nämlich 49 %, keine Medienkompetenzerziehung erhalten hat, was auf eine Lücke hinweist, die es zu schließen gilt. Die fehlende Medienkompetenzerziehung für diese Gruppe könnte sie anfälliger für Fehlinformationen machen und sie weniger in der Lage machen, glaubwürdige Informationen von Unwahrheiten zu unterscheiden. Dies unterstreicht, wie wichtig es ist, Medienkompetenzprogramme auszuweiten, um ein breiteres Publikum zu erreichen und sicherzustellen, dass mehr Menschen darauf vorbereitet sind, sich in der komplexen Medienlandschaft zurechtzufinden. Eine Ausweitung dieser Bildungsanstrengungen, sowohl formell in Schulen als auch informell durch Gemeinschaftsprogramme oder Online-Ressourcen, könnte die Fähigkeit der Öffentlichkeit, sich kritisch mit den Medien auseinanderzusetzen, erheblich verbessern und die Auswirkungen von Fehlinformationen verringern. In Verbindung mit den oben genannten Ergebnissen (d. h. die Mehrheit glaubt,

Fake News zu erkennen, die Auswirkungen von Fake News auf die Demokratie, das Leben, die Gesundheit usw. zu verstehen) könnte dies jedoch darauf hindeuten, dass sie es auch ohne formale oder nicht formale Bildung schaffen können. Dies könnte also ein Zeichen dafür sein, dass die Menschen ihr Verhalten gegenüber Desinformation verbessern können, wenn sie wirklich gewillt sind, sich vor Fake News zu schützen und die Verbreitung von Desinformation zu verhindern, aber vielleicht wären sie effektiver, wenn sie von einer zusätzlichen Schulung oder Ausbildung profitieren würden. Dies eröffnet eine neue Diskussion und Raum für weitere Forschung zu diesem Thema.

Grafik #28



Quelle: Von den MILES-Projektpartnern gesammelte Daten. Grafik bearbeitet von OLAE.

Mittel zur Entwicklung von Medienkompetenz oder Fähigkeiten zum kritischen Denken

Das Tortendiagramm Nr. 29 veranschaulicht die verschiedenen Mittel, die die Befragten zur Entwicklung ihrer Medienkompetenz oder ihrer Fähigkeiten zum kritischen Denken eingesetzt haben. Das Diagramm ist in mehrere Segmente unterteilt, die jeweils unterschiedliche Methoden des Lernens oder der Kompetenzentwicklung darstellen.

Das größte Segment stellen die Befragten dar, die an "Face-to-face-Schulungen" teilgenommen haben: 119 von 470 Personen wählten diese Option. Dies zeigt, dass 25 % der Befragten direkte, interaktive Lernumgebungen schätzen, in denen sie in Echtzeit mit Ausbildern und anderen Teilnehmenden in Kontakt treten können.

Danach folgt das gelbe Segment "Videos ansehen", das von 90 Befragten gewählt wurde. Dies deutet darauf hin, dass ein Teil der Befragten visuelle und selbstgesteuerte Lernmethoden bevorzugt, die leichter zugänglich und flexibler sind.

Das orangefarbene Segment zeigt, dass 67 Befragte "Online-Kurse" genutzt haben, um ihre Medienkompetenz oder ihre Fähigkeiten zum kritischen Denken zu entwickeln.

Das grüne Segment, das repräsentiert diejenigen , die "Keine der oben genannten Methoden" verwendet haben, umfasst 72 Befragte. Dies deutet darauf hin, dass 15,3 % der Teilnehmenden nicht aktiv versuchen, diese Fähigkeiten zu entwickeln, oder dass sie sich auf andere informelle Methoden verlassen, die in der Tabelle nicht aufgeführt sind.

Das graue Segment "Lesen von Büchern, Artikeln" wurde von 32 Befragten ausgewählt, was zeigt, dass einige traditionelle textbasierte Lernmaterialien bevorzugen, um ihr Verständnis zu verbessern.

Das hellblaue Segment "Podcasts anhören" wurde von 52 Befragten gewählt. Dies zeigt, dass Audio-Inhalte, die unterwegs konsumiert werden können, ebenfalls eine beliebte Methode zur Kompetenzentwicklung sind.

Das kleinste Segment schließlich, das mit "Andere Mittel" bezeichnet ist, umfasst 38 Befragte, die möglicherweise alternative Methoden verwenden, die in den anderen Kategorien nicht erfasst sind.

Insgesamt zeigt das Diagramm, dass die Befragten eine Vielzahl von Methoden nutzen, um ihre Medienkompetenz und ihre Fähigkeiten zum kritischen Denken zu entwickeln, wobei eine deutliche Präferenz für persönliche Schulungen und visuelle Inhalte besteht. Diese Vielfalt der Lernpräferenzen unterstreicht, wie wichtig es ist, eine Reihe von Bildungsressourcen anzubieten, um den unterschiedlichen Bedürfnissen und Lernstilen gerecht zu werden.

Grafik #29

Quelle: Von den MILES-Projektpartnern gesammelte Daten. Grafik bearbeitet von OLAE.

Bevorzugte Lernformate

Das nächste Tortendiagramm zeigt die bevorzugten Lernformate der Befragten, wobei Mehrfachnennungen möglich sind. Das Diagramm ist in Segmente unterteilt, die die verschiedenen von den Befragten bevorzugten Formate für die Teilnahme an Lernaktivitäten angeben.

Das größte Segment, das in Orange dargestellt ist, sind "Online-Kurse", wobei 308 Befragte diese Option gewählt haben. Dies deutet darauf hin, dass Online-Kurse das beliebteste Lernformat unter den Befragten sind, wahrscheinlich aufgrund ihrer Flexibilität, Zugänglichkeit und des strukturierten Charakters, den sie bieten.

Das blaue Segment zeigt an, dass 301 Befragte persönliches Lernen bevorzugen. Dies zeigt eine starke Vorliebe für traditionelle Klassenzimmer, in denen eine direkte Interaktion mit Ausbildern und Kollegen möglich ist, was eine engagiertere und dynamischere Lernerfahrung ermöglicht.

Das gelbe Segment steht für "Artikel", die von 140 Befragten gewählt wurden. Dies spiegelt die Beliebtheit des visuellen Lernens wider, bei dem Inhalte in einem leicht verdaulichen Format konsumiert werden können, wodurch komplexe Themen oft besser verständlich werden.

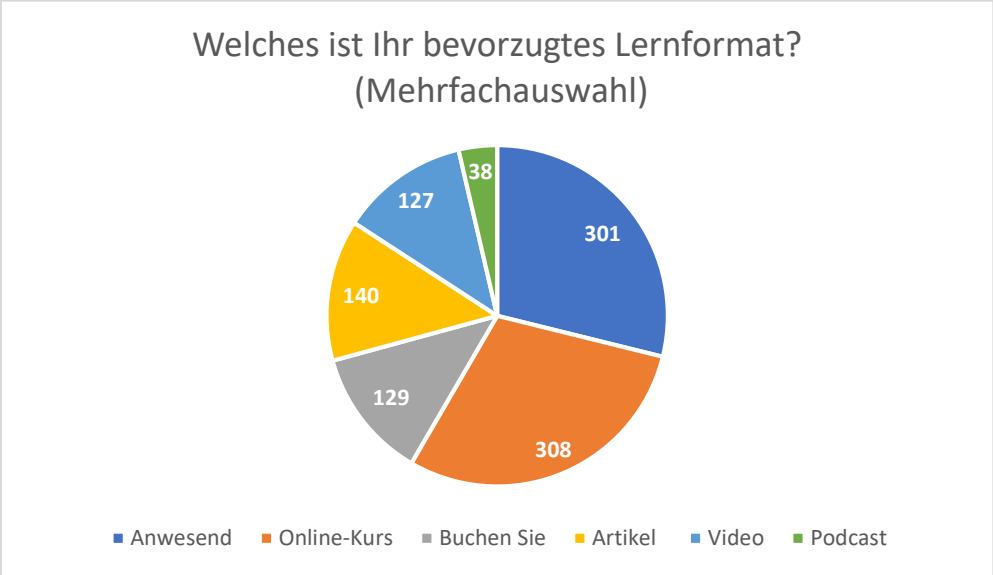
Das graue Segment zeigt, dass 129 Befragte das Lernen mit Hilfe von "Büchern" bevorzugen, was die anhaltende Attraktivität des textbasierten Lernens unterstreicht, bei dem ausführliche Informationen und detaillierte Erklärungen häufig zu finden sind.

Das hellblaue Segment, das für "Videos" steht, wurde von 127 Befragten ausgewählt. Diese Wahl zeigt, dass viele Befragte Wert auf prägnante, konzentrierte schriftliche Inhalte legen, die schnell gelesen und verstanden werden können.

Das kleinste Segment sind "Podcasts": 38 Befragte bevorzugen dieses Format. Diese Option ist zwar weniger populär als die anderen, zeigt aber, dass einige Personen gerne mit Audio-Inhalten lernen, die bequem während Aktivitäten wie Pendeln oder Sport konsumiert werden können.

Insgesamt zeigt das Diagramm, dass Online-Kurse und persönliches Lernen zwar die bevorzugten Formate sind, dass aber auch ein großes Interesse an Videos, Büchern und Artikeln besteht. Diese Vielfalt an Präferenzen unterstreicht, wie wichtig es ist, eine Vielzahl von Lernformaten anzubieten, um unterschiedlichen Lernstilen und Bedürfnissen gerecht zu werden.

Grafik #30



Quelle: Von den MILES-Projektpartnern gesammelte Daten. Grafik bearbeitet von OLAE.

Präferenzen für Themen in einem Kurs über Medienkompetenz und kritisches Denken

Das nachstehende Diagramm (Schaubild 31) zeigt die Präferenzen der Befragten in Bezug auf die Themen eines Kurses zur Entwicklung von Medienkompetenz und Fähigkeiten zum kritischen Denken. Das Diagramm stellt mehrere Themen vor und zeigt, wie viele Befragte Interesse an jedem Thema bekundeten.

Das beliebteste Thema ist "Wie erkenne ich Fake News und Fehlinformationen?", was darauf hindeutet, dass eine große Zahl der Befragten lernen möchte, wie man falsche oder irreführende Informationen erkennt und vermeidet. Dies spiegelt die weit verbreitete Sorge über die Verbreitung von Fake News und den Wunsch nach Instrumenten zu deren Bekämpfung wider.

Das zweit beliebteste Thema ist "Zugang zu und Auffinden von geeigneten Medien und Informationen", das ebenfalls auf großes Interesse stieß. Dies deutet darauf hin, dass die Befragten ihre Fähigkeit verbessern wollen, zuverlässige und relevante Informationsquellen zu finden, eine Schlüsselkomponente der Medienkompetenz.

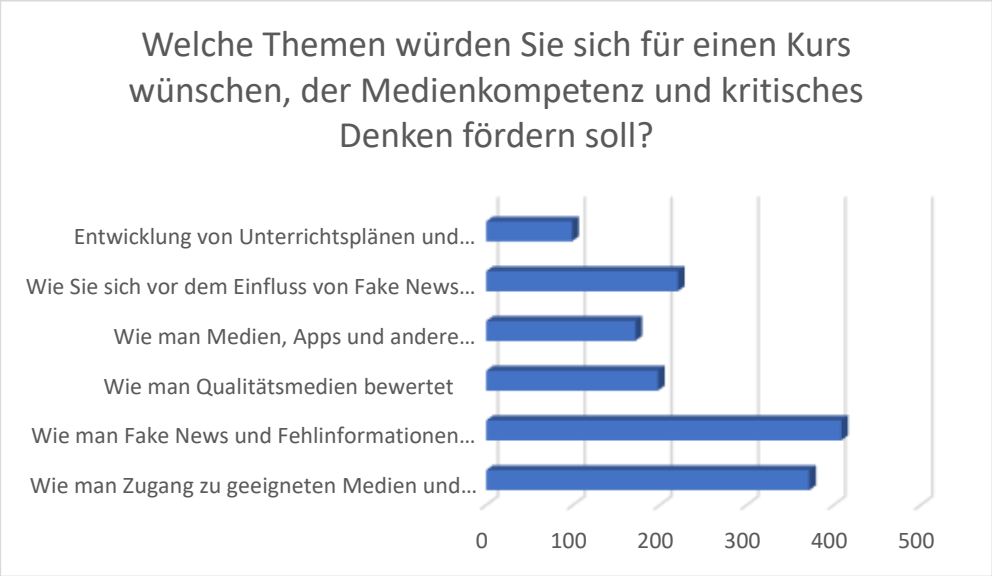
Auch die Fragen "Wie man sich vor dem Einfluss der Medien schützen kann" und "Wie man die Qualität der Medien bewertet" stießen auf großes Interesse. Die Befragten sind daran interessiert, Fähigkeiten zur Bewertung der Glaubwürdigkeit und Qualität von Medieninhalten zu entwickeln, was für einen informierten Medienkonsum unerlässlich ist.

"Wie nutze ich Medien, Apps und andere Tools in..." und sind ebenfalls bemerkenswert, auch wenn weniger Befragte diese Themen ausgewählt haben. Diese Bereiche sprechen wahrscheinlich diejenigen an, die ihre praktischen Fähigkeiten im Umgang mit digitalen Werkzeugen verbessern wollen oder die sich Sorgen über den Einfluss der Medien auf ihre persönlichen Entscheidungen machen.

Das am wenigsten beliebte Thema ist "Wie man Unterrichtspläne entwickelt und einbezieht...", was darauf hindeutet, dass weniger Befragte an diesem Bildungsansatz interessiert sind, möglicherweise weil er spezieller ist oder sich an Pädagog*innen richtet.

Insgesamt zeigt das Diagramm Nummer 30 ein starkes Interesse daran, zu lernen, wie man Fehlinformationen erkennt und die Qualität der Medien bewertet, was die Bedeutung dieser Fähigkeiten in der heutigen informationsreichen Umgebung unterstreicht. Die Vielfalt der gewählten Themen spiegelt auch die unterschiedlichen Bedürfnisse und Anliegen der Befragten in Bezug auf Medienkompetenz und kritisches Denken wider.

Grafik #31



Quelle: Von den MILES-Projektpartnern gesammelte Daten. Grafik bearbeitet von OLAE.

5.12 Ergebnisse der Schüler*innenbefragung

In Bezug auf die Umfrage unter Schüler*innen, die Perspektiven von 364 jungen Menschen, die uns in zehn europäischen Ländern der Projektpartner geantwortet haben, haben wir einige wichtige Erkenntnisse gewonnen, die auf den nächsten Seiten erläutert werden.

Was sind Fake News?

Das nächste Balkendiagramm (Schaubild Nr. 32) veranschaulicht die Wahrnehmung der Befragten, was "Fake News" ausmacht. Das Diagramm ist in drei Kategorien unterteilt, die jeweils eine andere Definition oder ein anderes Merkmal von "Fake News" darstellen, wie sie von den Studenten befragt wurden.

Die erste Kategorie "Absichtlich falsch geschriebene Nachrichten" zeigt, dass eine beträchtliche Anzahl der Befragten der Meinung ist, dass Fake News Inhalte umfassen, die absichtlich erstellt wurden, um in die Irre zu führen oder falsche Informationen zu liefern. Dies

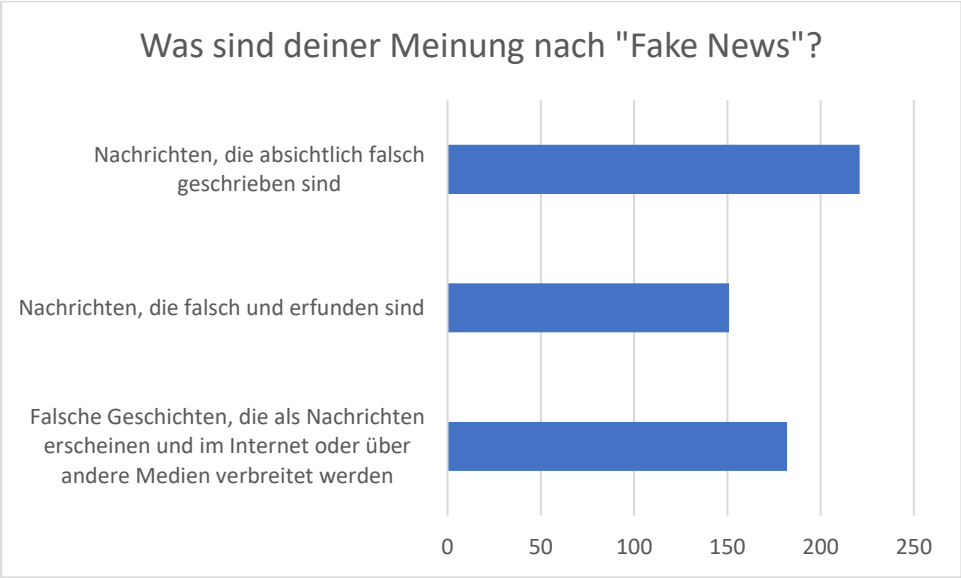
unterstreicht das gemeinsame Verständnis, dass absichtliche Täuschung ein Kernelement von Fake News ist.

Die zweite Kategorie, "Nachrichten, die falsch und erfunden sind", spiegelt eine starke Übereinstimmung unter den Befragten wider, dass Fake News aus komplett erfundenen Geschichten bestehen, die keine Grundlage in den Fakten haben. Dies deutet darauf hin, dass die Befragten den Unterschied zwischen ungenauer Berichterstattung und komplett erfundenen Nachrichten erkennen.

Die dritte Kategorie, "Falsche Geschichten, die wie Nachrichten aussehen und im Internet oder über andere Medien verbreitet werden", zeigt, dass viele Befragte die Verbreitung von Falschinformationen, insbesondere über digitale Plattformen, als charakteristisches Merkmal von Fake News ansehen. Dies deutet auf ein Bewusstsein für die Rolle hin, die das Internet und die sozialen Medien bei der Verbreitung von Fehlinformationen spielen.

Insgesamt zeigt das Schaubild Nummer 32, dass die Befragten ein umfassendes Verständnis von Fake News haben, das absichtliche Unwahrheiten, erfundene Geschichten und die Verbreitung solcher Inhalte über verschiedene Medienkanäle umfasst. Dies spiegelt eine differenzierte Sichtweise der verschiedenen Formen wider, die Fake News annehmen können, sowie der Mechanismen, über die sie sich verbreiten.

Grafik #32



Quelle: Von den MILES-Projektpartnern gesammelte Daten. Grafik bearbeitet von OLAE.

Sensibilisierung für Fake News

Das nächste Diagramm (#Diagramm 33) veranschaulicht, wie die Befragten feststellen, dass es sich bei einer Nachricht um eine Fälschung handelt. Das Diagramm ist in drei Segmente unterteilt, die jeweils eine andere Methode darstellen, mit der die Befragten Fake News erkennen.

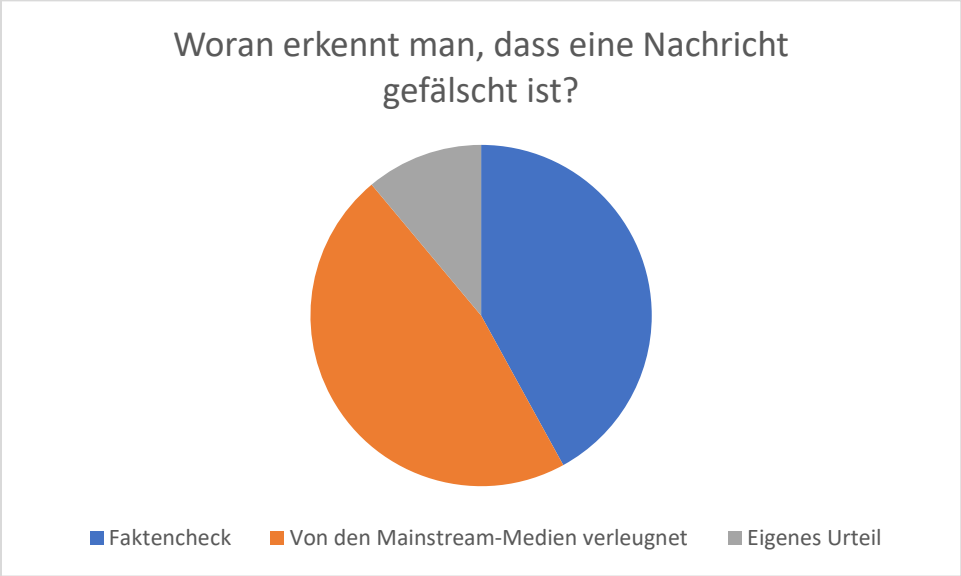
Das größte Segment (+) besteht aus Befragten, die sich auf "faktengeprüfte" Informationen verlassen, um festzustellen, ob eine Nachricht gefälscht ist. Dies deutet darauf hin, dass viele Befragte auf Faktenprüfungsprozesse oder -plattformen vertrauen und sich auf diese verlassen, um die Richtigkeit der Nachrichten zu überprüfen, auf die sie stoßen.

Befragte, die glauben, dass Nachrichten gefälscht sind, wenn sie "von den Mainstream-Medien angeprangert wurden". Dieser Anteil ist ebenfalls beträchtlich, was zeigt, dass ein erheblicher Teil der Befragten sich auf die Anprangerung oder Korrektur von Nachrichten durch die Mainstream-Medien als Signal dafür verlässt, dass die Informationen falsch sind.

Die Befragten, die ihr "eigenes Urteilsvermögen" nutzen, um Fake News zu erkennen, stellen zwar das kleinste Segment dar, zeigen aber dennoch, dass sich einige Personen auf ihre persönliche Einschätzung oder Intuition verlassen, um die Glaubwürdigkeit einer Nachricht zu bestimmen.

Insgesamt legen die meisten Befragten bei der Erkennung von Fake News großen Wert auf eine externe Überprüfung, entweder durch Faktenchecks oder die Mainstream-Medien, während eine kleinere Gruppe bei dieser Entscheidung auf ihr eigenes Urteilsvermögen vertraut. Diese Verteilung spiegelt die Bedeutung maßgeblicher Quellen bei der Bekämpfung von Fehlinformationen und das unterschiedliche Vertrauen der Befragten in ihre eigene Fähigkeit, die Wahrheit zu erkennen, wider.

Grafik #33



Quelle: Von den MILES-Projektpartnern gesammelte Daten. Grafik bearbeitet von OLAE.

Nutzung von Plattformen der sozialen Medien

Das Balkendiagramm (Schaubild Nr. 34) zeigt die Nutzung verschiedener sozialer Medienplattformen durch die Befragten. Jede Plattform ist auf der vertikalen Achse aufgelistet, während die Anzahl der Nutzer*innen auf der horizontalen Achse dargestellt ist.

Die beliebtesten Plattformen unter den Befragten sind TikTok, Instagram und WhatsApp, die jeweils einen hohen Nutzungsgrad aufweisen. TikTok und Instagram sind besonders auffällig, mit Balken, die sich am weitesten nach rechts erstrecken, was darauf hindeutet, dass diese Plattformen von einem großen Teil der Befragten genutzt werden. WhatsApp weist ebenfalls eine hohe Nutzung auf, was seine Beliebtheit als Messaging-Plattform widerspiegelt.

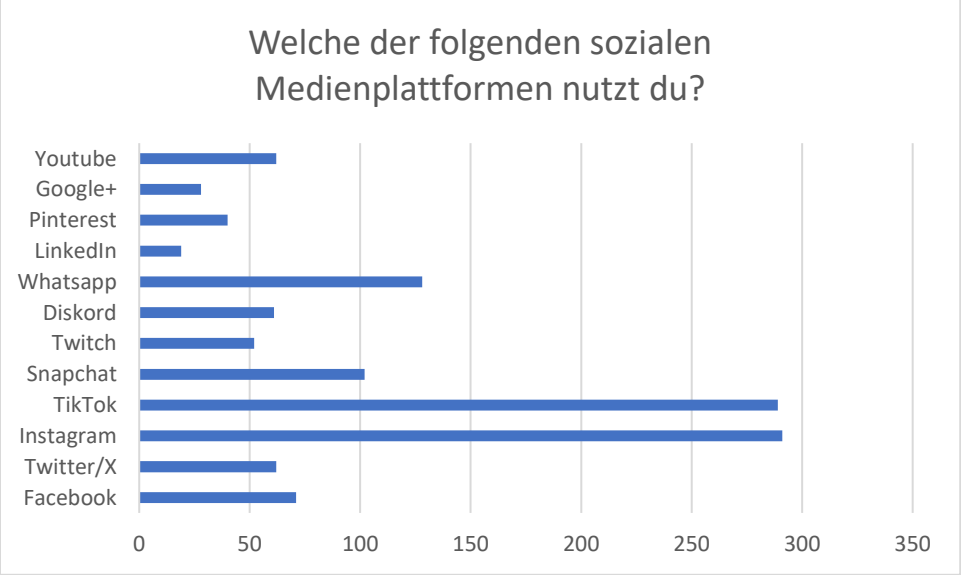
Facebook ist zwar immer noch weit verbreitet, wird aber im Vergleich zu TikTok und Instagram etwas weniger genutzt, was darauf hindeutet, dass es zwar weiterhin eine wichtige Plattform ist, aber möglicherweise bei anderen Bevölkerungsgruppen oder für andere Zwecke beliebter ist.

Andere Plattformen wie YouTube, Snapchat und Twitter/X werden ebenfalls stark genutzt, wenn auch weniger als die führenden Plattformen. Dies deutet darauf hin, dass diese Plattformen zwar beliebt sind, aber von den Umfrageteilnehmendenn nicht so stark genutzt werden wie TikTok, Instagram und WhatsApp.

Zu den weniger häufig genutzten Plattformen gehören Google+, Pinterest, LinkedIn, Discord und Twitch, deren viel kürzere Balken auf ein geringeres Engagement hinweisen. Diese Plattformen richten sich möglicherweise eher an ein Nischenpublikum oder an spezielle Zwecke, die für die breitere Befragtenbasis nicht attraktiv sind.

Insgesamt zeigt das Diagramm, dass TikTok, Instagram und WhatsApp die dominierenden Social-Media-Plattformen unter den Befragten sind, was den allgemeinen Trend bei der Nutzung sozialer Medien widerspiegelt, bei dem visuelle Inhalte und Messaging-Apps eine zentrale Rolle in der täglichen Kommunikation und beim Konsum von Inhalten spielen.

Grafik #34



Quelle: Von den MILES-Projektpartnern gesammelte Daten. Grafik bearbeitet von OLAE.

Nachrichtenquellen

Die von den Befragten am häufigsten genutzte Nachrichtenquelle ist "Social Media", mit einer signifikant höheren Anzahl von Nutzer*innen im Vergleich zu anderen Kanälen. Dies deutet darauf hin, dass Social-Media-Plattformen eine dominante Rolle bei der Art und Weise spielen, wie die Befragten auf Nachrichten zugreifen, wahrscheinlich aufgrund der Bequemlichkeit und Unmittelbarkeit, die sie bieten.

"Online"-Quellen wie Nachrichten-Websites oder Apps stehen an zweiter Stelle, werden aber von weit weniger Befragten genutzt als die sozialen Medien. Dies deutet darauf hin, dass traditionelle Online-Nachrichtenplattformen zwar nach wie vor wichtig sind, aber im Vergleich zum sofortigen Zugang über soziale Medien weniger bevorzugt werden.

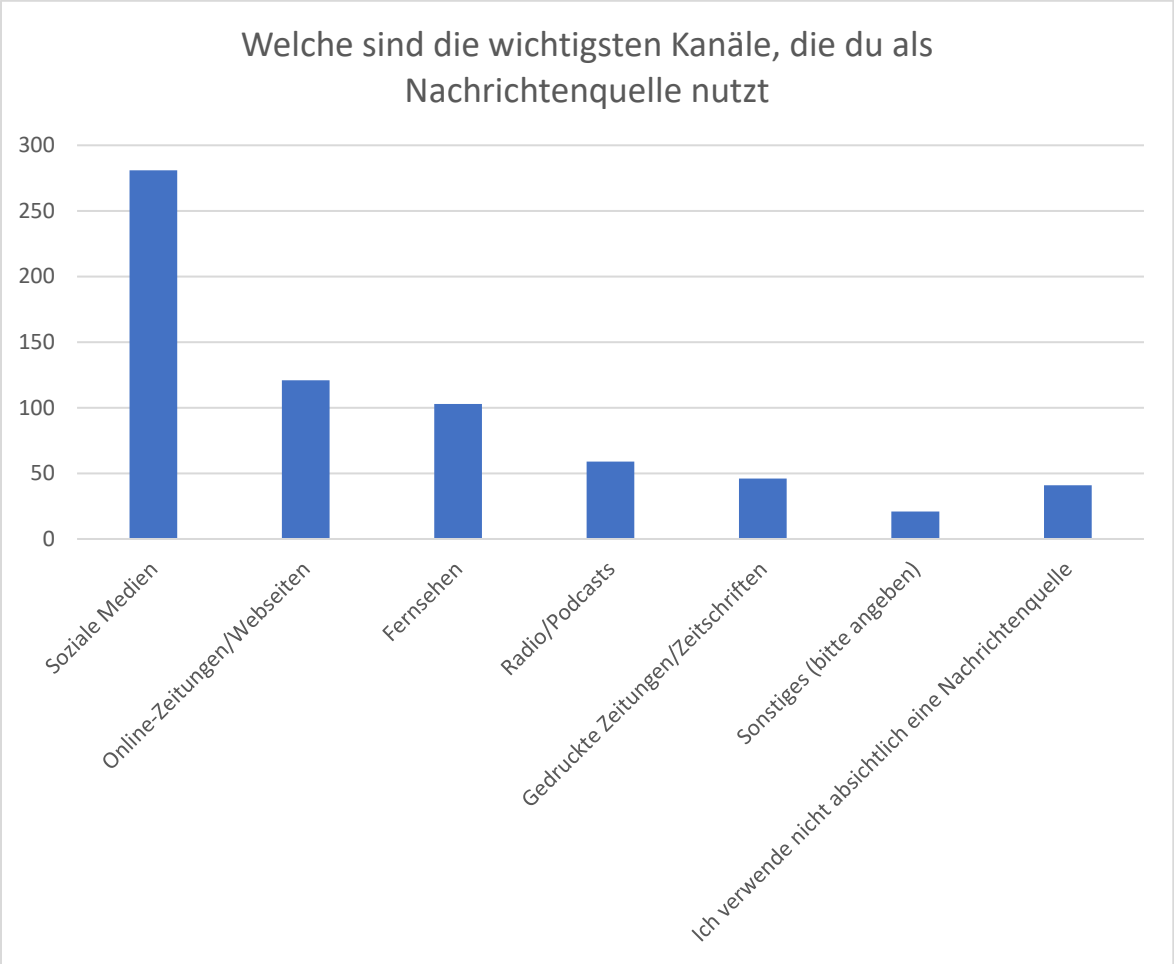
Auch "Fernsehen" und "Radio/Podcasts" werden als Nachrichtenquellen genutzt, wenn auch in geringerem Umfang. Diese traditionellen Medienkanäle sind nach wie vor relevant, insbesondere für diejenigen, die eher strukturierte oder auditive Formen des Nachrichtenkonsums bevorzugen.

"Gedruckte" Nachrichtenquellen wie Zeitungen und Zeitschriften gehören zu den am wenigsten genutzten Kanälen, was eine Abkehr von Printmedien zugunsten von digitalen Plattformen widerspiegelt. Dieser Rückgang steht im Einklang mit den allgemeinen Trends beim Medienkonsum, bei dem der digitale Zugang immer weiter verbreitet ist.

Die Kategorie "Sonstige", die Antworten enthält, in denen die Teilnehmenden alternative Nachrichtenquellen angeben, und die Kategorie "Ich suche nicht gezielt nach Nachrichten" sind beide nur minimal vertreten. Dies deutet darauf hin, dass die meisten Befragten sich aktiv mit Nachrichten über bestimmte Kanäle auseinandersetzen, anstatt passiv auf sie zu stoßen oder sich auf weniger konventionelle Quellen zu verlassen.

Insgesamt spielen die sozialen Medien beim Nachrichtenkonsum der Befragten eine dominierende Rolle, gefolgt von traditionellen Online-Quellen und dem Fernsehen, während Printmedien deutlich weniger genutzt werden. Dies spiegelt die zunehmende Bedeutung digitaler Plattformen für die Art und Weise wider, wie sich die Menschen informieren.

Grafik #35



Quelle: Von den MILES-Projektpartnern gesammelte Daten. Grafik bearbeitet von OLAE.

Bekanntheit der Begegnung mit Fake News in der Vergangenheit

Das Tortendiagramm (Schaubild Nr. 36) veranschaulicht, inwieweit sich die Befragten bewusst sind, dass sie auf Fake News oder bewusst irreführende Informationen gestoßen sind. Den Befragten wurden drei alternative Antworten vorgeschlagen: "Ja (bitte angeben, welche Art)", "Nein" und "Ich bin mir nicht sicher".

Das größte Segment bilden die Befragten, die "Ich bin mir nicht sicher" gewählt haben. Dies deutet darauf hin, dass ein erheblicher Teil der Befragten nicht sicher ist, ob sie auf Fake News oder irreführende Informationen gestoßen sind, was auf mögliche Schwierigkeiten bei der Identifizierung solcher Inhalte oder auf mangelndes Vertrauen in ihre Fähigkeit, diese zu erkennen, hindeutet.

Das zweitgrößte Segment zeigt die Befragten, die mit "Ja" antworteten und zugaben, dass sie Beispiele von Fake News oder irreführenden Informationen gesehen haben. Dies deutet darauf hin, dass sich viele Befragte des Vorhandenseins von Fehlinformationen in den Medien, die sie konsumieren, bewusst sind und möglicherweise bestimmte Beispiele dafür erkennen.

Das kleinste Segment sind diejenigen, die mit "Nein" geantwortet haben, was bedeutet, dass sie keine Fake News oder bewusst irreführende Informationen wahrgenommen haben oder sich sicher sind, dass sie nicht darauf gestoßen sind. Dies könnte darauf zurückzuführen sein, dass sie die Quellen, mit denen sie zu tun haben, für zuverlässig halten oder dass sie mit solchen Inhalten nicht in Berührung gekommen sind.

Grafik #36

Quelle: Von den MILES-Projektpartnern gesammelte Daten. Grafik bearbeitet von OLAE.

Häufigkeit der Begegnung mit Fake News

Die Schüler*innen sind jedoch nicht davon überzeugt, dass sie häufig mit Fake News und Desinformationen konfrontiert werden.

Der größte Balken steht für die Kategorie "Fast nie", was bedeutet, dass die Mehrheit der Befragten angibt, selten auf Fake News zu stoßen. Dies deutet darauf hin, dass die meisten Teilnehmenden entweder glauben, dass sie nicht häufig mit Fake News konfrontiert werden, oder dass sie zuversichtlich sind, dass sie diese vermeiden können.

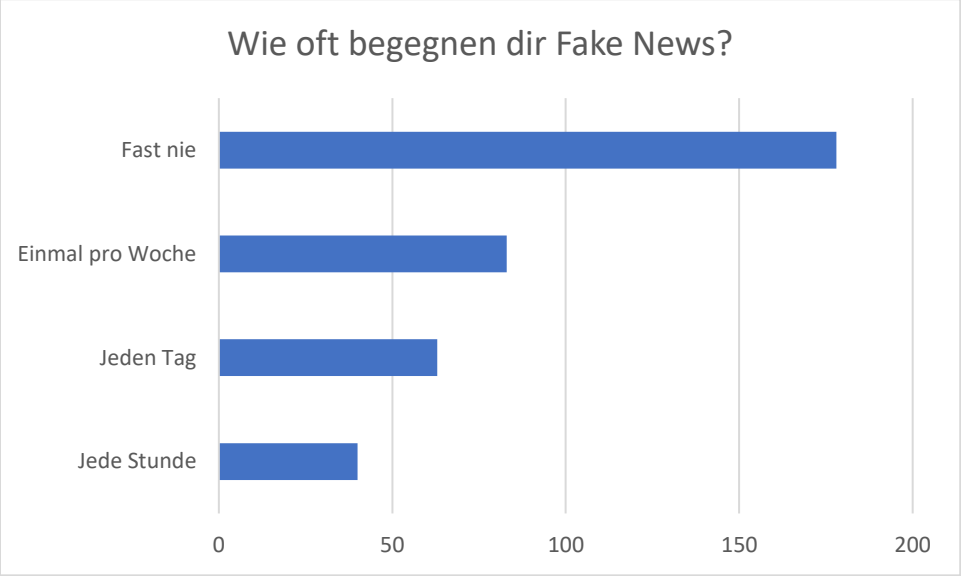
Die Kategorie "Einmal pro Woche" zeigt, dass eine mäßige Anzahl der Befragten wöchentlich mit Fake News in Berührung kommt. Dies spiegelt einen regelmäßigeren, aber immer noch begrenzten Kontakt mit Fehlinformationen wider.

Die Kategorie "Jeden Tag" zeigt, dass weniger Befragte täglich mit Fake News in Berührung kommen. Diese Gruppe ist möglicherweise stärker mit Medien oder sozialen Plattformen beschäftigt, auf denen Fake News häufiger vorkommen.

Die Kategorie "Jede Stunde" deutet darauf hin, dass nur eine kleine Anzahl der Befragten in dieser Häufigkeit mit Fake News in Berührung kommt. Dazu könnten Personen gehören, die in den sozialen Medien oder auf anderen Online-Plattformen sehr aktiv sind, wo sich Fehlinformationen schnell verbreiten.

Während einige der Befragten glauben, dass sie regelmäßig mit Fake News konfrontiert werden, ist die Mehrheit der Befragten nur selten damit konfrontiert. Dies unterstreicht die unterschiedlichen Erfahrungen des Einzelnen, wenn es um den Umgang mit Fehlinformationen geht, und deutet darauf hin, dass Fake News zwar ein Problem darstellen, aber für die meisten Menschen nicht ständig präsent sind.

Grafik #37



Quelle: Von den MILES-Projektpartnern gesammelte Daten. Grafik bearbeitet von OLAE.

Freunde oder Verwandte verbreiten gefälschte Nachrichten

Das Balkendiagramm (Schaubild Nr. 38) zeigt die Antworten der Befragten auf die Frage, ob sie Freunde oder Familienmitglieder haben, die absichtlich Fake News verbreitet haben. Die Antworten sind in drei Optionen unterteilt: "Ja", "Nein" und "Ich bin mir nicht sicher".

Die meisten Antworten fallen in die Kategorie "Nein", was bedeutet, dass die Mehrheit der Befragten glaubt, dass ihre Freunde oder Familienmitglieder nicht absichtlich Fake News verbreitet haben. Dies deutet auf ein allgemeines Vertrauen der Befragten hin, dass ihre engen sozialen Kreise nicht an der absichtlichen Verbreitung von Fehlinformationen beteiligt sind.

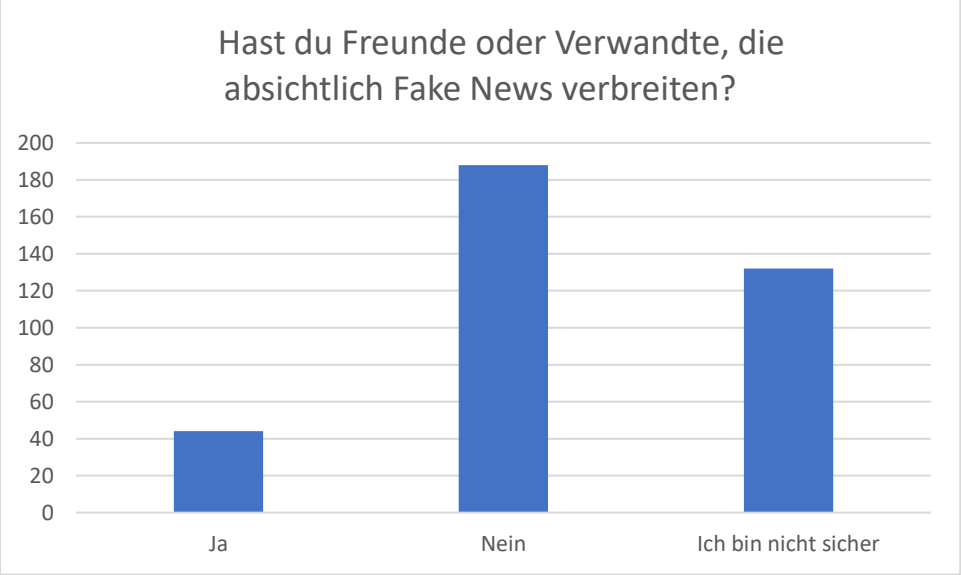
Die Kategorie "Ich bin mir nicht sicher" zeigt, dass ein erheblicher Teil der Befragten nicht sicher ist, ob ihre Freunde oder Familienmitglieder absichtlich Fake News verbreitet haben. Diese Ungewissheit könnte auf die Schwierigkeit zurückzuführen sein, die Absichten anderer zu erkennen, oder auf ein mangelndes Bewusstsein für die Inhalte, die von den ihnen nahestehenden Personen geteilt werden.

Die Kategorie "Ja" zeigt, dass eine kleinere Anzahl der Befragten glaubt, Freunde oder Familienmitglieder zu haben, die absichtlich Fake News verbreiten. Obwohl diese Gruppe die

kleinste ist, zeigt sie dennoch, dass die absichtliche Verbreitung von Fehlinformationen für einige Personen ein Problem darstellt.

Insgesamt vertrauen die meisten Befragten zwar darauf, dass in ihren sozialen Kreisen keine absichtlichen Fake News verbreitet werden, aber es gibt immer noch ein beachtliches Maß an Unsicherheit und eine gewisse Besorgnis über absichtliche Fehlinformationen in persönlichen Netzwerken.

Grafik #38



Quelle: Von den MILES-Projektpartnern gesammelte Daten. Grafik bearbeitet von OLAE.

Erfahrung mit der Kennzeichnung von Fake News

Das Tortendiagramm (Schaubild Nr. 39) veranschaulicht die Erfahrungen der Befragten mit der Meldung von Fake News oder damit, jemanden zu kennen, der dies getan hat. Die Frage konnte mit Ja oder Nein beantwortet werden.

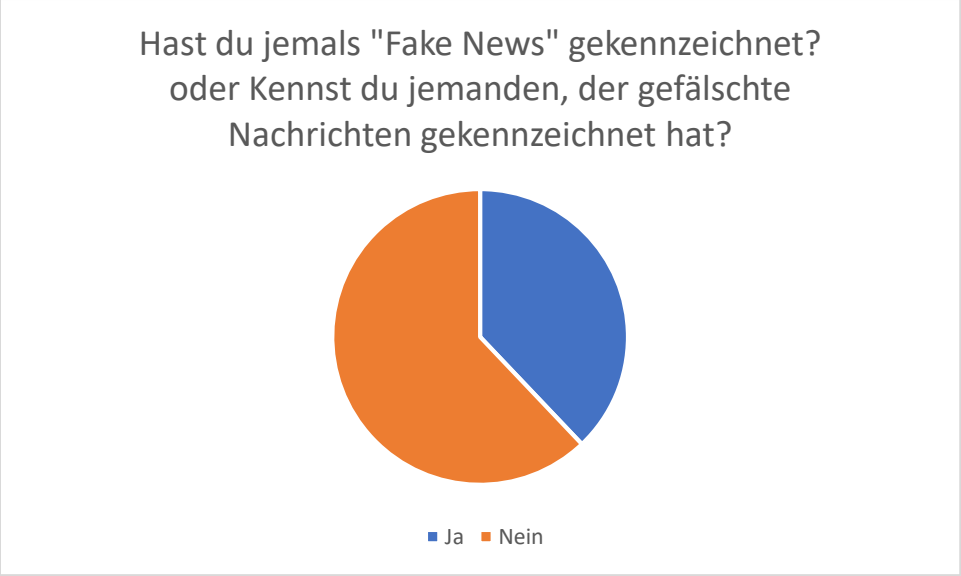
Das größere Segment stellt die Befragten dar, die mit "Nein" geantwortet haben, was darauf hinweist, dass die Mehrheit der Teilnehmenden selbst keine Fake News gemeldet hat oder niemanden kennt, der dies getan hat. Dies deutet darauf hin, dass das Bewusstsein für Fake News zwar hoch sein mag, dass aber das Kennzeichnen oder Melden von Fake News in dieser Gruppe von Befragten weniger verbreitet ist.

Das kleinere Segment stellt diejenigen dar, die mit "Ja" geantwortet haben, was darauf hinweist, dass ein kleinerer Teil der Befragten entweder Fake News gemeldet hat oder jemanden kennt, der dies getan hat. Dies spiegelt einen proaktiven Ansatz einiger Personen bei der Bekämpfung von Fehlinformationen wider, auch wenn es sich dabei offenbar um ein Minderheitenverhalten handelt.

Insgesamt bemühen sich zwar einige der Befragten, Fake News zu erkennen und zu melden, aber die Mehrheit hat sich nicht an der Kennzeichnung solcher Inhalte beteiligt. Dies könnte

darauf hindeuten, dass das Bewusstsein für solche Inhalte geschärft werden muss oder dass es für die Menschen einfacher ist, gegen Fehlinformationen vorzugehen.

Grafik #39



Quelle: Von den MILES-Projektpartnern gesammelte Daten. Grafik bearbeitet von OLAE.

Umfeld, in dem Fake News diskutiert werden

Das nächste Balkendiagramm (Grafik Nr. 40) veranschaulicht die verschiedenen Kontexte, in denen die Befragten das Thema Fake News diskutiert haben. Das Diagramm enthält mehrere Kategorien: "In der Schule", "Mit Freunden", "In der Familie", "Am Arbeitsplatz", "An anderen Orten" und "Ich habe nicht über Fake News gesprochen".

Die größte Gruppe stellen Diskussionen dar, die "in der Schule" stattgefunden haben, was darauf hindeutet, dass dies die häufigste Umgebung ist, in der die Befragten Gespräche über Fake News geführt haben. Dies deutet darauf hin, dass das Bildungsumfeld ein wichtiger Ort für die Auseinandersetzung mit dem Thema ist, möglicherweise aufgrund der Aufnahme von Medienkompetenz in die Lehrpläne oder entsprechender Diskussionen im Klassenzimmer.

Die nächsthäufigsten Kontexte sind "Mit Freunden" und "Mit der Familie", die beide eine beträchtliche Anzahl von Balken aufweisen, was zeigt, dass viele Befragte Fake News auch in ihrem persönlichen und sozialen Umfeld diskutiert haben. Dies unterstreicht die Relevanz des Themas in alltäglichen Gesprächen und die Bedeutung von Diskussionen unter Gleichaltrigen und in der Familie, um das Bewusstsein und das Verständnis für Fehlinformationen zu schärfen.

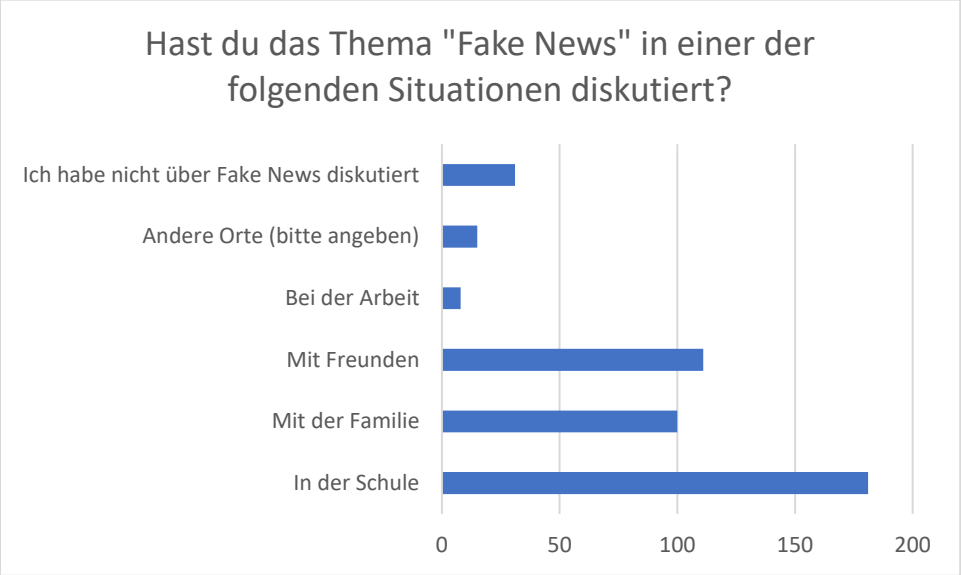
Die Kategorie "Am Arbeitsplatz" hat einen kürzeren Balken, was darauf hindeutet, dass weniger Befragte Fake News in einem beruflichen Umfeld diskutiert haben. Dies könnte darauf hindeuten, dass Diskussionen über Fake News am Arbeitsplatz weniger verbreitet sind oder weniger Priorität haben als in anderen Umgebungen. Da wir diesen Fragebogen an

Minderjährige richten, und zwar hauptsächlich über den Verbreitungskanal der Schulen, ist es nur natürlich, dass nur ein sehr kleiner Teil der Befragten arbeitet.

Die Kategorie "Andere Orte" weist zusammen mit der Kategorie "Ich habe nicht über Fake News diskutiert" die kürzesten Balken auf, was darauf hindeutet, dass eine kleine Anzahl der Befragten Fake News an nicht näher bezeichneten Orten diskutiert hat, während eine noch kleinere Gruppe sich überhaupt nicht an solchen Diskussionen beteiligt hat.

Insgesamt zeigt das Schaubild, dass Fake News ein weit verbreitetes Thema sind, insbesondere in Bildungseinrichtungen und im Freundes- und Familienkreis, was die Bedeutung dieses Themas in formellen und informellen Diskussionen unterstreicht.

Grafik #40



Quelle: Von den MILES-Projektpartnern gesammelte Daten. Grafik bearbeitet von OLAE.

Sensibilisierung für den Umgang mit Fake News

Das nächste Diagramm (Schaubild Nr. 41) veranschaulicht die Einschätzung der Befragten, ob sie angemessen im Umgang mit Fake News unterrichtet wurden. Drei mögliche Antworten sind "Ja", "Nein" und "Nicht sicher".

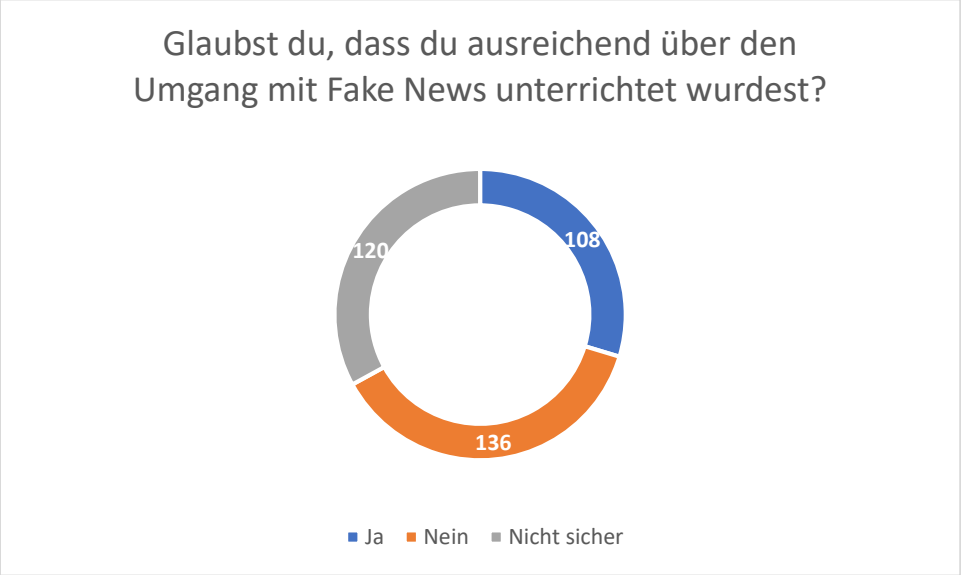
Der größte Teil der Befragten antwortete mit "Nein", was darauf hindeutet, dass ein erheblicher Anteil der Teilnehmenden das Gefühl hat, nicht ausreichend darüber aufgeklärt worden zu sein, wie man mit Fake News umgeht. Dies deutet auf eine wahrgenommene Lücke in der Medienkompetenzerziehung und einen Bedarf an umfassenderen Schulungen oder Ressourcen hin, um den Menschen die notwendigen Fähigkeiten zu vermitteln, Fehlinformationen zu erkennen und ihnen entgegenzuwirken.

Die Antwort "Ich bin mir nicht sicher" deutet darauf hin, dass eine beträchtliche Anzahl der Befragten unsicher ist, ob sie ausreichend über das Thema aufgeklärt wurden. Dies könnte auf

ein mangelndes Vertrauen in ihre Fähigkeiten, mit Fake News umzugehen, oder auf Unsicherheit darüber zurückzuführen sein, was eine angemessene Vorbereitung darstellt.

Das kleinste Segment stellen die Befragten dar, die mit "Ja" geantwortet haben, was bedeutet, dass sie glauben, dass sie angemessen im Umgang mit Fake News geschult wurden. Auch wenn diese Gruppe kleiner ist, zeigt sie doch, dass einige Teilnehmende sich in ihrer Fähigkeit, Informationen kritisch zu beurteilen, sicher fühlen, wahrscheinlich aufgrund ihrer Ausbildung oder persönlichen Erfahrung.

Grafik #41



Quelle: Von den MILES-Projektpartnern gesammelte Daten. Grafik bearbeitet von OLAE.

Wahrnehmung der Auswirkungen von Fake News auf das Leben der Schüler*innen

Die Schüler*innen scheinen jedoch zu glauben, dass sie nicht von Fake News getäuscht werden und auch nicht Opfer davon sind.
Das Balkendiagramm veranschaulicht die Meinung der Befragten, inwieweit sie glauben, dass Fake News ihr Verhalten und das ihrer Freunde beeinflussen, wobei eine Skala von 1 (kein Einfluss) bis 5 (erheblicher Einfluss) verwendet wird.

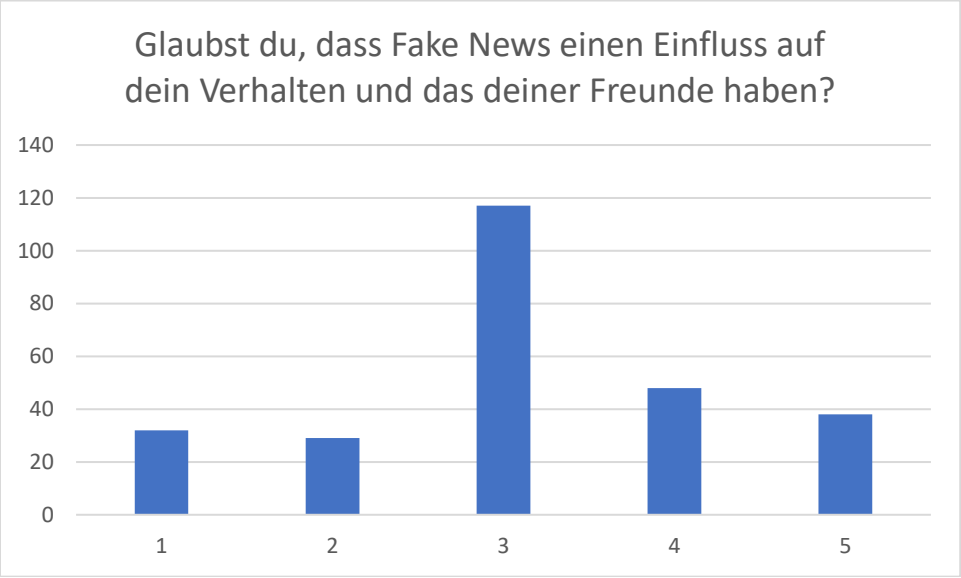
Der auffälligste Balken befindet sich auf Stufe 3 und zeigt an, dass die Mehrheit der Befragten glaubt, dass Fake News einen moderaten Einfluss auf ihr eigenes Verhalten und das ihrer Freunde haben. Dies deutet darauf hin, dass die Befragten zwar den Einfluss von Fake News anerkennen, ihn aber weder als positiv noch als negativ wahrnehmen.

Die Stufen 4 und 5, die höhere Auswirkungen darstellen, sind kürzer, aber immer noch signifikant. Dies deutet darauf hin, dass ein beträchtlicher Teil der Befragten glaubt, dass Fake News einen starken Einfluss auf ihr eigenes Verhalten oder das ihrer Freunde haben, was die Besorgnis über die Überzeugungskraft von Fehlinformationen widerspiegelt.

Die Stufen 1 und 2, die das untere Ende der Auswirkungsskala darstellen, zeigen, dass weniger Befragte glauben, dass Fake News wenig bis gar keine Auswirkungen auf das Verhalten haben. Dies deutet darauf hin, dass einige Personen sich zwar immun gegen die Auswirkungen von Fake News fühlen, diese aber in der Minderheit sind.

Insgesamt erkennen die meisten Befragten an, dass Fake News zumindest einen mäßigen Einfluss auf das Verhalten haben, wobei eine beträchtliche Anzahl einen stärkeren Einfluss anerkennt. Dies spiegelt das Bewusstsein für die Allgegenwärtigkeit von Fake News und ihr Potenzial wider, Wahrnehmungen und Handlungen in sozialen Kreisen zu beeinflussen.

Grafik #42



Quelle: Von den MILES-Projektpartnern gesammelte Daten. Grafik bearbeitet von OLAE.

Vertrauenswürdigkeit von sozialen Medien als Nachrichtenquelle

Das Balkendiagramm im Schaubild Nummer 43 gibt einen Überblick darüber, wie die Schüler*innen die Vertrauenswürdigkeit sozialer Medien als Nachrichtenquelle bewerten, wobei die Bewertungen von 1 (am wenigsten vertrauenswürdig) bis 4 (am vertrauenswürdigsten) reichen.

Die meisten Schüler*innen stuften die sozialen Medien auf Stufe 3 ein, was bedeutet, dass ein großer Teil der Befragten die sozialen Medien für mäßig vertrauenswürdig hält. Dies deutet darauf hin, dass die Schüler*innen zwar einige verlässliche Informationen in den sozialen Medien finden, aber dennoch vorsichtig sind und ihnen als primäre Nachrichtenquelle nicht völlig vertrauen.

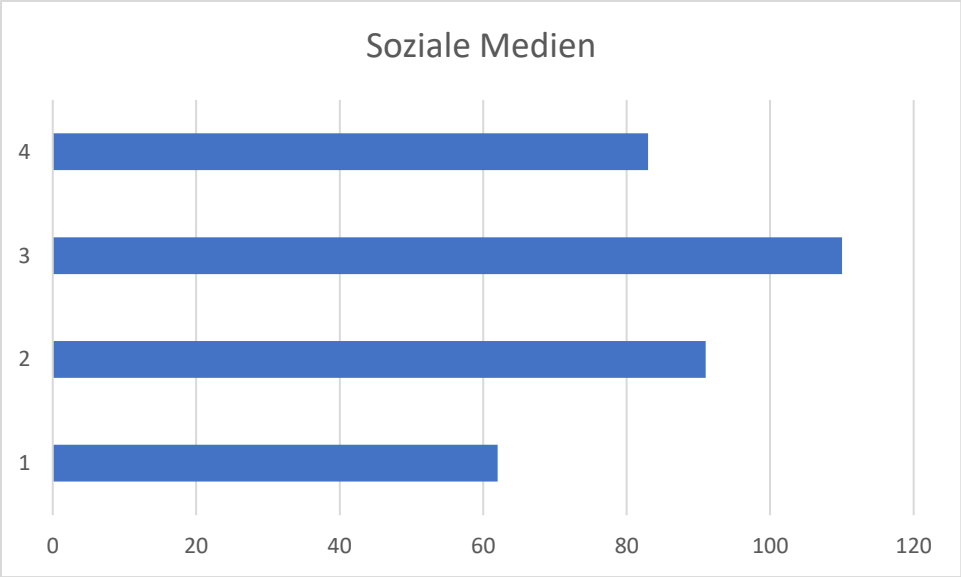
Auf Stufe 4, die den höchsten Grad an Vertrauen darstellt, ist ebenfalls eine beträchtliche Anzahl von Antworten zu verzeichnen, was zeigt, dass viele Schüler*innen soziale Medien als vertrauenswürdige Quelle betrachten. Dies könnte darauf hindeuten, dass einige Schüler*innen Vertrauen in die spezifischen Quellen haben, denen sie auf diesen Plattformen folgen, oder an die Authentizität von nutzergenerierten Inhalten glauben.

Auch die Stufe 2, die auf ein geringeres Maß an Vertrauen hindeutet, weist eine beachtliche Anzahl von Antworten auf. Dies deutet darauf hin, dass eine beträchtliche Gruppe von Schüler*innen die sozialen Medien mit Skepsis betrachtet, möglicherweise aufgrund der Verbreitung von Fehlinformationen oder der unterschiedlichen Glaubwürdigkeit der auf diesen Plattformen geteilten Inhalte.

Die wenigsten Schüler*innen bewerteten die sozialen Medien mit Stufe 1, was darauf hindeutet, dass ein kleinerer Teil der Befragten die sozialen Medien für die am wenigsten vertrauenswürdige Nachrichtenquelle hält. Auch wenn diese Gruppe kleiner ist, so zeigt sie doch, dass einige Schüler*innen der Zuverlässigkeit von Informationen in sozialen Medien sehr skeptisch gegenüberstehen.

Insgesamt haben wir eine gemischte Wahrnehmung der Vertrauenswürdigkeit sozialer Medien unter Studenten festgestellt, mit einer Tendenz zu mäßigem Vertrauen, aber auch erheblicher Skepsis.

Grafik #43



Quelle: Von den MILES-Projektpartnern gesammelte Daten. Grafik bearbeitet von OLAE.

Vertrauenswürdigkeit von Online-Zeitungen und Websites als Nachrichtenquellen

Schaubild 44 zeigt, wie die Schüler*innen die Vertrauenswürdigkeit von Online-Zeitungen und Websites als Nachrichtenquellen einschätzen, wobei die Bewertungen von 1 (am wenigsten vertrauenswürdig) bis 5 (am vertrauenswürdigsten) reichen.

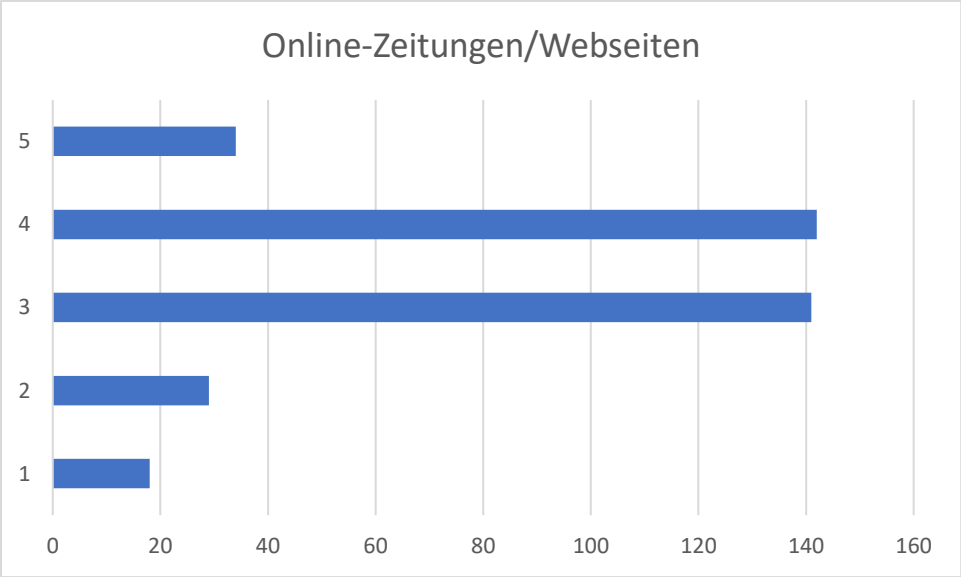
Die Mehrheit der Schüler*innen bewertete Online-Zeitungen und -Websites mit den Stufen 4 und 3, wobei Stufe 4 die meisten Antworten enthielt. Dies deutet darauf hin, dass ein erheblicher Anteil der Schüler*innen diese Quellen für vertrauenswürdig hält, was wahrscheinlich auf den guten Ruf vieler Online-Nachrichtenanbieter und die professionellen journalistischen Standards zurückzuführen ist, die sie befolgen.

Die ebenfalls hoch bewertete Stufe 3 zeigt, dass viele Schüler*innen Online-Zeitungen und -Websites als mäßig vertrauenswürdig ansehen. Dies spiegelt ein gewisses Maß an Vertrauen wider, deutet aber auch darauf hin, dass die Schüler*innen diesen Quellen immer noch mit einer gewissen Vorsicht begegnen, möglicherweise aufgrund von Bedenken wegen Voreingenommenheit oder der Geschwindigkeit, mit der Nachrichten online veröffentlicht werden.

Auf Stufe 2 gibt es weniger Antworten, was darauf hindeutet, dass einige Schüler*innen Online-Zeitungen und -Websites skeptisch gegenüberstehen und vielleicht deren Genauigkeit oder Objektivität anzweifeln.

Stufe 1, die Einstufung als am wenigsten vertrauenswürdig, hat die wenigsten Antworten, was zeigt, dass ein kleiner Teil der Schüler*innen nur sehr wenig Vertrauen in Online-Zeitungen und Websites hat. Dies könnte auf Bedenken über Sensationslust, Clickbait oder spezielle Erfahrungen mit unzuverlässigen Online-Nachrichtenquellen zurückzuführen sein.

Grafik #44



Quelle: Von den MILES-Projektpartnern gesammelte Daten. Grafik bearbeitet von OLAE.

Vertrauenswürdigkeit des Fernsehens als Nachrichtenquelle

Wie aus Diagramm 45 hervorgeht, stuften die meisten Schüler*innen das Fernsehen auf Stufe 4 ein, was darauf hindeutet, dass viele Schüler*innen das Fernsehen für eine recht vertrauenswürdige Nachrichtenquelle halten. Dies deutet darauf hin, dass das Fernsehen trotz des Aufstiegs der digitalen Medien für einen großen Teil der Schüler*innenschaft eine angesehene und zuverlässige Informationsquelle bleibt.

Auch auf Stufe 3 gab es eine beträchtliche Anzahl von Antworten, was zeigt, dass viele Schüler*innen das Fernsehen als mäßig vertrauenswürdig einschätzen. Dies deutet darauf hin, dass das Fernsehen zwar im Allgemeinen als vertrauenswürdig gilt, einige Schüler*innen aber

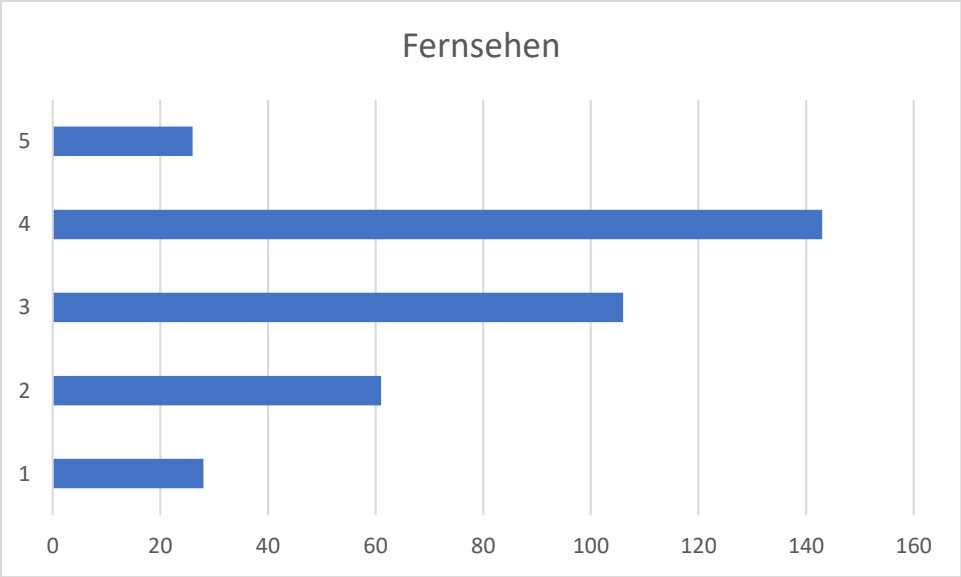
dennoch mit einer gewissen Vorsicht an das Fernsehen herangehen, möglicherweise aufgrund von Bedenken wegen Voreingenommenheit oder Sensationslust.

Auf Stufe 2 gibt es weniger Antworten, was darauf hindeutet, dass einige Schüler*innen der Vertrauenswürdigkeit von Fernsehnachrichten skeptisch gegenüberstehen und vielleicht die Genauigkeit oder Objektivität der Inhalte, die sie im Fernsehen sehen, in Frage stellen.

Auf Stufe 1, der am wenigsten vertrauenswürdigen Einstufung, gibt es die wenigsten Antworten, was zeigt, dass nur ein kleiner Teil der Schüler*innen dem Fernsehen als Nachrichtenquelle sehr wenig Vertrauen entgegenbringt. Dies könnte auf Bedenken über Sensationslust, wahrgenommene Voreingenommenheit oder spezifische negative Erfahrungen mit Fernsehnachrichten zurückzuführen sein.

Auf Stufe 5, die den höchsten Grad an Vertrauen darstellt, ist die Zahl der Antworten ebenfalls geringer, was darauf hindeutet, dass nur eine Minderheit der Schüler*innen volles Vertrauen in das Fernsehen als Nachrichtenquelle hat.

Grafik #45



Quelle: Von den MILES-Projektpartnern gesammelte Daten. Grafik bearbeitet von OLAE.

Vertrauenswürdigkeit des Radios als Nachrichtenquelle

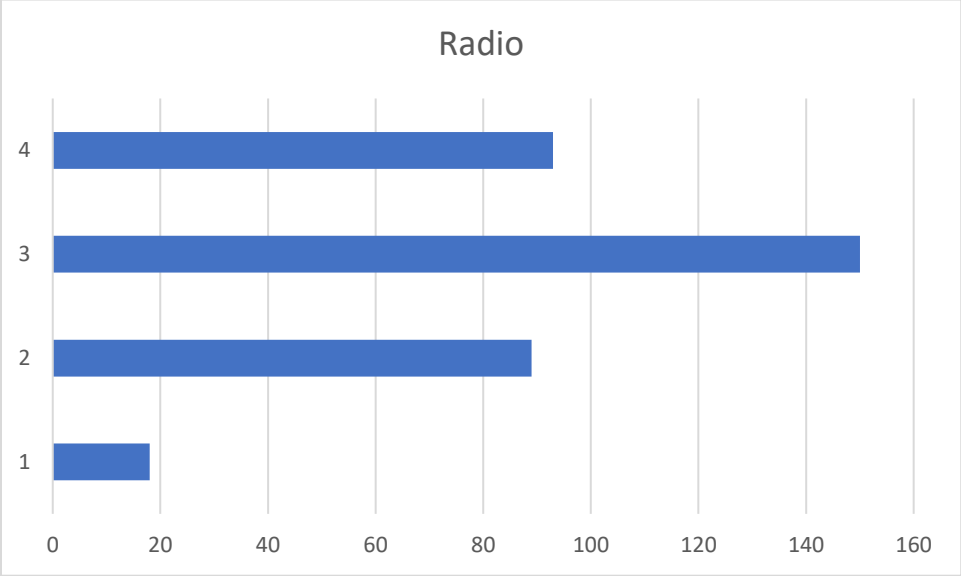
Wie aus Diagramm 46 hervorgeht, stufte die Mehrheit der Schüler*innen das Radio auf Stufe 3 ein, was darauf hindeutet, dass viele Schüler*innen das Radio als mäßig vertrauenswürdig ansehen. Dies deutet darauf hin, dass die Schüler*innen dem Radio als Nachrichtenquelle zwar im Allgemeinen vertrauen, ihm aber dennoch mit einer gewissen Vorsicht begegnen, möglicherweise aufgrund von Bedenken hinsichtlich der Qualität oder Objektivität der Inhalte.

Auch auf Ebene 4 gibt es eine beträchtliche Anzahl von Antworten, was zeigt, dass ein beträchtlicher Teil der Schüler*innen das Radio für eine vertrauenswürdige Nachrichtenquelle hält. Dies deutet darauf hin, dass das Radio von vielen Schüler*innen immer noch als zuverlässiges Medium für die Verbreitung von Nachrichten angesehen wird.

Auf Stufe 2 gibt es weniger Antworten, was darauf hindeutet, dass einige Schüler*innen der Vertrauenswürdigkeit des Radios skeptisch gegenüberstehen und möglicherweise seine Relevanz oder die Richtigkeit seines Inhalts in Frage stellen.

Stufe 1, die Einstufung der geringsten Vertrauenswürdigkeit, hat die wenigsten Antworten, was zeigt, dass nur ein kleiner Teil der Schüler*innen dem Radio als Nachrichtenquelle wenig Vertrauen entgegenbringt. Dies könnte auf spezifische negative Erfahrungen oder eine allgemeine Vorliebe für andere Medien zurückzuführen sein.

Grafik #46



Quelle: Von den MILES-Projektpartnern gesammelte Daten. Grafik bearbeitet von OLAE.

Vertrauenswürdigkeit von gedruckten Zeitungen und Zeitschriften als Nachrichtenquellen

Die meisten Schüler*innen stuften gedruckte Zeitungen und Zeitschriften auf Stufe 3 ein, was bedeutet, dass ein erheblicher Teil der Schüler*innen diese Quellen für mäßig vertrauenswürdig hält, wie aus dem Schaubild Nr. 47 hervorgeht. Dies deutet darauf hin, dass gedruckte Medien zwar im Allgemeinen respektiert werden, die Schüler*innen aber dennoch Vorsicht walten lassen und sich nicht vollständig auf sie als primäre Nachrichtenquelle verlassen.

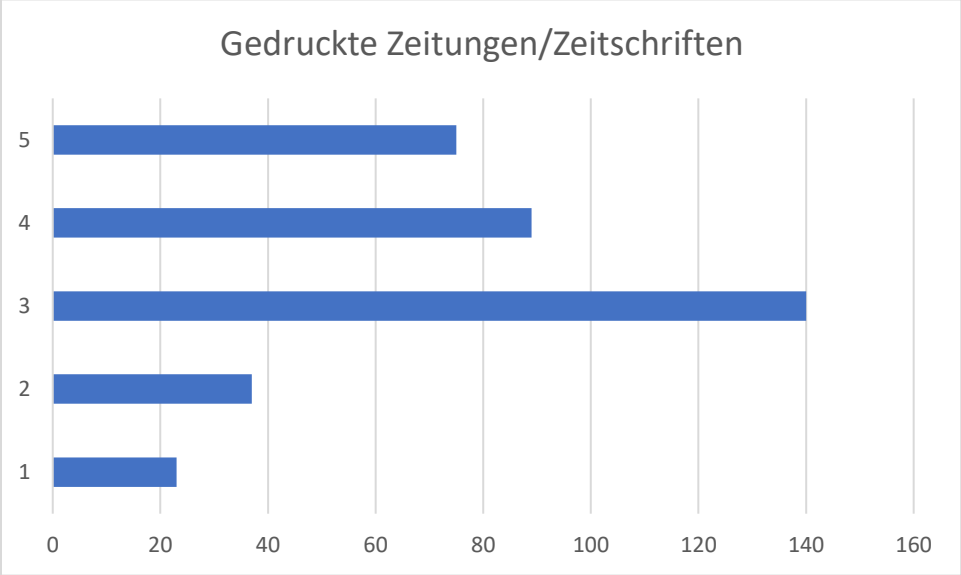
Auch auf Stufe 4 gab es eine beträchtliche Anzahl von Antworten, was zeigt, dass viele Schüler*innen gedruckte Zeitungen und Zeitschriften als vertrauenswürdig ansehen. Dies spiegelt ein hohes Maß an Vertrauen in die Fähigkeit der traditionellen Medien wider, zuverlässige und genaue Informationen zu liefern.

Stufe 5, die höchste Stufe der Vertrauenswürdigkeit, weist eine beachtliche Anzahl von Antworten auf, was darauf hindeutet, dass eine kleinere, aber signifikante Gruppe von

Schüler*innen gedruckten Zeitungen und Zeitschriften als Nachrichtenquellen vollständig vertraut. Dies könnte auf die wahrgenommene Gründlichkeit und die redaktionellen Standards zurückzuführen sein, die mit dem Printjournalismus verbunden sind.

Auf den Stufen 2 und 1, die für ein geringeres Maß an Vertrauen stehen, sind weniger Antworten zu verzeichnen. Dies deutet darauf hin, dass einige Schüler*innen den Printmedien zwar skeptisch gegenüberstehen und sie für weniger vertrauenswürdig halten, aber sie sind in der Minderheit.

Grafik #47



Quelle: Von den MILES-Projektpartnern gesammelte Daten. Grafik bearbeitet von OLAE.

Alter

Das nächste Balkendiagramm (Diagramm Nr. 48) zeigt die Verteilung der Befragten auf drei verschiedene Altersgruppen: 12-15 Jahre, 16-18 Jahre und 18+ Jahre.

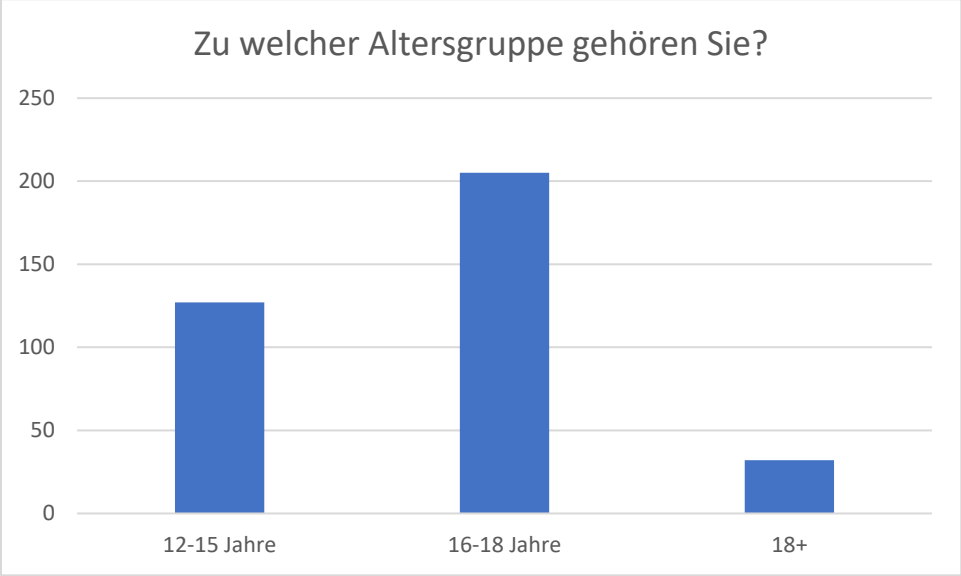
Die Mehrheit der Befragten fällt in die Altersgruppe der 16- bis 18-Jährigen, wie der höchste Balken zeigt. Dies deutet darauf hin, dass die Umfrage hauptsächlich von Personen in dieser Altersgruppe ausgefüllt wurde, die damit die am stärksten vertretene Bevölkerungsgruppe in der Studie ist.

Die nächstgrößere Gruppe ist die der 12- bis 15-Jährigen, was zeigt, dass auch eine beträchtliche Anzahl jüngerer Jugendlicher an der Umfrage teilgenommen hat. Diese Gruppe ist zwar kleiner als die Kategorie der 16- bis 18-Jährigen, stellt aber immer noch einen beträchtlichen Teil der Befragten dar.

Der kleinste Balken steht für die Altersgruppe 18+ und zeigt an, dass die wenigsten Befragten dieser Kategorie angehören. Dies deutet darauf hin, dass ältere Jugendliche oder junge Erwachsene in der Umfrage weniger vertreten waren.

Insgesamt zeigt das Diagramm, dass die Mehrheit der Befragten zwischen 16 und 18 Jahren alt ist, gefolgt von den 12- bis 15-Jährigen, wobei die Gruppe der über 18-Jährigen am wenigsten vertreten ist. Diese Altersverteilung liefert den Kontext für die Interpretation der Umfrageergebnisse, da die Ansichten und Verhaltensweisen, über die berichtet wurde, wahrscheinlich am ehesten auf die Altersgruppe der 16- bis 18-Jährigen zutreffen.

Grafik #48



Quelle: Von den MILES-Projektpartnern gesammelte Daten. Grafik bearbeitet von OLAE.

Geschlecht

Das Tortendiagramm zeigt die geschlechtsspezifische Verteilung der Teilnehmenden an der Umfrage. Das Diagramm ist in drei Segmente unterteilt: "weiblich", "männlich" und "keine Angabe".

Das größte Segment stellen die weiblichen Befragten dar, was bedeutet, dass sich die Mehrheit der Umfrageteilnehmenden als weiblich identifiziert. Dies deutet auf eine höhere Beteiligung von Studentinnen im Vergleich zu anderen Geschlechtern hin.

Das zweitgrößte Segment sind die männlichen Befragten. Dieses Segment ist kleiner als die Gruppe der Frauen, was darauf hindeutet, dass weniger Männer an der Umfrage teilgenommen haben, aber sie machen immer noch einen bedeutenden Teil der Befragten aus.

Das kleinste Segment stellen diejenigen dar, die es vorzogen, ihr Geschlecht nicht preiszugeben. Diese Gruppe ist am wenigsten vertreten, was darauf hindeutet, dass nur eine kleine Anzahl der Befragten ihr Geschlecht vertraulich behandeln wollte.

Grafik #49

Quelle: Von den MILES-Projektpartnern gesammelte Daten. Grafik bearbeitet von OLAE.

6. Herausforderungen und zukünftige Wege

Die Verbreitung von Fake News und Desinformationen in Europa ist zu einem kritischen Thema geworden, das demokratische Prozesse bedroht, das Vertrauen in Institutionen untergräbt und den sozialen Zusammenhalt stört. Dieser Bericht untersucht die Bedürfnisse, Herausforderungen und vielversprechenden Praktiken im Zusammenhang mit der Bekämpfung von Desinformation auf europäischer Ebene. Durch die Analyse bestehender Strategien und die Identifizierung von Lücken bietet der Bericht Empfehlungen für verstärkte Bemühungen zur Bekämpfung von Desinformation und zur Förderung der Medienkompetenz auf dem gesamten Kontinent. In den letzten Jahren ist das Thema Fake News und Desinformation in ganz Europa immer präsenter geworden, mit weitreichenden Folgen für die demokratischen Gesellschaften.

Der Aufstieg der digitalen Medien hat die Art und Weise der Informationsverbreitung revolutioniert, aber auch die rasche Verbreitung falscher und irreführender Inhalte begünstigt. Dieses Phänomen ist besonders in Wahlkampfzeiten, bei Krisen im Bereich der öffentlichen Gesundheit und bei großen gesellschaftspolitischen Ereignissen zu beobachten, wo Desinformationen dazu genutzt werden, die öffentliche Meinung zu manipulieren und das Vertrauen in demokratische Institutionen zu untergraben.

Die Auswirkungen von Fake News sind nicht auf ein einzelnes Land beschränkt; es handelt sich um ein gesamteuropäisches Problem, das koordinierte Anstrengungen erfordert. Während einige europäische Länder proaktiv Maßnahmen zur Bekämpfung von Desinformation

ergriffen haben, kämpfen andere noch mit den Herausforderungen, die die digitale Informationslandschaft mit sich bringt. Dieser Bericht zielt darauf ab, eine detaillierte Analyse der Bedürfnisse, Herausforderungen und vielversprechenden Praktiken bei der Bekämpfung von Fake News in Europa zu liefern. Durch das Verständnis dieser Faktoren können politische Entscheidungsträger, Pädagog*innen und Medienorganisationen effektivere Strategien zur Bekämpfung von Desinformation und zur Verbesserung der Medienkompetenz entwickeln.

In den letzten Jahren hat Europa erhebliche Desinformationskampagnen erlebt, die auf Wahlen und Volksabstimmungen abzielten. So wurde beispielsweise die französische Präsidentschaftswahl 2017 stark von über soziale Medien verbreiteten Desinformationen beeinflusst, die darauf abzielten, die Integrität des Wahlprozesses zu untergraben. Auch bei den Bundestagswahlen in Deutschland wurden vermehrt Fake News verbreitet, um die Meinung der Wähler zu sensiblen Themen wie Einwanderung und nationale Sicherheit zu beeinflussen.

Das Brexit-Referendum im Vereinigten Königreich hat auch die Macht der Desinformation bei der Meinungsbildung deutlich gemacht, wobei irreführende Behauptungen über die Europäische Union eine wichtige Rolle für das Ergebnis gespielt haben. In Osteuropa hatten Länder wie Ungarn und Polen mit staatlich geförderten Desinformationskampagnen zu kämpfen, die darauf abzielten, autoritäre Narrative zu unterstützen und die Europäische Union zu diskreditieren.

Die Auswirkungen von Fake News gehen über den politischen Bereich hinaus und beeinträchtigen die öffentliche Gesundheit, die Sicherheit und das soziale Vertrauen. Während der COVID-19-Pandemie kam es in Europa zu einer massiven Welle von Desinformationen über das Virus und die Impfstoffe, die zu Verwirrung und Zurückhaltung in der Öffentlichkeit führten. In Ländern wie Italien und Frankreich wurden Anti-Impf-Bewegungen durch falsche Informationen angeheizt, was zu niedrigeren Impfraten und erhöhten Risiken für die öffentliche Gesundheit beitrug.

Medienkompetenz ist eine entscheidende Komponente im Kampf gegen Fake News und Desinformation. Es geht darum, den Menschen die Fähigkeiten zu vermitteln, die sie benötigen, um Informationen kritisch zu bewerten, die Quellen von Nachrichten zu verstehen und zwischen glaubwürdigen und falschen Inhalten zu unterscheiden. In Europa besteht ein erheblicher Bedarf an der Verbesserung der Medienkompetenz, insbesondere bei der jüngeren Bevölkerung und denjenigen, die über ein geringeres Maß an formaler Bildung verfügen. Finnland ist führend in der Medienkompetenzerziehung und hat diese bereits im frühen Alter in den nationalen Lehrplan integriert. Dieser proaktive Ansatz hat dazu geführt, dass die Bevölkerung besser in der Lage ist, sich gegen Desinformation zu wehren. Im Gegensatz dazu haben andere europäische Länder erst vor kurzem damit begonnen, der Medienkompetenz Priorität einzuräumen, und es besteht die dringende Notwendigkeit, diese Initiativen auszuweiten, um breitere Bevölkerungsschichten zu erreichen. Zur Verbesserung der Medienkompetenz gehört auch die Auseinandersetzung mit den besonderen Herausforderungen, die die sozialen Medien mit sich bringen. Da viele Menschen, vor allem

jüngere, den Großteil ihrer Nachrichten über soziale Medienplattformen konsumieren, ist es wichtig, ihnen beizubringen, wie sie verantwortungsvoll mit diesen Plattformen umgehen können. Dazu gehört, dass sie verstehen, wie Algorithmen die Inhalte, die sie sehen, beeinflussen, dass sie die Anzeichen von Fake News erkennen und wissen, wie sie die Informationen überprüfen können, bevor sie sie weitergeben. Die Europäische Union hat die Bedeutung der Medienkompetenz für die Bekämpfung von Desinformation erkannt. Die EU-Politik zur Medienkompetenz unterstreicht die Notwendigkeit einer koordinierten Anstrengung aller Mitgliedsstaaten zur Verbesserung der Medienerziehung, insbesondere im digitalen Zeitalter. Initiativen wie die Europäische Woche der Medienkompetenz zielen darauf ab, das Bewusstsein für Medienkompetenz zu schärfen und bewährte Verfahren auf dem gesamten Kontinent zu fördern.

Ein weiterer wichtiger Punkt bei der Bekämpfung von Fake News ist die Schaffung und Stärkung eines **Rechtsrahmens**, der wirksam gegen die Verbreitung von Desinformationen vorgehen kann. In Europa hat die Europäische Union durch Initiativen wie den Digital Services Act (DSA) und den Verhaltenskodex für Desinformation wichtige Schritte unternommen, um ein sichereres Online-Umfeld zu schaffen. Diese Verordnungen zielen darauf ab, die Transparenz digitaler Plattformen zu erhöhen und sie für die Inhalte, die sie anbieten, zur Verantwortung zu ziehen. Der DSA stellt einen großen Fortschritt im Ansatz der EU zur Regulierung von Online-Plattformen dar. Sie führt strengere Anforderungen für Plattformen ein, um illegale Inhalte, einschließlich Fake News, zu überwachen und zu entfernen, und verhängt Strafen für die Nichteinhaltung. Dieser Rechtsrahmen soll die Verbraucher schützen, Transparenz gewährleisten und ein verantwortungsvolleres digitales Ökosystem schaffen. Darüber hinaus ist der 2018 eingeführte EU-Verhaltenskodex für Desinformation eine freiwillige Vereinbarung mit großen Online-Plattformen wie Facebook, Google und Twitter, um gegen Desinformation vorzugehen. Obwohl er Fortschritte gemacht hat, wurde die Wirksamkeit dieses Kodex durch seinen freiwilligen Charakter eingeschränkt, was zu Forderungen nach verbindlicheren Maßnahmen führte. Außerdem ist eine stärkere Zusammenarbeit zwischen den europäischen Ländern erforderlich, um einen einheitlichen Ansatz für die Regulierung digitaler Plattformen zu schaffen. Desinformation kennt keine Grenzen, und ein fragmentierter Regulierungsansatz wird bei der Bekämpfung ihrer Verbreitung weniger wirksam sein. Die europäischen Länder sollten zusammenarbeiten, um ihre Vorschriften und Durchsetzungsmechanismen zu harmonisieren und sicherzustellen, dass Desinformation auf dem gesamten Kontinent einheitlich bekämpft wird.

Die Sensibilisierung der Öffentlichkeit ist ein weiteres wichtiges Element im Kampf gegen Fake News. Die Aufklärung der Öffentlichkeit über die Gefahren von Desinformation und wie man sie erkennt, ist für die Förderung einer besser informierten und wachsamen Gesellschaft unerlässlich. Kampagnen zur Sensibilisierung der Öffentlichkeit können eine wichtige Rolle bei der Abschwächung der Auswirkungen von Fake News spielen, indem sie die Menschen ermutigen, die Informationen, auf die sie stoßen, kritisch zu bewerten und nach

glaubwürdigen Quellen zu suchen. Die Europäische Kommission hat mehrere Initiativen unterstützt, die darauf abzielen, die Öffentlichkeit für die Gefahren von Desinformation zu sensibilisieren. Dazu gehört die EU-Kampagne #ThinkBeforeSharing", die Nutzer*innen sozialer Medien dazu anhält, die Richtigkeit von Informationen zu überprüfen, bevor sie sie online weitergeben. Solche Kampagnen sind entscheidend für die Schaffung einer Kultur des kritischen Denkens und der Skepsis gegenüber ungeprüften Informationen. Kampagnen zur Sensibilisierung der Öffentlichkeit sollten auf verschiedene demografische Gruppen zugeschnitten sein, wobei das unterschiedliche Niveau der Medienkompetenz und des digitalen Engagements in Europa zu berücksichtigen ist. So können beispielsweise jüngere Zielgruppen von Kampagnen profitieren, die Einflussnehmer in den sozialen Medien nutzen, um die Medienkompetenz zu fördern, während ältere Erwachsene vielleicht besser auf traditionelle Medienkanäle wie Fernsehen und Printmedien ansprechen. Darüber hinaus sollten sich Kampagnen zur Sensibilisierung der Öffentlichkeit nicht nur auf die negativen Aspekte von Fake News konzentrieren, sondern auch positive Verhaltensweisen fördern, wie die Überprüfung von Fakten, die verantwortungsvolle Weitergabe von Informationen und die Unterstützung glaubwürdiger Nachrichtenquellen. Durch die Förderung einer Kultur des kritischen Denkens und der Skepsis gegenüber ungeprüften Informationen können diese Kampagnen dazu beitragen, die Verbreitung von Fake News und ihre Auswirkungen auf die Gesellschaft zu verringern.

Eine der größten Herausforderungen bei der Bekämpfung von Fake News ist die **Rolle, die soziale Medienplattformen bei der Verbreitung von News** Fake spielen. Soziale Medien haben die Art und Weise, wie Menschen Nachrichten konsumieren, verändert und ermöglichen es, dass sich Informationen - ob wahr oder falsch - schnell und weit verbreiten. Die von diesen Plattformen verwendeten Algorithmen bevorzugen oft Inhalte, die zu einer Beteiligung führen, was auch sensationelle oder irreführende Informationen beinhalten kann. Die Europäische Union hat die Herausforderung erkannt, die von sozialen Medienplattformen ausgeht, und hat Schritte unternommen, um sie durch Vorschriften wie den Digital Services Act anzugehen. Die Regulierung sozialer Medien bleibt jedoch aufgrund der riesigen Mengen an Inhalten, die täglich erzeugt werden, und der Notwendigkeit, ein Gleichgewicht zwischen freier Meinungsäußerung und der Verhinderung schädlicher Desinformation herzustellen, komplex. Die Rolle der sozialen Medien bei der Verbreitung von Fake News wird durch den Echokammereffekt noch komplizierter, bei dem die Nutzer*innen eher mit Informationen konfrontiert werden, die ihre bestehenden Überzeugungen bestärken. Dies kann dazu führen, dass sich falsche Narrative verfestigen und es schwieriger wird, Fehlinformationen zu korrigieren. Die Bewältigung dieser Herausforderung erfordert nicht nur regulatorische Maßnahmen, sondern auch Bemühungen zur Förderung der digitalen Kompetenz und des kritischen Denkens unter den Nutzer*innen sozialer Medien. Die Bemühungen der Europäischen Union, mit den Unternehmen der sozialen Medien in Kontakt zu treten, haben zu einigen Verbesserungen geführt, wie z. B. der Einführung strengerer Richtlinien zur Inhaltsmoderation. Diese Maßnahmen sind jedoch oft eher reaktiv als proaktiv, und die Wirksamkeit der Selbstregulierung durch diese Plattformen wurde in Frage gestellt. Die

Notwendigkeit einer strengeren Aufsicht und Rechenschaftspflicht liegt auf der Hand, da die Verbreitung von Fake News über soziale Medien nach wie vor ein großes Problem darstellt.

Das Vertrauen in Medien und öffentliche Einrichtungen ist eine weitere entscheidende Herausforderung im Kampf gegen Desinformation. In ganz Europa wächst das Misstrauen gegenüber den traditionellen Medien, das durch die Wahrnehmung von Voreingenommenheit, Sensationslust und politischer Einflussnahme hervorgerufen wird. Dieses Misstrauen kann dazu führen, dass die Menschen nach alternativen Informationsquellen suchen, die möglicherweise weniger zuverlässig sind und eher dazu neigen, Fake News zu verbreiten. Das schwindende Vertrauen in die traditionellen Medien ist ein komplexes Problem, das von mehreren Faktoren beeinflusst wird, darunter der Aufstieg des Populismus, die zunehmende Polarisierung des politischen Diskurses und die Verbreitung digitaler Medien. In einigen europäischen Ländern wurde dieses Misstrauen durch staatlich geförderte Desinformationskampagnen verschärft, die darauf abzielen, das Vertrauen der Öffentlichkeit in demokratische Institutionen und die Medien zu untergraben. Die Wiederherstellung des Vertrauens in Medien und öffentliche Institutionen erfordert einen vielschichtigen Ansatz. Medienorganisationen müssen Transparenz, Genauigkeit und Verantwortlichkeit in ihrer Berichterstattung in den Vordergrund stellen. Sie sollten auch Fakten überprüfen und komplexe Sachverhalte in den Kontext stellen, damit das Publikum die von ihm konsumierten Nachrichten besser versteht. Auf europäischer Ebene zielen Initiativen wie der European Media Freedom Act darauf ab, die Unabhängigkeit und den Pluralismus der Medien zu schützen, die für die Aufrechterhaltung des öffentlichen Vertrauens entscheidend sind. Indem sie sicherstellt, dass die Medien frei von unangemessenem politischem und kommerziellem Druck arbeiten, versucht die EU, ein Umfeld zu schaffen, in dem glaubwürdiger Journalismus gedeihen kann. Darüber hinaus müssen die öffentlichen Einrichtungen ihre Kommunikationsstrategien verbessern, um der Öffentlichkeit klare, sachliche und zeitnahe Informationen zu liefern. Dazu gehört auch, dass sie ihre Informationsquellen und Entscheidungsprozesse transparent machen. Auf diese Weise können sie dazu beitragen, der Verbreitung von Desinformationen entgegenzuwirken und das Vertrauen der Öffentlichkeit in ihre Autorität wiederherzustellen.

Die Bildungsunterschiede in Europa stellen eine große Herausforderung bei der Förderung von Medienkompetenz und kritischem Denken dar. In Ländern mit gut entwickelten Bildungssystemen erhalten die Schüler*innen mit größerer Wahrscheinlichkeit Unterricht in Medienkompetenz, der sie in die Lage versetzt, sich in der digitalen Landschaft besser zurechtzufinden. In Ländern, in denen die Bildungssysteme weniger solide sind oder in denen die Medienkompetenz keinen hohen Stellenwert hat, ist der Einzelne jedoch möglicherweise anfälliger für Desinformation. Die Europäische Union hat diese Ungleichheiten erkannt und zu größeren Anstrengungen aufgerufen, um die Medienkompetenz in die Lehrpläne aller Mitgliedstaaten zu integrieren. Initiativen wie der EU-Aktionsplan für digitale Bildung betonen die Notwendigkeit, dass alle Bürger*inneninnen und Bürger*innen digitale Fähigkeiten

erwerben, einschließlich der Fähigkeit, Online-Inhalte kritisch zu bewerten. Die Beseitigung dieser Ungleichheiten erfordert koordinierte Anstrengungen von Regierungen, Bildungseinrichtungen und Organisationen der Zivilgesellschaft. Es muss unbedingt sichergestellt werden, dass Medienkompetenzerziehung für alle zugänglich ist, unabhängig vom sozioökonomischen Hintergrund oder der geografischen Lage. Dazu gehören die Bereitstellung von Ressourcen und die Ausbildung von Lehrkräften, die Entwicklung von altersgerechten Lehrplänen und die Unterstützung von Möglichkeiten des lebenslangen Lernens. Das Bildungsgefälle erstreckt sich auch auf die erwachsene Bevölkerung, von der viele nicht die Möglichkeit hatten, während ihrer formalen Ausbildung digitale Kompetenzen zu entwickeln. Für diese Menschen können gemeindebasierte Lernprogramme und Kampagnen zur Sensibilisierung der Öffentlichkeit eine entscheidende Rolle dabei spielen, die Kluft zu überbrücken und sie mit den Fähigkeiten auszustatten, die sie benötigen, um Desinformationen zu erkennen und ihnen zu widerstehen.

Mehrere europäische Länder haben **erfolgreiche Strategien zur Bekämpfung von Fake News** eingeführt, aus denen andere wertvolle Lehren ziehen können. Finnland zum Beispiel war ein Vorreiter bei der Medienkompetenzerziehung und hat diese von der Grundschule an in den Lehrplan aufgenommen. Dieser Ansatz hat dazu geführt, dass die Bevölkerung widerstandsfähiger gegen Desinformation ist, und dient als Modell für andere Länder. Das 2017 in Deutschland eingeführte Netzwerkdurchsetzungsgesetz (NetzDG) verpflichtet Social-Media-Plattformen, illegale Inhalte, einschließlich Fake News, innerhalb von 24 Stunden zu entfernen. Dieses Gesetz hat entscheidend dazu beigetragen, dass die Plattformen zur Verantwortung gezogen werden und dass schädliche Inhalte schnell entfernt werden. Der deutsche Ansatz unterstreicht die Bedeutung eines starken rechtlichen Rahmens im Kampf gegen Desinformation. In Frankreich hat die Regierung Schritte unternommen, um Desinformation durch die Einrichtung einer nationalen Task Force zu bekämpfen, die sich der Überwachung und Bekämpfung von Fake News widmet. Das französische Gesetz gegen die Manipulation von Informationen, das 2018 verabschiedet wurde, ermöglicht es den Behörden, rechtlich gegen diejenigen vorzugehen, die falsche Informationen verbreiten, die den Ausgang einer Wahl beeinflussen könnten. Dieser proaktive Ansatz hat einen Präzedenzfall für andere europäische Länder geschaffen. Auch Italien ist aktiv im Kampf gegen Fake News, insbesondere im Zusammenhang mit der öffentlichen Gesundheit. Die italienische Regierung hat sich mit Fact-Checking-Organisationen und Social-Media-Plattformen zusammengetan, um Desinformationen im Zusammenhang mit COVID-19 entgegenzuwirken. Zu diesen Bemühungen gehören Kampagnen zur Sensibilisierung der Öffentlichkeit und die Förderung korrekter Informationen über offizielle Kanäle.

Die Zusammenarbeit zwischen Regierungen, Medienorganisationen und der Zivilgesellschaft ist für eine wirksame Bekämpfung von Desinformation unerlässlich. In der Europäischen Union spielt die Europäische Beobachtungsstelle für digitale Medien (European Digital Media Observatory, EDMO) eine Schlüsselrolle bei der Zusammenführung von Faktenprüfern, Experten für Medienkompetenz und Forschern, um gegen Desinformation vorzugehen. EDMO

unterstützt die Überwachung und Analyse von Desinformationen in ganz Europa und fördert bewährte Praktiken in den Bereichen Medienkompetenz und Faktenüberprüfung. Der 2018 gestartete EU-Aktionsplan gegen Desinformation hat auch die Zusammenarbeit zwischen den Mitgliedstaaten und dem privaten Sektor gefördert. Dieser Plan unterstreicht die Bedeutung einer koordinierten Reaktion auf Desinformation, einschließlich des Austauschs bewährter Verfahren, der Verbesserung der grenzüberschreitenden Zusammenarbeit und der Förderung der Entwicklung neuer Instrumente zur Erkennung und Bekämpfung von Fake News. Darüber hinaus hat die EU Schnellwarnsysteme eingerichtet, um den Informationsaustausch zwischen den Mitgliedstaaten über Desinformationsbedrohungen zu erleichtern. Diese Systeme ermöglichen es den Ländern, schneller auf aufkommende Desinformationskampagnen zu reagieren und ihre Bemühungen zu deren Bekämpfung zu koordinieren. Gemeinsame Anstrengungen sind auch in der Arbeit internationaler Organisationen wie der UNESCO zu erkennen, die Richtlinien für Medienkompetenz und die Förderung eines faktenbasierten Journalismus entwickelt hat. Durch die Zusammenarbeit mit Regierungen und Nichtregierungsorganisationen will die UNESCO die weltweiten Bemühungen zur Bekämpfung von Desinformation verstärken und die Entwicklung von Medienkompetenzprogrammen unterstützen.

Technologische Innovationen spielen eine wichtige Rolle bei der Bekämpfung von Fake News. Tools wie KI-gesteuerte Algorithmen zur Überprüfung von Fakten, Browsererweiterungen, die verdächtige Inhalte kennzeichnen, und Plattformen, die faktengeprüfte Informationen zusammenfassen, werden im Kampf gegen Desinformation immer wichtiger. Diese Technologien können dem Einzelnen helfen, Fake News zu erkennen und fundiertere Entscheidungen über die von ihm konsumierten Informationen zu treffen. In Europa haben mehrere Initiativen die Technologie zur Bekämpfung von Desinformation genutzt. Das Programm Horizont 2020 der Europäischen Union hat die Erforschung neuer Technologien zur Erkennung und Bekämpfung von Fake News finanziert. Diese Innovationen haben das Potenzial, die Wirksamkeit der Bemühungen zur Bekämpfung von Desinformation erheblich zu steigern, insbesondere wenn sie mit Bildungs- und Regulierungsmaßnahmen kombiniert werden. So werden beispielsweise KI-Technologien eingesetzt, um große Mengen von Online-Inhalten zu analysieren und Muster zu erkennen, die auf Desinformation hindeuten. Organisationen in ganz Europa, die sich mit der Überprüfung von Fakten befassen, haben außerdem Tools entwickelt, mit denen Nutzer*innen die Richtigkeit von Informationen, auf die sie online stoßen, schnell überprüfen können. Diese Tools sind oft in Social-Media-Plattformen integriert oder als Browser-Erweiterungen verfügbar, so dass sie für die Öffentlichkeit leicht zugänglich sind. Wir können also sagen, dass sich technologische Innovationen nicht nur auf das Aufspüren von Fake News beschränken, sondern auch Anstrengungen zur Verbesserung der Transparenz und Rechenschaftspflicht von Online-Plattformen umfassen. So wird beispielsweise die Blockchain-Technologie erforscht, um die Authentizität von Nachrichtenquellen zu überprüfen und die Herkunft von Informationen nachzuvollziehen. Durch die Verbesserung der Transparenz können solche Technologien dazu

beitragen, die Verbreitung von Desinformationen einzudämmen und das Vertrauen in Online-Medien wiederherzustellen.

Eine der größten Herausforderungen ist die uneinheitliche Integration der Medienkompetenz in die verschiedenen Fächer und Bildungsstufen. Pädagog*innen haben oft Schwierigkeiten, Medienkompetenz in den Lehrplan zu integrieren, da es an strukturierten Leitlinien und Ressourcen mangelt. Diese Inkonsistenz führt zu erheblichen Lücken im Wissen und in den Fähigkeiten der Schüler*innen, digitale Informationen kritisch zu bewerten.

Die Ausbildung und Unterstützung von Lehrkräften stellt eine weitere große Herausforderung dar. Vielen Pädagog*innen mangelt es an einer ausreichenden Ausbildung in Medienkompetenz und kritischem Denken, was dazu führt, dass die Lehrkräfte unterschiedlich gut vorbereitet sind. Die Notwendigkeit kontinuierlicher beruflicher Weiterbildungsprogramme ist von entscheidender Bedeutung, da die derzeitige Ausbildung oft nicht mit den technologischen Fortschritten und der sich verändernden Medienlandschaft Schritt hält. Ressourcenknappheit erschwert die effektive Vermittlung von Medienkompetenz zusätzlich. Schulen haben oft nur begrenzten Zugang zu moderner Technologie und aktuellen Unterrichtsmaterialien. Dies erschwert die Umsetzung umfassender Medienkompetenzprogramme und macht es den Lehrkräften schwer, die Schüler*innen zu einem kritischen Umgang mit Online-Informationen anzuregen. Pädagog*innen stehen auch vor der Herausforderung, Schüler*innen zu erreichen, die auf der Suche nach Informationen stark auf das Internet angewiesen sind. Schüler*innen akzeptieren Online-Inhalte oft für bare Münze, ohne sie kritisch zu hinterfragen, da sie von der Bequemlichkeit und unmittelbaren Verfügbarkeit digitaler Quellen beeinflusst werden. Dieses Vertrauen in digitale Informationen ohne Prüfung verschärft die Verbreitung von Fehlinformationen. Die rasche Weiterentwicklung der Technologie ist eine weitere große Herausforderung. Die Bildungssysteme haben Mühe, mit diesen Veränderungen Schritt zu halten, was es schwierig macht, die Medienkompetenzerziehung auf dem neuesten Stand zu halten. Dieses Problem wird durch den Einfluss von Algorithmen und Echokammern in den sozialen Medien noch verschärft, die den Zugang zu unterschiedlichen Perspektiven einschränken und eine kritische Bewertung von Informationen verhindern.
Um diese Herausforderungen zu bewältigen, ist ein vielschichtiger Ansatz mit umfassenden Strategien und systemischer Unterstützung erforderlich. Eine der wichtigsten zukünftigen Richtungen ist die Entwicklung und Umsetzung standardisierter Lehrpläne für Medienkompetenz, die alle Bildungsstufen umfassen. Diese Lehrpläne sollten sich auf kritisches Denken, die Bewertung von Quellen und das Erkennen von Vorurteilen konzentrieren, um sicherzustellen, dass die Schüler*innen mit den notwendigen Fähigkeiten ausgestattet sind, um sich in der digitalen Landschaft verantwortungsvoll zu bewegen. Die kontinuierliche berufliche Weiterbildung von Lehrkräften ist von entscheidender Bedeutung. Die Schulungsprogramme müssen sowohl die technischen Aspekte der digitalen Werkzeuge als auch die pädagogischen Strategien für die Erörterung kontroverser Themen und

Fehlinformationen abdecken. Solche Programme sollten darauf abzielen, die Medienkompetenz der Lehrkräfte zu verbessern und sie mit den neuesten Werkzeugen und Methoden auf dem Laufenden zu halten. Die Ressourcenzuweisung ist ein weiterer wichtiger Bereich für künftige Verbesserungen. Der gleichberechtigte Zugang zu digitalen Werkzeugen und aktualisiertem Unterrichtsmaterial in allen Schulen ist von entscheidender Bedeutung. Eine Aufstockung der Mittel und Unterstützung für Medienkompetenzinitiativen kann dazu beitragen, die Ressourcenlücke zu schließen und die Schulen in die Lage zu versetzen, wirksamere Programme durchzuführen. Auch die Einbeziehung der Eltern und der Gemeinschaft ist wichtig. Die Einbeziehung der Eltern in die Medienkompetenzbemühungen kann schulische Initiativen ergänzen und eine einheitliche Botschaft über die Bedeutung von kritischem Denken und verantwortungsvollem Medienkonsum vermitteln. Der Aufbau von Partnerschaften zwischen Schulen, Eltern und Gemeindeorganisationen kann ein unterstützendes Umfeld für die Schüler*innen schaffen.

Schließlich ist die Förderung einer Kultur des kritischen Hinterfragens und der Medienkompetenz durch gemeinsame Anstrengungen von entscheidender Bedeutung. Alle Beteiligten, darunter Pädagog*innen, politische Entscheidungsträger, Medienschaffende und die Zivilgesellschaft, müssen zusammenarbeiten, um Medienkompetenz und kritisches Denken zu fördern. Eine solche Zusammenarbeit kann zur Entwicklung einer kohärenten Politik und zur Zuweisung der für eine nachhaltige Wirkung erforderlichen Ressourcen führen.

7. Empfehlungen und Schlussfolgerungen

In **Italien** unterstreicht der Bericht die Notwendigkeit, die Medienkompetenz in die Lehrpläne aller Schulstufen zu integrieren. Es werden strukturierte Bildungsprogramme empfohlen, um kritisches Denken, Quellenüberprüfung und die Auswirkungen von Fehlinformationen zu vermitteln. Die kontinuierliche berufliche Weiterbildung von Lehrkräften ist von entscheidender Bedeutung, wobei der Schwerpunkt auf der Vermittlung von Fähigkeiten zur effektiven Vermittlung von Medienkompetenz durch praktische Aktivitäten und Übungen liegt. Zur Unterstützung dieser Initiativen sollten angemessene Finanzmittel und Ressourcen bereitgestellt werden, einschließlich Ressourcen für die Ausbildung von Lehrkräften , digitale Hilfsmittel und Unterrichtsmaterialien. Die Zusammenarbeit mit externen Experten, wie Journalisten und Medienfachleuten, wird empfohlen, um den Schüler*innen praktische Einblicke in den Nachrichtenerstellungsprozess und die Bedeutung der Überprüfung von Informationen zu vermitteln. Die Förderung des kritischen Denkens durch interdisziplinäre Programme, die wissenschaftliche und humanistische Elemente miteinander verbinden, wird ebenfalls hervorgehoben. Den politischen Entscheidungsträgern wird empfohlen, klare

Strategien und Richtlinien zu entwickeln, um die konsequente Umsetzung der Medienkompetenzerziehung in allen Schulen zu unterstützen und einen einheitlichen Rahmen für die Einführung zu schaffen.

In **Österreich** liegt der Schwerpunkt auf der Modernisierung der Bildung, um die digitale Kompetenz umfassend zu integrieren. Eine kontinuierliche berufliche Weiterbildung für Lehrkräfte wird als wesentlich erachtet, die sowohl technische Aspekte digitaler Werkzeuge als auch pädagogische Strategien für die Diskussion kontroverser Themen und Fehlinformationen abdeckt. Der Bericht unterstreicht die Bedeutung fesselnder, spielerischer Lernerfahrungen, um die Medienkompetenzerziehung für die Schüler*innen attraktiver zu machen. Die Zusammenarbeit zwischen Schulen, Eltern und Gemeindeorganisationen ist entscheidend für die Schaffung eines unterstützenden Ökosystems für Schüler*innen. Die Ermutigung zu einem kritischen Umgang mit Informationen und die Förderung der Nutzung von Ressourcen zur Überprüfung von Fakten sind Schlüsselstrategien im Kampf gegen die Verbreitung von Fake News.

Der Bericht aus **Zypern** fordert umfassende Weiterbildungsprogramme, die darauf zugeschnitten sind, Lehrkräften das pädagogische Handwerkszeug an die Hand zu geben, das sie benötigen, um Medienkompetenz effektiv in ihre Unterrichtspraxis zu integrieren. Dazu gehören Strategien für die Analyse von Inhalten, die Bewertung von Quellen und die praktische Anwendung von kritischem Denken in verschiedenen Fachbereichen. Es besteht Einigkeit darüber, dass die Medienkompetenzerziehung in den Kernlehrplan integriert werden muss, wobei die Schulen ermutigt werden, Medienkompetenzclubs und außerschulische Aktivitäten einzurichten, die praktische Lernerfahrungen fördern. Systemische Reformen sind unerlässlich, um die Medienkompetenzerziehung auf allen Bildungsebenen in Zypern zu institutionalisieren, wobei für eine kohärente Bildungspolitik plädiert wird, die die Einbeziehung der Medienkompetenz als Kernkompetenz vorschreibt. Es werden Kampagnen zur Sensibilisierung der Öffentlichkeit empfohlen, um das Bewusstsein für die Bedeutung der Medienkompetenz bei politischen Entscheidungsträgern, Pädagog*innen, Eltern und der breiteren Öffentlichkeit zu schärfen.

In **Griechenland** wird die Notwendigkeit eines kohärenten strategischen Plans zur Förderung der Medien- und Informationskompetenz und zur Bekämpfung der Desinformation durch einen ganzheitlichen Ansatz hervorgehoben. Es wird betont, dass mit der Medienerziehung bereits in der Grundschule begonnen werden sollte, mit parametrisierten Maßnahmen, die an die Bedürfnisse des jeweiligen Alters angepasst und mit dem Übergang von der Grundschule in die weiterführenden Schulen intensiviert werden. Der Bericht ruft dazu auf, systembedingte Hindernisse wie bürokratische Zwänge und den Mangel an spezialisierten MedienPädagog*innen zu beseitigen, um die Wirksamkeit der Medienerziehung zu verbessern.

Die Empfehlungen und Schlussfolgerungen des Berichts über Medienkompetenz und die Bekämpfung von Desinformation in **Portugal** unterstreichen die Notwendigkeit eines umfassenden und integrierten Ansatzes. Die wichtigste Empfehlung lautet, die Medienkompetenz in allen Bildungsbereichen zu verankern, und zwar von den ersten Lebensjahren an bis hin zur Hochschulbildung. Dieser integrierte Ansatz ( ) stellt sicher, dass die Schüler*innen die Fähigkeiten zum kritischen Denken entwickeln, die sie benötigen, um sich in der digitalen Landschaft zurechtzufinden. Die kontinuierliche berufliche Weiterbildung von Lehrkräften wird ebenfalls als entscheidend hervorgehoben, wobei der Schwerpunkt auf Schulungen in Bereichen wie Desinformation, künstliche Intelligenz und algorithmische Kompetenz liegt.

Die Einbeziehung der Familien und der breiteren Gemeinschaft wird als wesentlich für die Schaffung eines unterstützenden Lernumfelds angesehen. Initiativen wie die "Digital Academy for Parents" und das Projekt "Digital Leaders" werden als vielversprechende Praktiken empfohlen, die Eltern mit digitalen Kompetenzen ausstatten und Schüler*innen in die Förderung eines sicheren und bewussten Umgangs mit digitalen Technologien einbinden. Der Bericht unterstreicht auch die Bedeutung von Präventivmaßnahmen zur Bekämpfung von Desinformation, wie z. B. Pre-Bunking-Strategien und die Demontage von Websites, die falsche Informationen verbreiten.

Darüber hinaus fordert der Bericht eine bessere Koordinierung und Integration der verschiedenen Initiativen, um eine Überlastung durch fragmentierte Projekte zu vermeiden. Langfristige, kontextbezogene Projekte, die von Schulgruppen und lokalen Behörden entwickelt werden und kontinuierliches und kollektives Lernen fördern, werden als wirksame Strategien vorgeschlagen. Die Einbeziehung von Schüler*innen in diese Projekte ist von wesentlicher Bedeutung, um einen kooperativen und integrativen Ansatz zu gewährleisten.

Technologische Fortschritte und gesetzgeberische Maßnahmen spielen ebenfalls eine zentrale Rolle bei der Bekämpfung von Desinformation. Die portugiesische Charta der digitalen Rechte und das Projekt IBERIFIER der Europäischen Beobachtungsstelle für digitale Medien bieten einen Rahmen für die Behandlung der rechtlichen und technischen Aspekte der Desinformation. Der Bericht unterstreicht die Notwendigkeit eines soliden politischen Unterstützungsrahmens, um eine medienkompetente Gesellschaft zu fördern, die zu kritischem Denken und fundierten Entscheidungen fähig ist.

Die Regierungen sollten der Integration von Medienkompetenz in die nationalen Bildungssysteme Vorrang einräumen und sicherstellen, dass Schüler*innen von klein auf in kritischem Denken, Faktenüberprüfung und verantwortungsvollem Medienkonsum unterrichtet werden. Diese Ausbildung sollte nicht nur für Schüler*innen, sondern auch für Erwachsene im Rahmen von Programmen für lebenslanges Lernen angeboten werden. Die europäischen Länder sollten zusammenarbeiten, um den rechtlichen Rahmen zu stärken, der

digitale Plattformen für die Verbreitung von Desinformationen zur Verantwortung zieht. Dazu gehören die Durchsetzung bestehender Vorschriften, wie z. B. des DSA, und die Entwicklung neuer Strategien, die auf die neuen Herausforderungen in der digitalen Landschaft eingehen. Öffentliche Aufklärungskampagnen, die die Bürger*innen über die Gefahren von Fake News und die Erkennung von Desinformation informieren, sollten ausgeweitet und fortgesetzt werden. Diese Kampagnen sollten auf verschiedene demografische Gruppen zugeschnitten sein und über eine Vielzahl von Kanälen, einschließlich traditioneller Medien, sozialer Medien und Community Outreach-Programme, durchgeführt werden. Die Zusammenarbeit zwischen Regierungen, Medienorganisationen, Bildungseinrichtungen und der Zivilgesellschaft ist entscheidend für eine koordinierte Reaktion auf Desinformation. Die europäischen Länder sollten Initiativen wie EDMO und andere gemeinschaftliche Bemühungen unterstützen und sich daran beteiligen, die die Beteiligten zusammenbringen, um bewährte Verfahren auszutauschen und innovative Lösungen zu entwickeln. Investitionen in technologische Innovationen, die helfen können, Fake News zu erkennen und zu bekämpfen, sollten eine Priorität sein. Regierungen und Partner aus dem Privatsektor sollten die Forschung und Entwicklung in diesem Bereich unterstützen und sicherstellen, dass neue Instrumente und Technologien weithin verfügbar und für die Öffentlichkeit zugänglich sind. Die Bekämpfung von Fake News und Desinformation in Europa ist eine komplexe und vielschichtige Herausforderung, die einen umfassenden und koordinierten Ansatz erfordert. Auch wenn in Ländern wie Finnland, Deutschland und Frankreich bereits erhebliche Fortschritte erzielt wurden, bleibt noch viel zu tun, um sicherzustellen, dass alle europäischen Bürger*inneninnen und Bürger*innen mit den Instrumenten und Kenntnissen ausgestattet sind, die sie benötigen, um sich in der digitalen Informationslandschaft zurechtzufinden. Durch die Verbesserung der Medienkompetenz, die Stärkung des Rechtsrahmens, die Förderung des öffentlichen Bewusstseins, die Förderung der Zusammenarbeit und die Nutzung technologischer Innovationen können die europäischen Länder ihre Widerstandsfähigkeit gegen die Verbreitung von Fake News stärken und die Integrität ihrer Informationsökosysteme gewährleisten.

Abschließend wird in den **Empfehlungen ein ganzheitlicher Ansatz hervorgehoben, der eine solide Lehrkräfteausbildung, die Einbeziehung der Gemeinschaft, legislative Maßnahmen und technologische Fortschritte umfasst**. Die Integration von Medienkompetenz in das gesamte Bildungsspektrum, unterstützt durch fortschrittliche Forschung und koordinierte Bemühungen, ist für die Förderung einer medienkompetenten Gesellschaft, die zu kritischem Denken und fundierter Entscheidungsfindung fähig ist, unerlässlich.

Insgesamt unterstreichen diese Berichte, wie **wichtig es ist, Medienkompetenz in die Lehrpläne zu integrieren, Lehrkräfte kontinuierlich fortzubilden, angemessene Finanzmittel und Ressourcen bereitzustellen, die Zusammenarbeit mit externen Experten und Gemeinschaftsorganisationen zu fördern und klare Strategien und Richtlinien zur Unterstützung der Medienkompetenzerziehung zu entwickeln**. Durch die Umsetzung dieser

Empfehlungen kann das Ziel erreicht werden, eine gut informierte und kritisch denkende Jugend zu fördern, die in der Lage ist, sich verantwortungsvoll in der digitalen Landschaft zu bewegen.

8. Referenzen

Apestaartjaren 2024: Jährliche Untersuchung über die Mediennutzung und den Medienbesitz junger Menschen in Flandern. Abgerufen von

Aroldi, P., Carenzio, A., Cino, D., Paradisi, A., & Pratesi, A. (2022). Medienkompetenz versus Fake News: Esperienze e best practice in Italia.

Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz. (2017). Netzwerkdurchsetzungsgesetz (NetzDG). Abrufbar unter

Cappuccio, G., & Compagno, G. (2020). L'illusione del sapere: L'universo delle fake news. Un'indagine esplorativa con gli adolescenti. MeTis - Mondi Educativi. Temi, Indagini, Suggestioni, 10(1).

Cardoso, G., Baldi, V., Pais, P. C., Paisana, M., Quintanilha, T. L., & Couraceiro, P. (2018). As fake news numa sociedade pós-verdade: Contextualização, potenciais soluções e análise. Relatório Obercom.

Cardoso, G., Paisana, M., & Pinto-Martinho, A. (2023). Digitaler Nachrichtenbericht Portugal 2023. OberCom - Observatório da Comunicação.

Costa, A. P., & de Paula, C. (2021). Relatório discurso de ódio e imigração em Portugal. Casa Brasil de Lisboa.

Costa, A. P., & de Paula, C. (2022). Discriminação das pessoas migrantes nos serviços públicos em Portugal. Casa Brasil de Lisboa.

Costa, A. P., & de Paula, C. (2022). Relatório experiências de discriminação na imigração em Portugal. Casa Brasil de Lisboa.

Cruz, M. (2020). Fake News & Desinformação: Estudo de caso numa instituição de ensino superior em Portugal (Master's thesis, Instituto Politécnico de Viseu).

D'Errico, F., Papapicco, C., & Lamanna, I. (2022). Die Anfälligkeit Jugendlicher für Fake News und rassistische Falschmeldungen: A qualitative analysis on Italian sample. Multimodale Technologien und Interaktion, 6(20).

Dimitriadis, D. (2023). Desinformationslandschaft in Griechenland. EU-Disinfo-Labor. Abgerufen von

Drigas, A., Bravou, V., Demertzi, E., & Papagerasimou, Y. (2019). MeLDE: Medienkompetenz im Zeitalter der Digitalisierung: Unterstützung von Lehrkräften durch einen gesamtschulischen Ansatz. MELDE Project.

EduTV. (n.d.). EduTv. Abgerufen von https://edutv.minedu.gov.gr/

EDMO. (2020). European Digital Media Observatory. Abgerufen von https://edmo.eu/

ERC - Entidade Reguladora para a Comunicação Social. (2019). A desinformação: Contexto Europeu e Nacional (Contributo da ERC para o debate na Assembleia da República). ERC - Entidade Reguladora para a Comunicação Social.

Esteves, F. (2019). Im April 2019 erhielt Polígrafo die Akkreditierung durch das International Fact-Checking Network. Web Summit.

European Commission. (2018). Aktionsplan gegen Desinformation. Abgerufen von https://ec.europa.eu/info/publications/action-plan-against-disinformation_en

European Commission. (2018). Verhaltenskodex zur Desinformation. Abgerufen von https://ec.europa.eu/digital-strategy/policy/code-practice-disinformation_en

Europäischer Parlamentarischer Forschungsdienst. (2018). Ein mehrdimensionaler Ansatz zur Desinformation. Abgerufen von https://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document.html?reference=EPRS_STU(2018)

Europäisches Parlament. (2019). Online-Plattformen und der digitale Binnenmarkt. Abgerufen von https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-8-2019-0220_EN.html

Eurostat. (2023). Digitale Fähigkeiten im Jahr 2023: Auswirkungen von Bildung und Alter. Abgerufen von Eurostat.

Frau-Meigs, D. (2020). Die Pandemie hat uns gezeigt, wie schnell sich Desinformationen in den sozialen Medien verbreiten können. Universität Sorbonne Nouvelle.

Frau-Meigs, D. (2020). Die Stärke von EDMO liegt in seiner Fähigkeit, eine vielfältige Gruppe von Experten und Interessengruppen zusammenzubringen. Universität Sorbonne Nouvelle.

Frau-Meigs, D. (2021). Bildungsunterschiede in Europa bedeuten, dass nicht jeder den gleichen Zugang zur Medienkompetenzerziehung hat. Universität Sorbonne Nouvelle.

Harvard Business School online (2021), Data Literacy: an introduction for business, Business Inside Blog. Abgerufen von https://online.hbs.edu/blog/post/data-literacy

Hobbs, R. (2017). Teaching media literacy: New directions and connections. Journal of Media Literacy Education, 9(1), 1-10.

Institut für Demoskopie Allensbach. (2020). Die Vermittlung von Nachrichtenkompetenz in der Schule: Ergebnisse einer repräsentativen Befragung von Lehrkräften im Februar/März 2020.

Gemeinsame Forschungsstelle (GFS). (2019). Automatisierte Erkennung von Desinformation. European Commission. Abgerufen von https://ec.europa.eu/jrc/en/publication/automated-detection-disinformation

Lazer, D. M. J., Baum, M. A., Benkler, Y., Berinsky, A. J., Greenhill, K. M., Menczer, F., ... & Zittrain, J. L. (2018). The science of fake news. Science, 359(6380), 1094-1096.

Lessenskim, M. (2022). Bericht der Europäischen Politischen Initiative (EuPI): Media Literacy Index 2022. Open Society Institute Sofia. Abgerufen von

Livingstone, S. (2019). Um Desinformation wirksam zu bekämpfen, müssen wir das Vertrauen der Öffentlichkeit in die Medien wiederherstellen. London School of Economics.

Livingstone, S. (2020). Bei der Medienkompetenz geht es nicht nur darum, den Menschen beizubringen, Fake News zu erkennen; es geht darum, sie zu befähigen, sich kritisch mit allen Formen von Medien auseinanderzusetzen. London School of Economics.

Livingstone, S. (2021). Die Europäische Beobachtungsstelle für digitale Medien stellt einen bedeutenden Fortschritt in unseren Bemühungen zur Bekämpfung von Desinformation dar. London School of Economics.

Marangi, M., Pasta, S., & Rivoltella, P. C. (2023). Wenn digitale Bildungsarmut und Bildungsarmut nicht zusammenfallen: Soziodemografische und kulturelle Beschreibung, digitale Fähigkeiten, Bildungsfragen.

MediaNest. (z.d.). Onderzoek in Vlaanderen naar het mediagebruik van 0- tot 18-jarigen en mediaopvoeding in gezinnen. In MediaNest Cijfers 2023 (S. 02-07). Abgerufen von

MedienScouts Hamburg. Experten für digitale Medien. Abrufbar unter

Meßmer, A.-K., Sängerlaub, A., & Schulz, L. (2021). "Quelle: Internet"? Digitale Nachrichten- und Informationskompetenzen der deutschen Bevölkerung im Test. Stiftung Neue Verantwortung.

Ministerium für Bildung und Kultur, Finnland. (2018). Nationales Kerncurriculum für die Grundbildung 2014. Finnish National Agency for Education. Abgerufen von

National Literacy Trust. (2018). "Fake News and Critical Literacy: The Impact of Disinformation on Young People." https://literacytrust.org.uk/policy-and-campaigns/all-party-parliamentary-group-literacy/fakenews/

Niedersächsische Staatskanzlei. (2021, Januar). Medienkompetenz in Niedersachsen Ziellinie 2025. Abrufbar unter https://bildungsportal-niedersachsen.de/digitale-welt/medienbildung/vorgaben/medienkompetenz-in-niedersachsen-ziellinie-2025

Nielsen, R. K. (2018). Das Brexit-Referendum war ein Wendepunkt im Verständnis der Rolle von Desinformation bei der Beeinflussung der öffentlichen Meinung. Reuters Institute for the Study of Journalism.

Nielsen, R. K. (2020). Das Design von Social-Media-Plattformen begünstigt von Natur aus die Verbreitung von Desinformationen. Reuters Institute for the Study of Journalism.

Nielsen, R. K. (2021). Technologische Innovationen, insbesondere solche, die von KI angetrieben werden, haben das Potenzial, unsere Fähigkeit, Desinformationen zu erkennen und zu bekämpfen, erheblich zu verbessern. Reuters Institute for the Study of Journalism.

News Literacy Project. (2019). News Literacy Project. Abgerufen von https://newslit.org/

Ofcom. (2021). "Children and Parents: Media Use and Attitudes Report." Abgerufen von: https://www.ofcom.org.uk/media-use-and-attitudes/media-habits-children/children-and-parents-media-use-and-attitudes-report-2021/

Pädagogische Hochschule Burgenland. (2024). Aktuelles Programm. Abgerufen von https://www.ph-burgenland.at/fortbildung-und-beratung/programm/aktuelles-programm

Pädagogische Hochschule Kärnten. (2024). Fortbildungskatalog. Abgerufen von https://service.ph-kaernten.ac.at/fortbildungskatalog/

Pädagogische Hochschule Niederösterreich. (2023). Curriculum Hochschullehrgang Digitale Grundbildung [Curriculum for the University Course Digital Basic Education]. Abgerufen von https://www.ph-noe.ac.at/fileadmin/lehrgaenge/720_714_Digitale_Grundbildung.pdf

Pädagogische Hochschule Niederösterreich. (2024). Bildungsprogramm Sommersemester 2024 [PDF]. Retrieved from https://www.ph-noe.ac.at/fileadmin/root_phnoe/Fortbildung/Bildungsprogramm_Sommersemester_2024.pdf

Pädagogische Hochschule Oberösterreich. (2024). Fortbildungsprogramm SEK 2024 [PDF]. Retrieved from https://ph-ooe.at/fileadmin/Daten_PHOOE/Fortbildung_II_und_Schulentwicklung/Seminaranmeldung/Fortbildungsprogramm-SEK-2024-Doppelseitig.pdf

Pädagogische Hochschule Steiermark. (2024). StudiVZ SCHiLF SCHüLF 24/25 [PDF]. Abgerufen von https://www.phst.at/fileadmin/Redakteure/Bilder/ZIDAs/SCHiLF_SCHueLF/StudiVZ__SCHiLF_SCH%C3%BCLF_24_25.pdf

Pädagogische Hochschule Vorarlberg. (2024). SchiLF-Angebote. Abgerufen von https://www.ph-vorarlberg.ac.at/schulentwicklung/digi-fuer-schulen/schilf-angebote#c5907

Pädagogische Hochschule Wien. (2022). Ziel-Leistungsplan 2022-2024 [PDF]. Abgerufen von https://phwien.ac.at/wp-content/uploads/2022/08/phwien-ziel-leistungsplan-2022-2024.pdf

Pädagogische Hochschule Wien. (2024). Fortbildungsangebot SoSe 2024 [PDF]. Abgerufen von https://phwien.ac.at/wp-content/uploads/Veranstaltungsverzeichnis/Fortbildungsangebot_SoSe_2024.pdf

Papaioannou, T., & Themistokleous, A. (2018). Ein Überblick über die Medienerziehung in Zypern: Concepts and policies. In S. Iordanidou (Ed.), Media literacy: In the search of the concept and the function of media literacy (pp. 35-53). Advanced Media Institute/Metamesonykties Ekdoseis.

Pereira, L., Jorge, A., & Costa, C. (2014). Práticas de educação para os media em Portugal: Uma visão panorâmica. In I. Eleá (Ed.), Agentes e vozes: Um panorama da mídia-educação no Brasil, Portugal e Espanha (pp. 167-172). Nordicom.

Pew Research Center. (2019). "News Use Across Social Media Platforms."; Abgerufen von: https://www.pewresearch.org/journalism/2021/01/12/news-use-across-social-media-platforms-in-2020/

Ramos, M. (2018). Gosto, logo existo: Media Literacy Education.

Santis, A., Sannicandro, K., Bellini, C., & Minerva, T. (2021). Die Ausbildung von Fachleuten für digitale Bildung. LLL, 17(38), 324-338.

Rettet die Kinder. (2022). IMpossibile 2022: Povertà educativa digital.

Segura Net. (2020). Segura Net: Generaldirektion für Bildung. Abgerufen von

Schwedischer Medienrat. (2019). Medien- und Informationskompetenz. Abgerufen von

Szymaniak, J. (2020). Fake News: Verzerrungen und Manipulationen als Bedrohung der Demokratie. Die Rolle der Schule. Studia Gdańskie. Wizje i rzeczywistość: T. XVI, 161-174. https://doi.

Themistokleous, A. (2023). Medienerziehung für Kinder in Zypern: Erziehung der Schüler*innen zum kritischen Lesen von Werbung. Media Education - Studi, ricerche e buone pratiche, 14(1). https://doi.

Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). Informationsstörung: Towards an interdisciplinary framework for research and policy making. Council of Europe. Abgerufen von https://edoc.coe.int/en/media/7495-information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research-and-policy-making.html

Wardle, C. (2019). Die Verbreitung von Desinformation ist eine grundlegende Herausforderung für die Demokratie. First Draft.

Wineburg, S., & McGrew, S. (2016). "Evaluating Information: The Cornerstone of Civic Online Reasoning". Stanford History Education Group.

Weltwirtschaftsforum. (2023). Wie viele Menschen in der EU verfügen über digitale Grundkenntnisse? Weltwirtschaftsforum.

Anhang 1 - Liste der an der Befragungsphase beteiligten Personen und ihr Profil

Politische Entscheidungsträger				
N°	**Initialen**	**Kurzprofil**	**M/F/nicht-binär**	**Datum der Beteiligung**
1	VT	Gastwissenschaftler: CIES-ISCTE Universitätsinstitut in Lissabon. Assistenzprofessor - Universidade Autónoma de Lisboa. Experte: Europarat Schwerpunkt (CIES-ISCTE) in IBERIFIER - Iberian Media Research and Fact-checking.	M	20/06/2024
2	MJH	Stellvertretender Generaldirektor für Bildung - Generaldirektion für Bildung	F	31/05/2024
3	MFS	Politischer Entscheidungsträger. Experte bei der portugiesischen Behörde für Kommunikation (ERC). Universitätsprofessor.	M	08/06/2024
4	CRM	Politische Entscheidungsträgerin. Experte am Informationszentrum Jacques Delors in Portugal. Universitätsprofessor	M	02/06/2024
5	MRM	Politischer Entscheidungsträger. Experte für rechtliche Vorschriften zur Bekämpfung von Desinformation und Fake News.	M	06/06/2024
66	S.O.	CNR-Forscher	F	27/05/2024
77	L.D.M.	Medienexperte, Gründer einer Vereinigung für Medienkompetenz.	M	31/05/2024
88	M.M.	Projektleiter, Projektdesigner und Mitglied der Rete INA.	F	18/06/2024
99	M.B.	Projektleiter und Journalist	M	13/06/2024
110	G.C.	Dekan der Sekundarschule	M	5/052024
111	LC	Forscher am Institut für Erziehungswissenschaften, nationaler Lehrplanentwickler für Geschichte, Universitätsprofessor an der Universität Bukarest	F	19/04/2024
112	MF	Universitätsprofessorin für Philosophie, ehrenamtliche Leiterin des Philosophie-Clubs für Kinder, Babes-Bolyai-Universität Cluj	F	19/04/2024

113	CL	Direktor des Zentrums für unabhängigen Journalismus (NGO), Bukarest	F	26/04/2024
114	BR	Programmkoordinator im Zentrum für unabhängigen Journalismus (NGO), Bukarest	F	26/04/2024
115	NV	Programmentwickler, Manager, Ausbilder im Zentrum für öffentliche Innovation (NGO), Bukarest	F	17/04/2024
116	LT	Akademikerin und Gründerin von Fact Check Cyprus (private Universität)	F	29/5/2024
117	CK	Akademiker (Privatuniversität)	F	29/5/2024
118	NK	Direktor - Institut für Massenmedien (Behörde)	M	4/6/2024
119	DT	Dozentin für Journalismus und Medien (öffentliche Universität)	M	30/6/2024
220	LT	Akademikerin und Gründerin von Fact Check Cyprus (private Universität)	F	29/5/2024
221	BP	Experte für Medien, Radikalisierung, Bildsprache, Polarisierung und Propaganda bei Mediawijs. Das flämische Wissenszentrum für digitale und Medienkompetenz	M	05/06/2024 Online
222	OVD	Ehemalige Lehrkraft, jetzt tätig im Wissenszentrum Digisprong innerhalb der flämischen Regierung.	M	17/06/2024 Fokusgruppe online
223	SS	Vertreter der Stadt Antwerpen in der Abteilung für soziale Sicherheit und konzentriert sich auf die Prävention gefährlicher Radikalisierung	F	17/06/2024 Fokusgruppe online
224	JB	Senior Researcher und Dozent an der Artevelde University of Applied Sciences. Seine Forschung konzentriert sich derzeit auf die Nutzung von Nachrichten und Desinformation bei Kindern und Heranwachsenden.	M	24/06/2024 Fokusgruppe online
225	JS	Nach Jahren als Geschichtslehrerin wurde sie Dozentin und Forscherin an der Universität Artevelde im Rahmen des verkürzten Ausbildungsprogramms für SekundarschulLehrkräfte.	F	24/06/2024 Fokusgruppe online

226	OC	Spezialist für die Erkennung von (Online-)Radikalisierung. Leiter der Textgain Academy, einer Ausgründung der Universität Antwerpen, die sich auf künstliche Intelligenz und insbesondere auf die Verarbeitung natürlicher Sprache spezialisiert hat.	M	19/06/2024 beantwortete Fragen durch Aufzeichnung
227	S. P.	Abteilungsleiter, Abteilung Bildungsfernsehen und digitale Medien, Bildungsministerium	F	01/05/2024
228	I. G.	Vertreter der Regionaldirektion für Grund- und Sekundarschulbildung von Attika	M	02/05/2024
229	A. A.	Stellvertretender Bürgermeister für Bildung, Stadtverwaltung Piräus	F	02/05/2024
330	A. M.	Vize-Bürgermeister für Bildung, Gemeinde Paiania	M	30/05/2024
331	K. G.	Vize-Bürgermeister für Bildung, Ag. Gemeinde Paraskevi	M	31/05/2024
332	A. G.	Stellvertretende Bürgermeisterin für Bildung, Stadtverwaltung Nea Philadelphia	M	7/06/2024
333	DK	Mitarbeiterin der Regionalen Entwicklungsagentur Rzeszow	F	22/05/2024
334	MK	Mitarbeiterin der Regionalen Entwicklungsagentur Rzeszow	F	22/05/2024
335	PS	Mitarbeiterin der Regionalen Entwicklungsagentur Rzeszow	F	22/05/2024
336	AK	Mitarbeiterin der Regionalen Entwicklungsagentur Rzeszow	F	22/05/2024
337	MD	Mitarbeiterin des Woiwodschaftsarbeitsamtes in Rzeszów	M	22/05/2024
338	IOB	Internationaler Projektleiter bei IP Center	F	14/05/2024 online
339	AR	Universitätsassistent, Post Doc an der Universität Wien	F	15/05/2024 online
440	MS	Referat für Medienerziehung im Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft und Forschung	F	16/05/2024 online
441	BB	Pädagogischer Leiter bei Saferinternet.at	F	17/05/2024 online

442	MS	Leiterin der Abteilung für Öffentlichkeitsarbeit und Kommunikation bei Teach for Austria	F	24/05/2024 online
Akteure, die in der Schule arbeiten				
N°	**Initialen**	**Kurzprofil**	**M/F/nicht-binär**	**Datum der Beteiligung**
1	CB	Lehrkräfte für außerschulische Aktivitäten Universitätsstudent	F	05/06/2024
2	LC	Universitätsprofessor. Projektleiter und Koordinator.	M	01/06/2024
3	AVN	GymnasialLehrkräfte	M	05/06/2024
4	JMV	Universitätsprofessor. Experte für die wirtschaftlichen Auswirkungen von Fake News und Desinformation.	M	06/06/2024
5	JS	Universitätsprofessor.	M	05/06/2024
66	SP	Medienpädagoge in Schulen als Aufgabe des lokalen Gemeinschaftsradios	M	03/06/2024
77	UP	Dozentin an der Hochschule für Medienpädagogik	F	04/06/2024
88	TS	CPD-Entwickler	M	29/05/2024
99	FG	Sekundarschullehrer und Koordinator der naturwissenschaftlichen Abteilung	M	07/06/2024
110	FD	Schulleiter und Lehrkräfteausbilder	M	28/05/2024
111	C	Sekundarschullehrer	F	02/06/2024
112	S	Lehrerin und AE-Trainerin für Deutsch als Fremdsprache	F	07/06/2024
113	BB	Sekundarschullehrer	F	29/05/2024
114	SS	Lehrerin in der beruflichen Bildung	F	30/05/2024
15	G.G.	Unterrichtet Italienisch und Geschichte in der Sekundarstufe.	F	29/05/2024
116	T.V.	Lehrerin für Biowissenschaften und Geowissenschaften an einer Sekundarschule.	F	29/05/2024
117	A.M.	Unterrichtet Schüler*innen der Sekundarstufe in angewandter allgemeiner Psychologie, aber auch in Sozialwissenschaften und Kommunikation.	F	29/05/2024
118	M.R.A.	Französischlehrerin an einer Sekundarschule mit umfassender Erfahrung.	F	29/05/2024

119	B.L.D.	Verwaltungsbeamter an einer Sekundarschule. Arbeitet hauptsächlich in der Buchhaltung innerhalb des Schulsystems.	M	6/06/2024
220	CS	Lehrerin für Sozialkunde	F	19/04/2024
221	AG	Lehrerin, Bildungsdirektorin einer Privatschule, ehemalige Journalistin	F	19/04/2024
222	HC	Lehrerin für rumänische Sprache und Literatur, Schulinspektorin, Ausbilderin, Lehrbuchautorin, regelmäßige Mitarbeiterin einer Zeitschrift, Kreis Cluj	M	17/04/2024
223	MH	Lehrerin für rumänische Sprache und Literatur, Schulleiterin, Ausbilderin, Lehrbuchautorin, Kreis Bistrita-Nasaud	F	17/04/2024
224	DM	Lehrerin für rumänische Sprache und Literatur, Ausbilderin, Bukarest	F	23/04/2024
225	MK	Student im Grundstudium - Vertreter des Journalismus-Clubs der Universität von Zypern	F	29/5/2024
226	EM	Sekundarschullehrer	F	8/6/2024
227	HN	Forscher-Trainer	F	8/6/2024
228	KA	HR-Trainer	F	8/6/2024
229	AM	Trainer	M	8/6/2024
330	EA	Sekundarschullehrer	F	8/6/2024
331	LA	Sekundarschullehrer	M	8/6/2024
332	TA	Lehrer	M	8/6/2024
333	AS	Trainer	F	8/6/2024
334	AK	Trainer	F	8/6/2024
335	BA	Trainer	M	8/6/2024
336	KS	Jugendarbeiter-Lehrkraft	M	8/6/2024
337	NL	Lehrer für Unternehmertum	M	8/6/2024
338	SVB	Lehrer für Geschichte, Geografie und Geisteswissenschaften	F	12/06/2024 Fokusgruppe online
339	CEF	Islamische Religionslehrerin	M	12/06/2024 Fokusgruppe online
440	HK	Aktive Bürgerschaft der Lehrkräfte	M	12/06/2024 Fokusgruppe online

441	MZ	Studentische Sekretärin	F	12/06/2024 Fokusgruppe online
442	EVH	Aktive Bürgerschaft der Lehrkräfte	F	14/06/2024 online
443	Z. T.	Lehrkraft	F	12/04/2024
444	T. L.	Lehrkraft	F	12/04/2024
445	T. E.	Lehrkraft	F	12/04/2024
446	P. C.	Lehrkraft	F	12/04/2024
447	F. K.	Lehrkraft	F	12/04/2024
448	A. M.	Lehrkraft	M	12/04/2024
449	K. T.	Lehrkraft	M	12/04/2024
550	MJM	Universitätsassistent, Doktorand an der Technischen Universität Rzeszow	F	22/05/2024
551	NP	Universitätsassistent, MSc an der Technischen Universität Rzeszow	F	22/05/2024
552	JSR	Universitätsassistent, Doktorand an der Technischen Universität Rzeszow	F	22/05/2024
553	AMW	Universitätsassistent, Doktorand an der Technischen Universität Rzeszow	F	22/05/2024
554	BZ	Universitätsassistent, Doktorand an der Technischen Universität Rzeszow	M	22/05/2024
555	JH	Trainer	F	30/04/2024 Online-Fokusgruppe
556	TZ	Trainer	M	30/04/2024 Online-Fokusgruppe
557	VD	Trainer	F	30/04/2024 Online-Fokusgruppe
558	MK	Trainer	F	30/04/2024 Online-Fokusgruppe
559	VS	Lehrkraft	F	06/05/2024 online
Interessierte Kreise				
N°	**Initialen**	**Kurzprofil**	**M/F/nicht-binär**	**Datum der Beteiligung**
1	BA	Erzieherin für Medienkompetenz.	F	31/05/2024

		Arbeitete als internationaler Experte im Forum für Medien- und Informationskompetenz für die Abteilung Kommunikation und Information der UNESCO. Gründerin des Internationalen Symposiums zur Medienkompetenzforschung. Präsident des Internationalen Rates für Medienkompetenz (IC4ML). Autorin von Media Literacy for Justice (ALA: Neal Schuman, 2022), Teaching Media Literacy (ALA: Neal-Schuman, 2019) und Herausgeberin von Media Literacy, Equity and Justice (Routledge 2023), neben anderen Veröffentlichungen. Auszeichnung mit dem Nationalen Preis für Medienpädagogik 2021 Berater der Gruppe für informelle Medienkompetenz (GILM)		
2	CM	Stellvertretender Vorsitzender der Elternvereinigung der Schule São João de Brito |Journalist |	F	07/06/2024
33	VC	SUPERTECHNIKER/PSYCHOLOG - Psychologe im multidisziplinären Büro für Prospektion und Investitionen - Stadtverwaltung Vila Franca de Xira	F	6/06/2024
54	SS	Vertreter der Elternvereinigung	M	
55	LF	Universitätsmitarbeiter und Ausbilder	F	
66	PS	Medienexperte	M	03/06/2024
77	L.S.	Journalist	M	28/05/2024
88	L.G.	NGO	F	13/06/2024
99	ES	Professor für Pädagogik, Al I Cuza Universität Iasi	F	16/05/2024
110	LM	Professor für Pädagogik, Lucian-Blaga-Universität Sibiu	F	16/05/2024
111	NF	Leiterin der Kommunikation/Journalistin	F	29/5/2024
112	MC	Mitglied der Elternvereinigung und des Verbandes	M	3/6/2024
113	TV	Journalist und Experte für digitale Medien bei VRT NWS	M	11/06/2024

114	TVL	UX-Forscher und EduTech-Experte bei VRT Sandbox	M	12/06/2024
115	H. V.	Fakten-Checker, Hellenische Hoaxes	F	11/04/2024
116	L. G.	Direktor für Menschenrechte und künstliche Intelligenz, Homo Digitalis	F	11/04/2024
117	E. D.	Abteilungsleiter, Abteilung für innovative Maßnahmen und Strategie, Abteilung Cyberkriminalität, Griechische Polizei	F	18/04/2024
118	D. T.	Projektleiter, Technologiezentrum Athen	F	24/04/2024
119	AŁ	Student an der Universität Rzeszow	F	22/05/2024
220	ZH	Student an der Universität Rzeszow	F	22/05/2024
221	GT	Entwickler von Medieninhalten	F	18/04/2024 von Angesicht zu Angesicht
222	PR	Medienexperte	M	18/04/2024 von Angesicht zu Angesicht

Anhang 2 - Vorlage für Interviews

1. beteiligte Parteien
Einleitende Fragen:

- Können Sie uns mehr über sich und Ihre Arbeit im Zusammenhang mit Fake News, Desinformation und Medienkompetenz erzählen?

- Wie sehen Sie den Stand der Technik in Ihrem Umfeld in Bezug auf diese Themen?

Die wichtigsten Fragen:
- Welche Rolle spielen die Schulen bei der Bekämpfung von Desinformation?
- Was sind die Stärken und Schwächen der schulischen Ausbildung im Bereich Medienkompetenz und Desinformation?
- Kennen Sie bewährte Verfahren und/oder Ressourcen, die nützlich und wirksam sein können, um die Verbreitung von Desinformation zu bekämpfen oder die Integration von Medienkompetenz im schulischen Umfeld, bei jungen Menschen und Lehrkräften zu unterstützen?
- Vor welchen Herausforderungen stehen junge Menschen in diesem Bereich und/oder welche Gefahr sehen Sie in diesem Zusammenhang?
- Können Sie Beispiele für erfolgreiche Initiativen oder Projekte nennen, die Pädagog*innen und/oder Schüler*innen in die Lage versetzt haben, Fake News und Desinformationen im Bildungsbereich zu bekämpfen?
- Gibt es noch etwas, das Sie hinzufügen möchten?

**Wenn Sie ein Elternteil sind, kann die zusätzliche Frage lauten: Meinen Sie, dass Sie selbst Ihrem Kind beibringen müssen, wie man mit Fake News und Desinformation umgeht?*

1.2. Politische Entscheidungsträger
Einleitende Fragen:
- Können Sie uns mehr über Ihre Arbeit und die Arbeit, die Sie im Zusammenhang mit Fake News, Desinformation und Medienkompetenz leisten, erzählen?
- Wie sehen Sie den Stand der Technik in Ihrem Umfeld in Bezug auf diese Themen?

Die wichtigsten Fragen:
- Was ist der Stand der Technik im nationalen Kontext? Wird die Medienkompetenz lehrplanübergreifend behandelt oder steht sie für sich allein, wenn sie im nationalen Lehrplan enthalten ist?
- Kennen Sie Strategien, Aktionspläne oder Maßnahmen in Ihrem Land zur Bekämpfung von Desinformation und/oder zur Förderung der Medienkompetenz?
- Gibt es Leitlinien für Lehrkräfte/Erzieher, die in den Lehrplan zum Thema Medienkompetenz aufgenommen werden sollten?
- Gibt es eine Unterstützung für die Umsetzung dieser Leitlinien?

- Sind Sie der Meinung, dass die Lehrkräfte/Erzieher eine Schulung benötigen, oder sind sie bereits geschult, und wenn letzteres der Fall ist, wie wird die Schulung durchgeführt?
- Gibt es eine Überwachung und Bewertung des Lehrens und/oder Lernens von Medienkompetenz? Wenn ja, wie lauten die Ergebnisse?
- Welche Maßnahmen schlagen Sie vor, um Pädagog*innen mit den notwendigen Instrumenten und Schulungen auszustatten, damit sie wirksam gegen Fake News vorgehen und die Medienkompetenz fördern können?
- Welche Rolle spielt Ihrer Meinung nach die Technologie bei der Verbesserung der Medienkompetenzerziehung und der Bekämpfung von Fake News in Schulen?
- Welche Hindernisse sehen Sie bei der Umsetzung von Medienkompetenzinitiativen in Schulen, und wie wollen Sie diese überwinden?
- Wie können Partnerschaften zwischen Regierungsbehörden, NRO und Bildungseinrichtungen gestärkt werden, um Initiativen zur Förderung der Medienkompetenz zu unterstützen?
- Welche spezifischen Instrumente und Fähigkeiten kennen Sie, wenn überhaupt, die als nützliche Ressourcen betrachtet werden können?

3. Schauspieler, die in der Schule arbeiten

Einleitende Fragen:

- Können Sie uns mehr über Ihre Arbeit und die Arbeit, die Sie im Zusammenhang mit Fake News, Desinformation und Medienkompetenz leisten, erzählen?

- Wie sehen Sie den Stand der Technik in Ihrem Umfeld in Bezug auf diese Themen?

Die wichtigsten Fragen:

- Wird das Thema Medienkompetenz und Desinformation an Ihrer Schule behandelt? Wenn ja, auf welche Weise?
- Haben Sie Probleme mit dem Umgang mit Medienkompetenz und Desinformation an Ihrer Schule?
- Welche Bedürfnisse sehen Sie in Bezug auf die Prävention von Desinformation und Fake News?
- Können Sie uns ein persönliches Ereignis zu diesem Thema schildern, mit dem Sie zu tun hatten?
- Möchten Sie Instrumente und bewährte Verfahren vorstellen, die die Ausbildung in Medienkompetenz und den Umgang mit Desinformation unterstützen können?
- Welche Art von Methodik funktioniert Ihrer Erfahrung nach am besten bei Schüler*innen?
- Können Sie einige vorhandene Ressourcen identifizieren, die von anderen Lehrkräften in größerer Form verwendet werden könnten?
- Gibt es einen Leitfaden für Lehrkräfte?
- Gibt es Ausbildungsprogramme? Wenn ja, können Sie uns mehr darüber erzählen?
- Sind Sie der Meinung, dass die bestehenden Schulungen für den aktuellen Bedarf ausreichend sind?
- Welche Form der Ausbildung wäre Ihrer Meinung nach sinnvoller?
- Können Sie uns einige Quellen nennen, wenn Sie welche kennen?

- Haben Sie in den letzten 5 oder 10 Jahren irgendeine Entwicklung zu diesem Thema gesehen?

Anhang 3 - An Erwachsene gerichtete Fragebögen

Abschnitt 1: Soziodemografisches Profil

1.1 Alter

- 19-24 Jahre
- 25-35 Jahre
- 36-45 Jahre
- 46-55 Jahre
- +55 Jahre

1.2 Geschlecht

- Männlich
- Weiblich
- Lieber nicht sagen

1.4 Bildungsniveau

- Grundschulbildung
- Hohe Schulbildung
- Bachelor-Abschluss
- Master-Abschluss
- PhD
- Berufliche Bildung

Andere _____

1.7 - Sie sind eine Person, die ist:

- Arbeitslos
- Journalist
- Erzieher/Lehrkräfte
- Psychologe
- Universitätsstudent
- Forscher
- Sonstiges:

1.7.1 - Wenn Sie ausgewählt haben, dass Sie Lehrkräfte sind, wählen Sie bitte das Unterrichtsfach aus:

- STEM
- Geisteswissenschaften
- Mathematik
- Art
- Sonstiges. Bitte angeben _____

Abschnitt 2: Exposition gegenüber Nachrichtenquellen

2.1 Primäre Nachrichtenquellen (Mehrfachauswahl):

- ☐ Soziale Medien
- ☐ Online-Zeitungen/Webseiten
- ☐ Fernsehen
- ☐ Radio/Podcast
- ☐ Gedruckte Zeitungen/Zeitschriften
- ☐ Sonstiges (bitte angeben)

2.2 Häufigkeit der Beschäftigung mit Nachrichteninhalten:

- Täglich
- Mehrmals pro Woche
- Wöchentlich
- Weniger oft

2.3 - Vertrauensniveau in verschiedene Nachrichtenquellen: Bewerten Sie Ihr Vertrauen in die folgenden Quellen auf einer Skala von 1 (geringes Vertrauen) bis 5 (hohes Vertrauen):

- ☐ Soziale Medien
- ☐ Online-Zeitungen/Webseiten
- ☐ Fernsehen
- ☐ Radio/Podcast
- ☐ Gedruckte Zeitungen/Zeitschriften
- ☐ Sonstiges (bitte angeben)

2.4- In welchen der folgenden sozialen Netzwerke werden Ihrer Meinung nach Fake News und Desinformationen am ehesten verbreitet?

Bitte bewerten Sie auf einer Skala von 1 für "am wenigsten wahrscheinlich" bis 5 für "am wahrscheinlichsten".

- YouTube 1-2 -3 - 4 -5
- Twitter/X 1-2-3-4-5
- Instagram 1-2-3-4-5
- Tik Tok 1-2-3-4-5
- Facebook 1-2-3-4-5

Abschnitt 3: Wahrnehmung und Auswirkungen von Fake News

3.1 - Bekanntheit von Fake News: Sind Sie jemals auf etwas gestoßen, das Sie für Fake News halten?

- Ja
- Nein

3.2 Inwieweit glauben Sie, dass die Fake News einen Einfluss auf Folgendes haben?
Bitte geben Sie eine Bewertung von 1 bis 5 ab, wobei 1 für "überhaupt nicht" und 5 für "sehr" steht.

- Demokratie
- Persönliches Leben
- Gesundheit
- Politik
- Wirtschaft
- Andere

3.3 Bewertung der Glaubwürdigkeit: Welche Methoden verwenden Sie, um die Glaubwürdigkeit einer Nachrichtenquelle zu bestimmen?

- Quellen prüfen.
- Querverweise zu anderen Medien.
- Lassen Sie sich auf eine offene Diskussion mit anderen ein.
- Sonstiges, bitte angeben

3.3. Welche Kriterien halten Sie für wichtig, wenn Sie die Glaubwürdigkeit einer Nachrichtenquelle beurteilen?

- Titel
- Grammatikalische Fehler
- Autor
- Quelle
- Andere

Abschnitt 4: Verhalten bei der Informationssuche

4.1 - Wie oft holen Sie zusätzliche Informationen ein, um die Richtigkeit von Nachrichtenberichten oder Artikeln zu überprüfen?

- Niemals
- Häufig

- Sehr oft
- Immer

4.2 Wo suchen Sie normalerweise nach zusätzlichen Informationen, um die Richtigkeit von Nachrichtenberichten oder Artikeln zu überprüfen (Mehrfachauswahl)?

- Offizielle Webseiten der Regierung
- Websites zur Faktenüberprüfung
- Vertrauenswürdige Nachrichten
- Akademische oder Forschungsarbeiten
- Sonstiges (bitte angeben) _____

Abschnitt 5: Medienkompetenz und Bildung

5.1 - Haben Sie eine formale oder nicht formale Ausbildung oder Schulung in Medienkompetenz erhalten?

- Ja
- Nein

5.1.1 - Welche Mittel zur Entwicklung Ihrer Medienkompetenz oder Ihrer Fähigkeiten zum kritischen Denken haben Sie gegebenenfalls genutzt?

- Persönliche Schulung
- Online-Kurse
- Bücher lesen, Artikel schreiben
- Anschauen von Videos
- Anhören von Podcasts
- Keiner der oben genannten Punkte
- Andere Mittel

5.2 - Welches ist Ihr bevorzugtes Lernformat? (Mehrfachauswahl)

- Anwesenheit

- Online-Kurs

- Buch

- Artikel

- Video

- Podcast

- Sonstiges:

5.3 - Welche Themen würden Sie sich in einem Kurs wünschen, der die Medienkompetenz und die Fähigkeit zum kritischen Denken fördern soll?

- wie man Zugang zu geeigneten Medien und Informationsquellen erhält und diese ausfindig macht
- Wie man Fake News und Fehlinformationen erkennt
- wie man Qualitätsmedien bewertet
- wie man Medien, Apps und andere Hilfsmittel im täglichen Leben nutzt
- wie Sie sich vor dem Einfluss von Fake News schützen können
- wie man Unterrichtspläne entwickelt und Werkzeuge in den Unterricht einbezieht
- Sonstiges:

Abschnitt 6: Bedarf, bewährte Praktiken und Beispiele

6.1 - Gibt es bestimmte Instrumente, Ressourcen oder Initiativen, die Ihrer Meinung nach bei der Bekämpfung der Verbreitung von Fake News wirksam sein könnten? Wenn Sie Lehrkräftein oder Lehrkräfte sind, geben Sie bitte einige Ressourcen an, die Sie bereits kennen:

6.2 - Welche spezifischen Schulungs- oder Bildungsmaterialien benötigen Sie oder halten Sie für nützlich, um die MIL zu verbessern und Desinformation zu bekämpfen?

Vielen Dank für Ihren Beitrag!

Anhang 4 - Fragebogen für junge Menschen

Als junger Mensch wächst man heute in einer globalisierten Welt auf und verarbeitet Informationen aus einer größeren Vielfalt von Quellen als je zuvor. In den sozialen Medien und im Internet werden immer mehr Fake News und falsche Informationen verbreitet. Wir möchten Sie bitten, diesen Fragebogen auszufüllen, um herauszufinden, was Sie darüber denken. Es sollte Sie nicht mehr als 5 Minuten in Anspruch nehmen.

A. WISSEN UND ERFAHRUNG MIT FAKE NEWS

1. Was sind Ihrer Meinung nach "Fake News"? (Sie können mehr als eine Option wählen)

Falsche Geschichten, die als Nachrichten erscheinen und im Internet oder über andere Medien verbreitet werden
Nachrichten, die falsch und erfunden sind
Nachrichten, die absichtlich falsch geschrieben sind
Andere

2. Woran erkennt man, dass eine Nachricht gefälscht ist?

Faktencheck
Von den Mainstream-Medien verleugnet
Eigenes Urteil
Andere

3. Welche der folgenden sozialen Medienplattformen nutzen Sie?

- ☐ Facebook
- ☐ Twitter/X
- ☐ Instagram
- ☐ TikTok
- ☐ Snapchat
- ☐ Twitch
- ☐ Diskord
- ☐ Whatsapp
- ☐ LinkedIn
- ☐ Pinterest
- ☐ Google+
- ☐ Youtube
- ☐ Keine
- ☐ Sonstiges (bitte angeben)

4. Welche sind die wichtigsten Kanäle, die Sie als Nachrichtenquelle nutzen?

- ☐ Soziale Medien
- ☐ Online-Zeitungen/Webseiten
- ☐ Fernsehen
- ☐ Radio/Podcasts
- ☐ Gedruckte Zeitungen/Zeitschriften
- ☐ Sonstiges (bitte angeben)
- ☐ Ich verwende nicht absichtlich eine Nachrichtenquelle

5. Sind Ihnen Beispiele für Fake News oder absichtlich irreführende Informationen bekannt?

- ☐ Ja (bitte angeben, welche Art)
- ☐ Nein
- ☐ Ich bin nicht sicher

Sie können hier mehrere Beispiele sehen (jeder Partner kann aktuelle nationale Beispiele finden):

- *Supermodels wenden diese 3 einfachen Tricks an, um jung auszusehen. Klicken Sie, um zu erfahren, welche das sind.*
- *BREAKING: Obama und Hillary versprechen jetzt Amnestie für jeden Illegalen, der die Demokraten wählt*
- *Eine in den USA neue Spinnenart hat einen tödlichen Biss, der im Sommer 2018 fünf Menschen tötete*

6. Wie oft begegnen Sie Fake News?

- ☐ Jede Stunde
- ☐ Jeden Tag
- ☐ Einmal pro Woche
- ☐ Fast nie

7. Haben Sie Freunde oder Familienangehörige, die absichtlich Fake News verbreitet haben?

- ☐ Ja
- ☐ Nein
- ☐ Ich bin nicht sicher

8. Haben Sie jemals "Fake News" gekennzeichnet? oder als Option: Kennen Sie jemanden, der gefälschte Nachrichten gekennzeichnet hat?

Kennzeichnung: Prozess der Identifizierung oder Kennzeichnung von Inhalten als potenziell falsch, irreführend oder unzuverlässig.

- ☐ Ja
- ☐ Nein

9. **Haben Sie das Thema "Fake News" in einer der folgenden Situationen diskutiert:** (Sie können mehr als eine Option auswählen)
   - ☐ In der Schule
   - ☐ Mit der Familie
   - ☐ Mit Freunden
   - ☐ Bei der Arbeit
   - ☐ Andere Orte (bitte angeben)
   - ☐ Ich habe nicht über Fake News diskutiert

10. **Glauben Sie, dass Sie ausreichend über den Umgang mit Fake News unterrichtet wurden?**
    - ☐ Ja
    - ☐ Nein
    - ☐ Ich bin nicht sicher

11. **Glauben Sie, dass Fake News einen Einfluss auf Ihr Verhalten und das Ihrer Freunde haben?**

Bitte bewerten Sie auf einer Skala von 1 für "sehr stark" bis 5 für "überhaupt nicht betroffen".

- o Auswirkungen von Fake News 1-2-3-4-5

12. **Bewerten Sie die folgenden Nachrichtenquellen von der höchsten bis zur niedrigsten Vertrauenswürdigkeit**

Optionen:

Soziale Medien
Online-Zeitungen/Webseiten
Fernsehen
Radio
Gedruckte Zeitungen/Zeitschriften

13. **Was assoziieren Sie sonst noch mit "Fake News"?** (offene Frage - nicht obligatorisch

- **ALLGEMEINE INFORMATIONEN**

14. Zu welcher Altersgruppe gehören Sie?

☐ 12-15
☐ 16-18
☐ 18+

15. Welches ist Ihr Geschlecht?

☐ Weiblich
☐ Männlich
☐ Ich möchte lieber nicht sagen

Kofinanziert von der
Europäischen Union

Von der Europäischen Union finanziert. Die geäußerten Ansichten und Meinungen entsprechen jedoch ausschließlich denen des Autors bzw. der Autoren und spiegeln nicht zwingend die der Europäischen Union oder der Europäischen Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA können dafür verantwortlich gemacht werden.