

## Ausbruch aus der selbst verschuldeten Unmündigkeit

– Katharina Nocun

Daran, dass in meiner Familie der erste Computer angeschafft wurde, kann ich mich gar nicht mehr erinnern. Denn das passierte noch vor meiner Geburt. Mein Vater hat sich damals für das Äquivalent von fünf (Ost-)Monatsgehältern einen ZX81 angeschafft. Das Gerät teilte er sich mit einem Freund – jeder durfte es zwei Wochen im Monat nutzen. „Das ist die Zukunft“, davon war er felsenfest überzeugt. Damals waren solche Aussagen noch durchaus umstritten. Heute zweifelt keiner mehr daran.

Ich kann nicht leugnen, dass ich in einem privilegierten Haushalt aufgewachsen bin. Nicht etwa, weil wir viel Geld gehabt hätten. Das war tatsächlich nicht der Fall als Spätaussiedlerfamilie. Aber in anderer Hinsicht hatte ich Glück. Der bescheidene Familieneinkauf wurde auf Lochkarten notiert. Ich bekam keine Klavierstunden, sondern früh einen Computer ins Kinderzimmer gestellt. Statt teurer Urlaube gab es Programmierunterricht und eine Internet-Flatrate. Das war in den 90ern schon leicht elitär.

Meine Eltern erklärten mir, warum es keine gute Idee ist, mit richtigem Namen in Chats und Foren unterwegs zu sein. Sie machten mir klar, warum es unklug ist, online mit vertraulichen Informationen um sich zu werfen. Im Nachhinein bin ich ihnen sehr dankbar dafür. Denn nur die Minderheit meiner Altersgenossen hatte Zugang zu derartigem Wissen. Ohne diesen Intensivkurs Medienkompetenz wäre mein Leben mit Sicherheit anders verlaufen. Denn in der Schule waren Computer damals kaum eine Randnotiz wert.

Trugschlüsse über „Digitale Natives“

Seitdem hat sich viel verändert. Heute haben schon Fünftklässler Smartphones in der Tasche, die über mehr Rechenleistung verfügen, als für den ersten Mondflug aufgewendet wurde. Diese Generation von Kindern und Jugendlichen, die selbstverständlich mit neuen Medien aufwächst, wird gerne als „Digital Natives“ beschrieben. Will meinen: Diese Generation ist sozusagen im digitalen Raum zuhause. Und wenn man irgendwo zuhause ist, so die gängige Assoziation, dann kennt man sich aus.

Dabei ist der Begriff der „Digitale Natives“ irreführend, ja gefährlich. Er impliziert, dass Menschen, die mit neuen Technologien aufgewachsen sind, stets wüssten, was sie tun. Doch das ist ein Trugschluss. Ob jemand Facebook nutzt oder bei Google Suchanfragen eingeben kann, sagt genau gar nichts über die Medienkompetenz einer Person aus. Jugendliche können allein schon nicht immer die Tragweite von online geteilten Informationen erfassen. Sie sind vor allem darauf bedacht, ihre Privatsphäre gegenüber jenen zu verteidigen, die direkte Macht über sie haben: Eltern, Lehrer, Autoritätspersonen. Erst mit zunehmendem Alter ändert sich für uns der Referenzpunkt und es wird wichtig, welches Bild Arbeitgeber, Kreditauskunfteien und der Staat von uns haben. Schließlich werden wir in immer mehr Zusammenhängen anhand unserer Datenspur bewertet.

Digital Natives verfügen nicht zwangsläufig über mehr (oder weniger) Medienkompetenz, als ältere Menschen. Denn Medienkompetenz vermittelt man nicht, indem man jemanden ein Gerät in die Hand drückt und darauf hofft, dass er sich alle wichtigen Fragen selbst erschließt. Für Medienkompetenz braucht es Anleitung und Begleitung. Es wäre brutal, unseren Kindern zuzumuten, selbst in alle bekannten Fettnäpfchen der digitalen Welt treten zu müssen, um sich die Grundlagen für einen sicheren Umgang mit neuen Technologien anzueignen. Man muss nicht jede

Erfahrung selbst machen. Und doch ist diese Herangehensweise das, was jahrelang praktiziert wurde.

Programmieren lernen reicht nicht

Nur ein Bruchteil der Kinder wächst in einem Informatikerhaushalt auf. Nur ein Bruchteil der Jugendlichen lernt Programmieren. Der Branchenverband Bitkom mahnt bereits seit geraumer Zeit, verpflichtender Informatikunterricht an Schulen sei heutzutage eine Notwendigkeit. Die Forderung ist tatsächlich nicht unvernünftig. Wer einmal die Erfahrung gemacht hat, selbst ein Programm zum Laufen gebracht zu haben, sieht Technik mit anderen Augen. Software ist dann nicht mehr unverständliche Magie, sondern Summe vieler analysierbarer menschlicher Entscheidungen. Mit einem solchen Background fällt es leichter, Technik kritisch zu hinterfragen. Nicht zuletzt erlaubt es, zu verstehen, wie Geräte funktionieren, die mit immer mehr Aspekten unseres Lebens eng verzahnt sind.

Allein Programmierkenntnisse zu vermitteln, vermag das Problem mangelnder Medienkompetenz aber nicht zu lösen. Zu verstehen, wie eine Maschine oder Software funktioniert, ist zweifellos wichtig. Zu verstehen, wie diese Technik im sozialen Kontext interagiert, ist jedoch mindestens von genauso großer Bedeutung. Wer einen Code lesen kann, versteht dadurch schließlich noch lange nicht die Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) von Facebook. Das Wissen um eine Programmiersprache schützt nicht vor Cybermobbing. Eine Maschinensprache erklärt uns nicht, warum Fake-News sich verbreiten. Deshalb braucht nicht nur Informatik einen festen Platz in den Lehrplänen, sondern auch das Wissen um den Umgang und die kritische Bewertung „Neuer Medien“. Auch wenn diese im Jahr 2018 gar nicht mehr so neu sind. „Digital Native“ zu sein bereitet einen darauf nicht vor.

Medien- und Technikkompetenz ist längst nicht weniger als eine Schlüsselkompetenz, um sich in einer voll vernetzten Demokratie und Marktwirtschaft zurecht zu finden. Eine Schlüsselkompetenz, die uns erlaubt, mündige Entscheidungen zu treffen. Eine Schlüsselkompetenz, die uns ermöglicht, unser Leben selbstbestimmt zu führen. Das gilt für Kinder und Jugendliche, genauso wie für Erwachsene.

Aufklärung gegen Fake-News

Dass Medienkompetenz eine gesamtgesellschaftliche Herausforderung ist, zeigt ein Fall aus dem Jahr 2016. Damals hatte sich in sozialen Netzwerken ein ganz besonderes Video rasant verbreitet. Es zeigte angeblich Flüchtlinge, die einen Weihnachtsbaum in einem deutschen Einkaufszentrum plündern. Schnell kursierten verschiedene Versionen der Geschichte im Netz. Das Einkaufszentrum im Video befand sich wahlweise in Bremen oder Dresden. Die Empörung war groß. Hinterher stellte sich jedoch heraus: Die Geschichte war ein plumper Fake. Tatsächlich stammte die Aufnahme aus der „Mall of Arabia“ in Kairo, Ägypten. Dort gab es anlässlich des Weihnachtsfestes der koptischen Christen eine Werbeaktion, bei der die Kunden dazu aufgerufen wurden, (in Anlehnung an einen schwedischen Brauch) in Weihnachtsbäumen versteckte Geschenke zu suchen.

Beispiele wie diese machen eines deutlich: Das Internet erlaubt heute zwar auf mehr Wissen zuzugreifen, als einst in allen großen Bibliotheken der Welt verfügbar war. Doch das allein bedeutet noch lange nicht, das ein Internetanschluss uns automatisch zu klügeren oder aufgeklärteren Menschen macht. Trotz einer Umgebung, die von einem Informationsüberfluss gekennzeichnet ist, mangelt es uns oft an der Kompetenz, um Informationen kritisch zu hinterfragen und einzuordnen.

Hinzu kommt: Es gibt Akteure, die nur allzu bereitwillig Kapital daraus schlagen. Mangelhafte Medienkompetenz macht uns leichter manipulierbar. Dagegen helfen Programmierkenntnisse herzlich wenig. Eine kritische Haltung und Grundlagen des Fakten-Checks wären hier weitaus hilfreicher. Doch daran mangelt es. Das gilt für Jugendliche genauso wie für Erwachsene. Jahr für Jahr gehen Millionen Menschen plumpen Fälschungen auf den Leim.

### Der neue Online-Wahlkampf

Strategisch über soziale Netzwerke verbreitete Fakes haben längst das Potential, Wahlen zu beeinflussen. Vor den Präsidentschaftswahlen in den USA verbreitete ein Internetportal die Lüge, Papst Franziskus würde die Wahl von Donald Trump unterstützen. Diese plumpe Fälschung führte zu fast einer Millionen Shares, Kommentaren und Reaktionen in sozialen Netzwerken. Es ist nicht unwahrscheinlich, dass diese Nachricht so manchen Menschen in seiner Wahlentscheidung beeinflusst haben mag.

Nun könnte man sich auf die Position versteifen, dass Facebook eine neutrale Plattform sei und keine Mitschuld daran trage, wenn soziale Netzwerke genutzt werden, um Menschen zu manipulieren. Doch das wäre zu einfach. Schließlich verdient Facebook bei bezahlten Inhalten an der Weiterverbreitung von Lügen mit. Im Jahr 2016 kamen Untersuchungen zu dem Ergebnis, dass personalisierte Anzeigen, die geeignet waren, Hass zwischen sozialen Gruppen zu schüren, während des US-Wahlkampfs bis zu 126 Millionen Nutzern angezeigt worden waren. Im Jahr 2018 zeigte sich, dass das Unternehmen „Cambridge Analytica“ vom Anbieter einer Facebook-App Daten von 50 Millionen Nutzern erstanden hatte. Die freizügigen Einstellungen von Facebook waren Voraussetzung für diesen Deal gewesen. Facebook erlaubte App-Anbietern nicht nur auf die Profildaten und „Gefällt mir“-Angaben von App-Nutzern, sondern auch auf entsprechende Daten derer Kontakte zuzugreifen. Diese Daten wurden dafür genutzt, um mit psychologisch angepassten personalisierten Anzeigen Wahlkampf für Donald Trump zu machen. Facebook wusste zwar davon, machte jedoch keine Anstalten die vom Datendeal betroffenen Nutzer darüber zu informieren, dass ihre Daten zweckentfremdet worden waren.

Zu praktizierter Medienkompetenz gehört auch dazu, zu diskutieren, ob ein Geschäftsmodell, das mit derartigen Risiken und Nebenwirkungen behaftet ist, gesellschaftlich wünschenswert sein kann. Denn es gibt nicht die *eine* Digitalisierung. Der Status quo ist nicht die Folge von Naturgesetzen, sondern die Summe menschlicher Entscheidungen. Die Frage, was dem Shareholder-Value eines Konzerns am zuträglichsten ist, hat sich bereits in der Vergangenheit als denkbar schlechter Maßstab für die Regulierung von Technologien herausgestellt. Man denke nur einmal an den Umweltschutz. Medienkompetenz in Parlamenten bedeutet daher auch, sich mit der neuen Rolle von marktbeherrschenden Plattformen kritisch auseinander zu setzen. Und Grenzen zu setzen.

### Die neuen Realitätsfilter

Zur Medienkompetenz gehört in heutigen Tagen auch zu verstehen, wie Filter großer Plattformen unsere Wahrnehmung der Realität beeinflussen. Der Newsfeed von Facebook wurde daraufhin optimiert, dass Nutzer möglichst viel interagieren und möglichst viel Zeit auf der Plattform verbringen – das steigert die Werbeeinnahmen. Nicht allen Facebook-Nutzern sind sich darüber im Klaren, dass ihr Newsfeed systematisch vorgefiltert wird. Diese vermeintlich harmlose Einstellung verursacht gefährliche Nebenwirkungen. Eine Studie zeigte, dass Facebook-Nutzern dank des manipulierten Newsfeeds Nachrichten von Accounts mit gegenläufigen politischen Meinungen weniger häufig angezeigt werden, als Nachrichten, die uns in unserer Meinung bestätigen.

Die rasante Verbreitung von Lügen und Hass in sozialen Netzwerken ist auch in Teilen der Einstellung dieser fremdbestimmten Filter geschuldet. Nehmen wir einmal den Fall des Fake-Posts mit dem angeblich geplünderten Weihnachtsbaum. Wenn jemand bei einem rein auf Maximierung der Interaktionen ausgerichteten Newsfeed-Algorithmus den Beitrag kritisch kommentieren würde um andere Nutzer zu warnen, wäre das unter Umständen kontraproduktiv. Denn bei einem rein auf Interaktionen optimierten Algorithmus kann ein Kommentar dazu führen, dass der Original-Post noch prominenter im Newsfeed anderer Nutzer angezeigt wird. Eine bevorzugte Platzierung im Newsfeed bringt nachweislich bis zu 15 Prozent mehr Aufmerksamkeit. Ein kritischer Kommentar bewirkt damit am Ende das Gegenteil von dem, was man erreichen will. Die einzige Alternative, die Nutzern dann noch bleibt, ist schweigen. Zivilcourage wird so bestraft.

Wir können noch so viel Medienkompetenz vermitteln – derart gravierende Strukturprobleme sozialer Netzwerke können wir allein durch Bildung nicht aus der Welt schaffen. Medienkompetenz kann an dieser Stelle lediglich dazu beitragen, Symptome eines tiefer liegenden Problems abzumildern. Um die Ursachen zu beheben, bräuchte es andere Mittel. Trotzdem bleibt es wichtig, Menschen unabhängig vom Alter dafür zu sensibilisieren, wie unsere virtuelle Realität anhand unserer Datenspur optimiert wird. Denn ohne dieses Hintergrundwissen fehlt uns die entscheidende Kompetenz, um Informationen entsprechend einordnen und bewerten zu können. Angesichts der Bedeutung, die soziale Netzwerke für politische Debatten haben, ist die Forderung von Verbraucherschützern nach mehr Transparenz zur Konsequenz. Facebook sollte nicht nur endlich dazu verpflichtet werden, seine Filter offen legen müssen. Die Nutzer sollten grundsätzlich immer selbst entscheiden können, was sie sehen wollen – und was nicht.

### Google, das unbekannte Wesen

Dass es bei der Medienkompetenz auch in Bezug auf Suchmaschinen viel Nachholbedarf gibt, zeigt eine Studie aus Großbritannien aus dem Jahr 2015. Die britische Medienaufsicht Ofcom hat Jugendliche im Alter zwischen 12 und 15 Jahren – also „Digital Natives“ – befragt, wie sie Google-Suchergebnisse bewerten. Das Ergebnis war mehr als ernüchternd. 57 Prozent der Befragten wussten nicht, dass es sich bei den ersten Ergebnissen der Google-Suche um bezahlte Anzeigen handelt. Und das, obwohl direkt neben den betreffenden Suchergebnissen das Wort „Anzeige“ eingeblendet wird. Bei solchen Ergebnissen liegt es nahe davon auszugehen, dass nur die wenigsten Jugendlichen sich darüber im klaren sind, dass auch Google-Suchergebnisse personalisiert, also vorgefiltert werden.

Die Umfrage zeigte aber noch weitere Defizite. 46 Prozent der Befragten wussten nicht, dass Google sich durch Werbung finanziert. Sieben Prozent dachten gar, Google bekäme Geld von der Regierung. Derartige Bestandsaufnahmen sind natürlich fatal. Sie bestätigen, dass „Digitale Native“ zu sein allein nicht ausreicht. Mangelnde Medienkompetenz macht nicht nur empfänglich für Manipulation in Form von versteckter Werbung. Wer sich nicht bewusst ist, was für ein Geschäftsmodell hinter einem Angebot steht, ist sich seiner eigenen Rolle darin nicht bewusst. Und wer sich seiner Rolle nicht bewusst ist, der kann sie auch nicht kritisch hinterfragen.

### Fallstricke der Aufmerksamkeitsökonomie

Wie heißt es so schön: „Wenn Du nicht für einen Dienst zahlst, bist du nicht Kunde, sondern das Produkt, das verkauft wird.“ Die begehrteste Währung des Internets ist unsere Aufmerksamkeit. Google und Facebook erwirtschaften ihren Gewinn durch Werbung, die an unseren Datenschatten angepasst wird, damit wir ihr mehr Beachtung schenken. Personalisierte Werbung und die Durchleuchtung der Nutzer gehen Hand in Hand. Medienkompetenz bedeutet nicht nur, die Folgen

abschätzen zu lernen, wenn wir online freiwillig private Informationen über uns preisgeben. Viel wichtiger ist es, verstehen zu lernen, welche Datenspuren wir unbewusst legen.

Niemand nutzt ein Smartphone, um ein Bewegungsprofil anzulegen. Und doch wird ein eben solches bei Millionen von Verbrauchern angelegt. Niemand geht zu Facebook, um seine sozialen Beziehungen für personalisierte Werbung durchleuchten zu lassen. Und doch erwirtschaftet das Unternehmen damit einen Löwenanteil seines Gewinns. Niemand nutzt die Google-Suche, um ein Protokoll seiner Sehnsüchte und Träume zu erstellen. Und doch wurde spätestens durch Snowden bekannt, dass die NSA auf eben solche Gedankenprotokolle Zugriff genommen hat.

Datenschutz stellt eine der entscheidendsten Machtfragen der vernetzten Welt. Medienkompetenz zu vermitteln, muss daher stets auch bedeuten, zu vermitteln, dass jeder „etwas zu verbergen“ hat. Man nennt es Privatsphäre. Und diese brauchen wir in der vernetzten Welt dringender denn je. Wer von seinem Gegenüber vollumfänglich durchleuchtet wird, der kann nicht auf Augenhöhe verhandeln. Der gläserne Bürger macht so auch die Demokratie zerbrechlich. Die Grundlagen digitaler Selbstverteidigung kann jeder lernen. Und jeder sollte die Chance dazu haben, ganz unabhängig vom Alter. Aber auch hier gilt: Sich auf Symptombekämpfung zu beschränken, verfehlt den Kern des Problems. Die Entscheidung, welche Lebensbereiche im digitalen Raum wir einer permanenten Überwachung unterwerfen wollen, ist auch eine Frage der Politik.

„Allianz der Aufklärung“

Der traurige Status quo zeigt, wie dringend es eine „Allianz der Aufklärung“ in Sachen Medienkompetenz bräuchte. Wir müssen endlich aus unserer selbst verschuldeten Unmündigkeit. Es gibt natürliche Verbündete, auf die man zählen kann, wenn es um die Vermittlung einer kritischen Haltung, um die Befähigung zur selbstbestimmten Nutzung geht. Konzerne wie Google, Facebook, Apple oder Microsoft gehören nicht dazu. Denn diese haben ein handfestes Eigeninteresse, welches an vielen Stellen im Konflikt zu Idealen wie „Selbstbestimmung“, „Transparenz“ und „Partizipation“ steht. Statt mehr Abhängigkeit von der Wirtschaft braucht es daher starke unabhängige Träger aus der Zivilgesellschaft, die diesen Weg mitgestalten. Denn Medienkompetenz ist in der vernetzten Welt längst unverzichtbar, um selbst über das eigene Leben bestimmen zu können.

Es ist richtig und wichtig, dass die Bundesregierung für diese Legislaturperiode 5 Milliarden Euro für die digitale Bildungslandschaft einplant. Doch viel hilft nicht immer viel. Bei der Frage, welchen Stellenwert der Medienkompetenz als Bildungsauftrag eingeräumt wird, geht es nicht nur um das Budget. Es geht auch um die Frage, wofür das Geld ausgegeben wird. Das Verteilen von iPads an Schüler oder die Nutzung von Google-Produkten im Unterricht wäre das Gegenteil von „smart“. Eine Lernumgebung, die darauf verzichtet, sensible Daten unserer Kinder zu erfassen und zu Werbezwecken auszuwerten, sollte eine Selbstverständlichkeit sein. Was wir brauchen, sind unabhängige Lernplattformen, für Jung und Alt. Auch das Bereitstellen von mit Steuergeldern finanzierten Lernmaterialien und Lernsoftware unter freier Lizenz sollte zum Standard werden.

Die Debatte darum, wie eine lebenswerte vernetzte Zukunft aussehen soll wird niemals zu Ende sein. Die Vermittlung von Medien- und Technikkompetenz darf sich deshalb auch nicht nur auf Schulen beschränken. Es ist eine gesamtgesellschaftliche Aufgabe. Technik ist nicht in Stein gemeißelt. Wir dürfen nie aufhören, neugierig zu sein und die Dienste und Technologien, die wir in unser Leben lassen, kritisch zu hinterfragen. Denn nur wer Dinge hinterfragt, lernt sie auch zu verstehen. Und nur wer sie versteht, kann versuchen sie besser machen. Digitale Aufklärung, das ist auch eine Frage der Haltung. Und diese fängt vor allem beim kritischen Denken an.