



Kofinanziert von der  
Europäischen Union



**SLACC**

STOP LIES ABOUT CLIMATE CHANGE

**ZUSAMMENFASSUNG**

**JULI 2022**

**SLACC-PROJECT.EU**

Das Projekt SLACC (Stop Lies About Climate Change) zielt darauf ab, die Kompetenzen zum kritischen Denken bei jungen Menschen zu verbessern. Darüber hinaus sollen ihnen die Kommunikationsfähigkeiten vermittelt werden, die sie in die Lage versetzen, Fake News über den Klimawandel zu widerlegen und als Klima-Botschafter\*in zu agieren.

An dem Projekt sind sieben Partnerorganisationen aus Österreich, Bulgarien, Zypern, Frankreich, Deutschland, Italien und Slowenien beteiligt. Das Projekt richtet sich an Fachkräfte in Organisationen, die mit jungen Menschen im Alter von 18 bis 30 Jahre arbeiten. Um sicherzustellen, dass die Bildungsbedürfnisse beider Zielgruppen (junge Menschen und Fachkräfte der Jugendarbeit) durch das Projektangebot bestmöglich abgedeckt werden, recherchierten die Partner die bestehenden Ansätze zur Klimabildung und analysierten die Situation hinsichtlich Fake News zu Klimathemen in ihren jeweiligen Ländern. Darüber hinaus suchten sie nach Möglichkeiten zur Verbesserung der Klimabildung durch nicht-formale Methoden und die besten Strategien zur Bekämpfung von Fehlinformationen.

Die Recherche zeigt, dass sich die Menschen in allen Partnerländern der Tragweite des Klimawandels und der damit verbundenen Probleme bewusst sind. Es gibt jedoch einige deutlichere Unterschiede, wenn es um den Grad der Aufmerksamkeit geht, die Klimathemen von den Medien und den nationalen Regierungen erhalten. Der wahrgenommene Mangel an ausreichenden Informationen ist nicht zu unterschätzen, da er zu einer mangelnden Positionierung der jungen Menschen führen kann. Das könnte dazu führen, dass sie potenziell anfälliger für die Gefahren von Fehlinformationskampagnen sind. Dennoch ist ihr Bewusstsein für die Auswirkungen des Klimawandels auf ihr tägliches Leben recht ausgeprägt. Auch das allgemeine Interesse an dem Thema, insbesondere bei den aktiveren, gut ausgebildeten Jugendlichen, wächst ständig, was durch die große Zahl der in den letzten Jahren ins Leben gerufenen Klimaschutzprojekte und -initiativen sowie der Jugendorganisationen, die sich im Kampf gegen den Klimawandel engagieren, belegt wird. Dies lässt auf ein großes Potenzial junger Menschen als Klimabotschafter\*innen schließen.

Die Recherche zeigt auch, dass staatliche und nichtstaatliche Akteure bei der Entwicklung von Schulungsmaterialien und der Durchführung von Schulungen zu klimarelevanten Themen sehr aktiv sind. Infolgedessen scheint Klimabildung in fast allen Partnerländern ein obligatorischer Bestandteil der Lehrpläne zu sein, wenn auch eher punktuell. Während Nichtregierungsorganisationen überall ein aktiver Motor des Wandels zu sein scheinen, fehlt es tatsächlich an allgemeinen Bildungsstandards und einem universellen Rahmen für die Bildung in Sachen Klimawandel und Umweltschutz.

Den durchgeführten Recherchen zufolge nutzen junge Menschen neben der Schule vor allem Online-Plattformen wie Social-Media-Kanäle und - im Falle eines bewussteren Publikums - Websites ausländischer Medien oder auch klimarelevante Webseiten, um sich über Klimafragen zu informieren. Offline vertrauen (ein kleinerer Teil) der jungen Menschen immer noch dem Fernsehen und den traditionellen Printmedien. Die allgemeine Tendenz geht zu kürzeren Texten, Videoinhalten und einem geringeren Informationsumfang. Es gibt jedoch kaum ein Bewusstsein dafür, dass In-

formationen weiter überprüft werden müssen und dass einige Quellen, auch wenn sie so erscheinen, möglicherweise nicht zuverlässig sind oder dass die Diversifizierung der Quellen einen Mehrwert für die Bildung einer fundierten Meinung zu komplexen Themen darstellt.

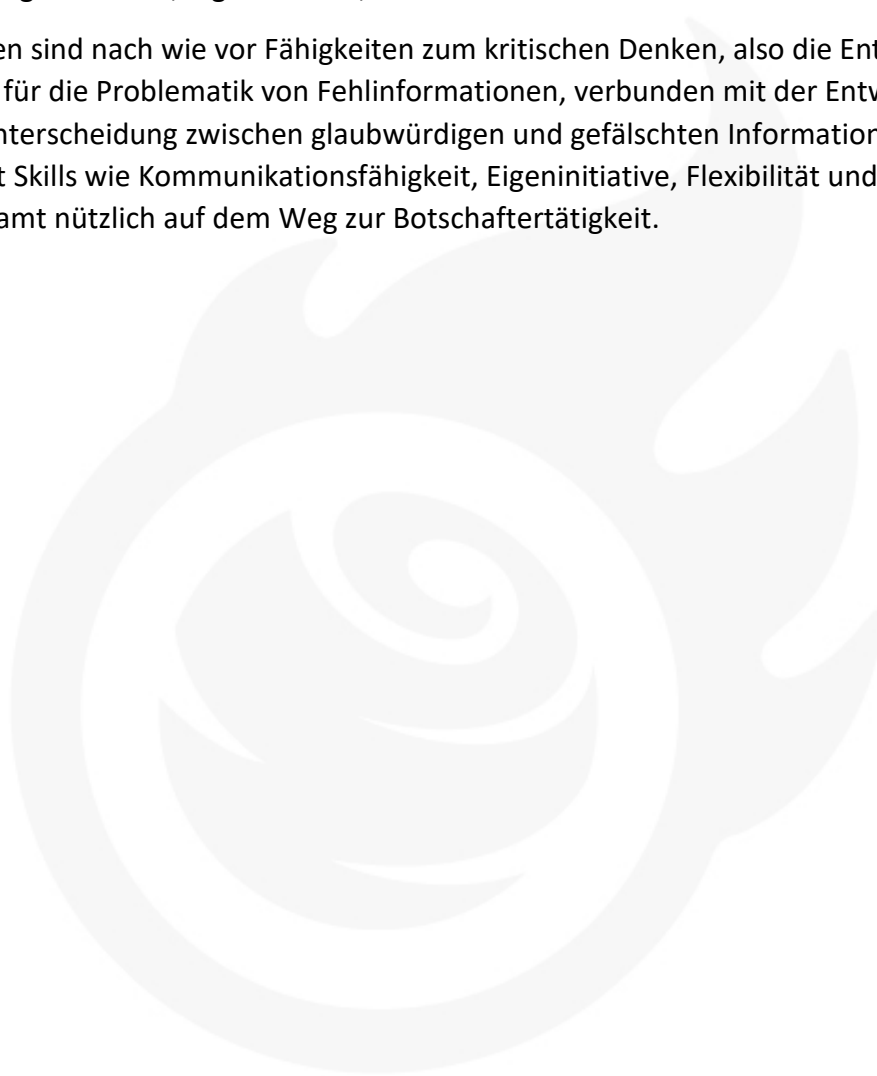
Aus diesem Grund sollten sich Angebote, junge Menschen über das Thema Klimawandel zu informieren und sie dafür zu begeistern, an ihren Bedürfnissen und Interessen orientieren - mit verschiedenen Spielen und Herausforderungen, kurzen Informationsvideos, zugänglichen und ansprechenden Inhalten, die in den sozialen Medien veröffentlicht werden, die das Thema durch nachvollziehbare Beispiele näher an ihren Alltag heranbringen, ihnen Verantwortung übertragen, indem sie ihre eigenen Projekte/Initiativen entwickeln (Learning by Doing), Interaktivität (Diskussionen statt Vorträge). Obwohl es für Fachpersonal in der Jugendarbeit schwierig sein kann, mit allen neu entstehenden Kommunikationskanälen Schritt zu halten, ist es wichtig, sie zu nutzen, um junge Menschen zu erreichen und ihre Sprache zu sprechen. Es ist auch wichtig zu verstehen, dass die Online-Plattformen, auch wenn sie aufgrund des freien Zugangs und der mangelnden Kontrolle mehr Fake News zulassen, zur Entwicklung des kritischen Denkens junger Menschen beigetragen haben.

Das Potenzial ist vorhanden, aber wie steht es um die Motivation und das Interesse, Klimabotschafter\*in zu werden? Die Untersuchung zeigt, dass sich junge Menschen sehr wohl für den Klimawandel interessieren und sich der Fake News in diesem Zusammenhang bewusst sind, auch wenn es für sie schwierig sein kann, sich in den verfügbaren Ressourcen, die alle möglichen Informationen bieten, zu orientieren. Nach Ansicht der Jugendlichen sind ältere Menschen aus mehreren Gründen anfälliger für Fake News: Sie sind weniger vertraut mit den sozialen Medien (in denen Fake News am häufigsten veröffentlicht werden) und ihren Fallen. Außerdem neigen sie dazu, dem, was sie im Internet finden, mehr Glauben zu schenken, da sie nicht über die gleichen digitalen Fähigkeiten und die gleiche Klimabildung verfügen wie junge Menschen und daher weniger in der Lage sind, Fake News zu erkennen. Die Jugendlichen sind sich einig, dass es wichtig ist, andere (und sich selbst) über Fake News aufzuklären, um falsche Vorstellungen und Wahrnehmungen zu vermeiden, die sich in schädlichem Verhalten niederschlagen könnten. Gleichzeitig ist ihnen auch klar, dass die Anfälligkeit für Fake News nicht nur mit dem Alter, sondern auch mit anderen Faktoren wie der wirtschaftlichen Situation, Radikalisierung und mangelndem kritisches Denken zusammenhängt.

Um Fehlinformationen erfolgreich zu bekämpfen, muss man die Logik dahinter verstehen - wie Fake News verbreitet werden und wer ein Interesse daran hat, sie zu verbreiten. Der von den Partnern gemeinsam erstellte Bericht als Ergebnis der Recherchen zeigt, dass die Hauptakteure, über die traditionellen geschäftlichen und politischen Interessen hinaus, immer innovativere Wege finden, um Desinformationen zu verbreiten, Meinungen zu formen und künstliche Debatten im öffentlichen Raum zu schaffen. Daher ist es von entscheidender Bedeutung, so früh wie möglich die Fähigkeit zum kritischen Denken zu entwickeln und die Gesellschaft, insbesondere junge Menschen, darüber aufzuklären und zu sensibilisieren, dass Fake News ein Teil unserer heutigen Realität sind und dass Fehlinformationen viele Formen annehmen können.

Aber wie erkennt man Fake News in dem gewaltigen Meer von Informationen? Es gibt viele ansprechende Übungen, wie z. B. den Einsatz von Umkehrstrategien, Wettbewerbe zur Entlarvung von Falschmeldungen, Aufgaben zur Internetrecherche, offene Diskussionen und interaktive Medienkompetenztrainings, die idealerweise angepasst und in den formalen Unterricht integriert werden sollten. Darüber hinaus gibt es viele Online-Tools, die bei der Bekämpfung von Fehlinformationen helfen können und deren Bekanntheit bei jungen Menschen gefördert werden müssen. Dazu gehören bspw. Webseiten zur Überprüfung von Fakten und Konten in den sozialen Medien, auf denen zusammengefasste und zugängliche wissenschaftliche Informationen veröffentlicht werden, Bildungs-Podcasts, digitale Tools, Online-Kurse usw.

Am wichtigsten sind nach wie vor Fähigkeiten zum kritischen Denken, also die Entwicklung eines Bewusstseins für die Problematik von Fehlinformationen, verbunden mit der Entwicklung von Methoden zur Unterscheidung zwischen glaubwürdigen und gefälschten Informationen, sowie übergreifende Soft Skills wie Kommunikationsfähigkeit, Eigeninitiative, Flexibilität und Durchhaltevermögen - allesamt nützlich auf dem Weg zur Botschaftertätigkeit.



## Partners



EUROCIRCLE / France  
[eurocircle.fr](http://eurocircle.fr)



DIE BERATER / Austria  
[www.dieberater.com](http://www.dieberater.com)



CATRO / Bulgaria  
[catrobg.com](http://catrobg.com)



CESIE / Italy  
[www.cesie.org](http://www.cesie.org)



BUPNET / Germany  
[www.bupnet.de](http://www.bupnet.de)



CARDET / Cyprus  
[www.cardet.org](http://www.cardet.org)



PINA / Slovenia  
[www.pina.si](http://www.pina.si)



SLACC © 2022 is licensed under CC BY-NC-SA 4.0.  
To view a copy of this license, visit:  
<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>



Co-funded by  
the European Union

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.

Project Number: 2021-1-FR02-KA220-YOU-000028761