

Abstracts

DER WANDEL IN DER ONLINE- UND OFFLINE-NUTZUNG VON FREIZEIT, FREIZEITRÄUMEN UND MEDIEN DURCH JUGENDLICHE IN UNGARN

Ádám Nagy und Anna Fazekas

Eine Altersgruppe kann als Generation gelten, wenn sie durch gemeinsame inhärente Eigenschaften, Generationswissen und gemeinschaftlichen Charakteristika gekennzeichnet ist. Hierfür müssen drei Bedingungen erfüllt sein: gemeinsame Erfahrung, eine konkrete Orientierung auf die anderen Mitglieder hin sowie eine gemeinsame Interpretation der Situation, Einstellungen und Handlungsformen der Mitglieder (Mannheim 1978). Prensky hat die Zugehörigkeit zu einer solchen Altersgruppe in Beziehung auf die Informationsgesellschaft interpretiert (2011). Wir untersuchen die Weiterentwicklung von Prenskys Modell der Digital Natives und Digital Immigrants und integrieren es mit dem Strauss-Howe-Modell (1991), gemäß dem ein gesellschaftlicher Generationswechsel im Sinne Mannheims ungefähr alle 15 bis 20 Jahre eintritt. Nach der Sozialisierungstheorie (Nagy 2013) spielen Freizeit und Medien in der postmodernen Gesellschaft dieselbe Rolle wie die schulische Sozialisation in der modernen Gesellschaft und die Familie in der vormodernen Ära. Aus Daten zum Freizeitverhalten junger Menschen sowie ihren relevanten Aktivitäten und ihrer Mediennutzung können wir daher ein Bild der heutigen jungen Generationen (Y und Z) zeichnen, das die Unterschiede zwischen den Generationen bestätigt. Wir arbeiten hierbei mit Daten aus einer groß angelegten ungarischen Jugendstudie, die bereits seit anderthalb Jahrzehnten regelmäßig alle vier Jahre durchgeführt wird (Ifjúság 2000, Ifjúság 2004, Ifjúság 2008, Magyar Ifjúság 2012). Diese Studie verschafft einen Überblick über eine Stichprobe von 8000 Personen, die mit Blick auf die Lebenssituationen und Lebensweisen hinsichtlich Alter, Geschlecht und Wohnsituation repräsentativ ist für die ungarischen Jugendlichen.

Schlüsselbegriffe: Generationen, Freizeitaktivitäten, Online- und Offline-Freizeit

FÜHRENDE JUNGUNTERNEHMER/-INNEN UND UNTERNEHMERISCHE KOMPETENZEN IN EINER MOBILEN UND KOLLABORATIVEN WIRTSCHAFT IN GRIECHENLAND

*Betty Tsakarestou, Lida Tsene, Dimitra Iordanoglou,
Konstantinos Ioannidis und Maria Briana*

Wir leben in einer Zeit, in der junge Menschen täglich mit Herausforderungen konfrontiert sind, die der globalen Finanzkrise ebenso geschuldet sind wie digitalen Technologien. Auf der einen Seite werden die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen immer instabiler, auf der anderen Seite bietet die digitale und mobile Kultur eine Reihe von Chancen. In beiden Fällen müssen junge Menschen über ein Spektrum von Kompetenzen verfügen, um sich an die sich ständig verändernde Landschaft anpassen zu können.

Unser Beitrag diskutiert die Ergebnisse zweier Studien, von denen die eine selbst finanziert, die andere durch die EU gefördert wurde. Beide wurden in Griechenland durchgeführt und konzentrierten sich auf junge Führungskräfte und ihre neuen Eigenschaften und Kompetenzen, wie sie im Kontext der Entstehung von mobiler (Staid 2008) und unternehmerischer Kultur beschrieben werden, sowie auf die kollaborativen Trends der Sharing Economy (Botsman & Rogers 2010). Die von uns behandelten Fragen befassen sich mit Bewusstsein und Einstellungen in Bezug auf die Verwendung mobiler Technologien in jedem der folgenden klar definierten Felder – Konsum, Gaming, Arbeit, Startups und unternehmerische Initiative, Demokratie und sozialer/politischer Aktivismus – und untersuchen gleichzeitig den Zusammenhang zwischen Emotionaler Intelligenz (EI) (Petrides & Furnham 2001) und aufkommenden kollaborativen Praktiken und kollaborativer Kultur. Zusätzlich versuchen wir, die neuen Kompetenzen herauszuarbeiten, die junge Führungskräfte innerhalb der digitalen Wirtschaftslandschaft im Hinblick auf künftige Beschäftigungsfähigkeit ebenso wie auf Wirtschaftskrisen entwickeln sollten.

Eingesetzt wurde eine gemischte Forschungsmethodik mit einem sequenziellen Verallgemeinerungsdesign (Creswell 2003). Die Anfangsphase der Studie umfasste eine quantitative Datenerhebung (Stichprobe von 470 Teilnehmenden) und Analyse. Ein Online-Umfrageverfahren wurde als geeignetste Methode erachtet, um Online-Nutzer/-innen zu erreichen und Einstellungen und Verhaltensweisen in den oben genannten Sektoren des digitalen Umfelds zu untersuchen.

In der qualitativen Phase wurden Tiefen- und semi-strukturierte Interviews eingesetzt, die zur Erfassung ausführlicher und detaillierter Antworten erforderlich waren (Gillham 2000). Zusätzlich wurden in den Diskussionsleitfäden Skalenfragen zu 41 Führungsqualitäten mit aufgenommen, die im Literaturüberblick als die wichtigsten identifiziert worden waren (Cox et al. 2010; Whetten & Cameron 2007; Perth Leadership Institute 2008). Diese waren in drei Kategorien unterteilt: Selbstmanagement, Unternehmensführung und Personalführungskompetenzen. Die Stichprobe für die Interviews bestand aus 48 Expertinnen und Experten, und zwar Gründerinnen und Gründern von Startups, Personalleiterinnen und Personalleitern sowie Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern, die zum Thema

Führungsverhalten forschen. Zur Rekrutierung der Teilnehmer/-innen wurde eine Ermessensstichproben-Methode eingesetzt. Die Elemente der Grundgesamtheit wurden auf der Basis der Einschätzung des Forschungsteams bewusst ausgewählt. Für diese Studie waren Inferenzschlüsse auf die breite Grundgesamtheit nicht erforderlich; es war jedoch nötig, uns auf Expertinnen und Experten in bestimmten Bereichen zu konzentrieren. Der Diskussionsleitfaden für die Interviews teilte sich in drei Hauptgebiete auf (Iordanoglou & Ioannidis 2014):

- ▶ wichtige Führungsqualitäten für zukünftige Führungskräfte;
- ▶ wichtige Führungsqualitäten in Zeiten wirtschaftlicher Krisen;
- ▶ bei jungen Berufstätigen und Unternehmerinnen und Unternehmern am Arbeitsplatz beobachtete Führungsqualitäten.

Die Ergebnisse des quantitativen Teils der Studie lieferten eine Skizze der entstehenden mobilen Generation in Griechenland. Zusätzlich erwies sich EI als signifikanter Prädiktor für gemeinschaftlichen Konsum. Die Ergebnisse des qualitativen Teils der Studie zeigten, dass zu den wichtigsten Führungsqualitäten junger Führungskräfte Begeisterung, Vertrauenswürdigkeit, Flexibilität, das Inspirieren anderer, Selbstvertrauen, strategisches Denken sowie Kollaboration und Teamwork gehörten. In Zeiten wirtschaftlicher Krisen bleiben die meisten wichtigen Kompetenzen dieselben, allerdings steigen Anpassungsfähigkeit und Innovation in die Liste der Top 10 auf. Des Weiteren wurde eine Kluft zwischen erforderlichen und beobachteten Führungsqualitäten am Arbeitsplatz offenbar, hauptsächlich in Bezug auf Personalführungs Kompetenzen. Die Ergebnisse werden mit denen ähnlicher Forschungsarbeiten aus vier anderen europäischen Ländern verglichen (Zypern, Lettland, Litauen, Bulgarien) und die Implikationen für die Ausbildung der nächsten Generation junger Führungskräfte und Unternehmer/-innen diskutiert.

Schlüsselbegriffe: mobile Kultur, Führungsqualitäten, digitale Wirtschaft, unternehmerische Initiative

DIGITALE UND MOBILE TOOLS UND TIPPS FÜR DIE EPARTIZIPATION JUGENDLICHER

Evaldas Rupkus und Kerstin Franzi

Ob auf EU-Ebene oder bei nationalen Wahlen, junge Europäer/-innen scheinen nur ungern an Wahlen teilzunehmen:

72% aller 16-/18- bis 24-Jährigen gehen nicht wählen, verglichen mit unter 50% der über 65-Jährigen [...] das Ausmaß, in dem die Stimmen der Jugend fehlen, ist nach wie vor überraschend hoch, und die Kluft zwischen Jugendlichen und anderen Altersgruppen hat sich nur marginal verändert. Jugendliche bleiben nationalen Wahlen in besorgniserregendem Ausmaß fern (Deželan 2015).

Die Stimmabgabe – eine sehr traditionelle Form politischer Partizipation – ist jedoch nicht die einzige Form, in der sich zivilgesellschaftliches Engagement ausdrückt. Sowohl Forschung als auch Praxis zeigen, dass „wir eine Diversifizierung des

Spektrums, der Formen und der Ziele politischer Meinungsäußerungen erleben“ (Deželan 2015: 9). Erstere untersucht insbesondere die technologischen Veränderungen in der politischen Beteiligung über digitale und mobile Medien.

Die weit verbreitete Nutzung von Smartphones weist auf die Notwendigkeit hin, bei Partizipationsabläufen die Umsetzung digitaler wie auch mobiler Instrumente zu berücksichtigen. Die Nutzung von Online- oder mobilen Instrumenten alleine reicht jedoch nicht aus, um die Teilnehmenden ausreichend zu motivieren und Abläufe der ePartizipation zu ermöglichen. Diese Problematik und mögliche Lösungsansätze wurden im Rahmen des Forschungs- und Innovationsprojekts „EUth – Tools und Tipps für die mobile und digitale Partizipation Jugendlicher“ in ganz Europa angesprochen. Im Rahmen des Projekts wurde nicht nur eine Toolbox für die digitale und mobile ePartizipation entwickelt, sondern es wurden auch Tipps und Unterstützung für all diejenigen zusammengestellt, die eine ePartizipation initiieren möchten.

Im Allgemeinen lassen sich bei öffentlicher Beteiligung – sei es die Beteiligung Jugendlicher oder Erwachsener oder Online- oder persönliche Beteiligung – drei Gruppen von Akteurinnen und Akteuren unterscheiden. Zunächst die Teilnehmenden, die ihre Meinungen diskutieren oder vorstellen, dann die Entscheidungsträger/-innen, die Diskussionen zusammenfassen, und schließlich diejenigen, die die Kommunikation zwischen Teilnehmenden und Entscheidungsträgerinnen und Entscheidungsträgern unterstützen. Partizipation – unabhängig davon, ob sie auf eine bestimmte Gruppe wie Jugendliche oder auf die Nutzung spezifischer Technologien wie digitale Tools abzielt – kann nur funktionieren, wenn alle drei Gruppen beteiligt sind. Es gibt jedoch vielerlei Gründe, warum dies oft nicht der Fall ist: Teilnehmende (insbesondere Jugendliche) können gegenüber Missmanagement, falschen Versprechungen und wenig attraktiven Aktivitäten oder Instrumenten der Einbeziehung sehr sensibel sein; Entscheidungsträger/-innen sind eventuell nicht an eine offene Entscheidungsfindung unter Einbeziehung der Bürgerschaft, insbesondere Jugendlicher, gewöhnt, und Initiatoren verfügen oft nicht über die zur Planung und Umsetzung eines komplexen ePartizipationsprojekts erforderlichen Kompetenzen und Ressourcen.

Dementsprechend entwickeln wir bei EUth für die folgenden Zwecke Tools und Tipps für die ePartizipation:

- ▶ die Bereitstellung ansprechender digitaler und mobiler Tools für die partizipatorische Miteinbeziehung
- ▶ die Unterstützung von Initiatoren bei der Planung und Umsetzung ihrer individuellen ePartizipationsprojekte

Diese sind in der OPIN-Toolbox enthalten, einer digitalen Onlineplattform, auf der individuelle ePartizipationsprojekte gehostet werden können. Diese Tools zur Einbeziehung von Teilnehmenden wurden auf der Grundlage umfassender Studien erarbeitet. Zusätzlich wurde ein Projektmanagement-Tool entwickelt, das Initiatoren darin unterstützt, einzelne partizipatorische Abläufe einzurichten. Dieses wird ergänzt von Richtlinien und praktischen Tipps zur Befähigung von Initiatoren, die in vielen Workshops mit Endnutzerinnen und Nutzern bestätigt wurden.

Dieser Beitrag beinhaltet detaillierte Informationen über:

- ▶ das Projektmanagement-Tool: Welche Konzepte für partizipatorische Projekte kommen am häufigsten zum Einsatz? Welche Methoden eignen sich für welche Szenarien?
- ▶ Tipps/Leitlinien: Was sind bei der Planung und Umsetzung von ePartizipationsprojekten die wichtigsten Schritte? Welche Tücken sind zu beachten und wie lassen sie sich vermeiden?
- ▶ Software-Kombinationen und Arbeitsabläufe: technische Funktionen und innovative Instrumente

Schlüsselbegriffe: Jugend, ePartizipation, Partizipation, Teilhabe, Innovation, Europa

OPEN YOUTH PARTICIPATION – EIN SCHLÜSSEL ZU GOOD GOVERNANCE IM 21. JAHRHUNDERT

Daniel Poli und Jochen Butt-Pośnik

Wenn wir den Begriff einer „ganzheitlichen Partizipationsagenda“ ernst nehmen, kann es zwischen Offline- und Online-Partizipation keine Trennung mehr geben. Im Kontext der Digitalisierung unserer Lebenswelt treffen Jugendliche heute keine Unterscheidung zwischen ihrer Offline- und Online-Kommunikation (oder ihrem Offline- und Online-Leben). Interaktionen mit dem örtlichen Umfeld finden über Mobilgeräte und Online-Plattformen ebenso statt wie über die Teilnahme am Sozialleben, den Schulbesuch, die Arbeit, Aus- und Weiterbildung oder sonstige non-formale Aktivitäten. Dieser Beitrag möchte diese verschiedenen Perspektiven zu einem kohärenten Bild zusammenfassen, das auf den Erfahrungen und Erkenntnissen aus zwei multilateralen Kooperationsprojekten aufbaut, in denen Vertreter/-innen von Jugendministerien und von in der Jugendpartizipation aktiven Organisationen sowie Partizipationsfachleute und andere voneinander lernen konnten. Das Youthpart-Projekt führte zur Erarbeitung europäischer Leitlinien für die erfolgreiche ePartizipation junger Menschen. Eine seiner wichtigsten Empfehlungen war es, verschiedene Formate der Jugendpartizipation an die Lebensrealitäten junger Menschen in einer digitalen Welt anzugleichen. Das multilaterale Kooperationsprojekt „Partizipation junger Menschen im demokratischen Europa“ konzentrierte sich stärker auf die verschiedenen neuen Formen und Foren, in denen Partizipation heute stattfindet – viele davon abseits der Wahllokale. Die Empfehlungen befassen sich mit neuen Herausforderungen für den Lernprozess zur demokratischen Staatsbürgerschaft und gehen darauf ein, dass alle pädagogischen Interessensgruppen hier eine Rolle zu spielen haben. Beide europäischen Projekte beschreiben die Jugendpartizipation als Schlüssel zu Good Governance im 21. Jahrhundert.

Wie würde eine solche „ganzheitliche Partizipationsagenda“ aussehen? Grundsätzlich stellt sie für Entscheidungsträger/-innen in Regierungen und Verwaltungen eine Herausforderung dar, denn Partizipation ernst nehmen heißt Macht, Wissen

und Ressourcen teilen. Dies ist weniger idealistisch, als man meinen möchte: Verschiedene verbindliche internationale Instrumente, darunter das UN-Übereinkommen über die Rechte des Kindes, der EU-Vertrag von Lissabon, die digitale Agenda der Strategie „Europa 2020“ oder die EU-Jugendstrategie, betonen alle eine offene Partizipation.

Wenn wir die Umsetzung der Jugendpartizipation ausbauen möchten, brauchen wir Folgendes:

- ▶ offene Regierungen und offenes Regieren: Partizipation muss die Regel und nicht die Ausnahme werden;
- ▶ Zulassen von direkter Einflussnahme und Partizipation mit realer Wirkung;
- ▶ Neuzuteilung von Ressourcen, um Partizipation zu stärken und konkrete Themen zur Entscheidung zu stellen;
- ▶ offene Methoden: Entscheidungsprozesse und Partizipation müssen transparent und für alle zugänglich werden sowie eine Mischung aus Online- und Offline-Methoden berücksichtigen;
- ▶ Offenheit für die Lebensrealitäten junger Menschen: Wir brauchen eine Sprache, Formate und Tools, die den Realitäten Jugendlicher gerecht werden und Jugendliche direkt beteiligen.

Welche Rolle spielt die Jugendarbeit hier? Sie spielt eine entscheidende Rolle – sofern sie ernst genommen und eingesetzt wird, um junge Menschen zu erreichen und mit ihnen zu arbeiten. Jugendarbeit kann hinsichtlich der Partizipation Jugendlicher in beide Richtungen als Schnittstelle und Übersetzerin fungieren: mit und für junge Menschen sowie in enger Verbindung mit Entscheidungsträgerinnen und Entscheidungsträgern auf lokaler, regionaler, nationaler und europäischer Ebene. Jugendarbeiter/-innen müssen als politische Akteurinnen und Akteure sowie in der Fürsprache für Jugendliche entschlossen und selbstbewusst Position beziehen und so als Katalysatoren wirken. Sie bilden in beide Richtungen ein Bindeglied zwischen den verschiedenen Lebensrealitäten junger Menschen und der Welt der Politik und Verwaltung, die auf das Leben Jugendlicher einwirkt. Staatsbürgerschaftliche und politische Bildung sowie Kompetenzen in der Befähigung junger Menschen und Kenntnisse von Online- und Offline-Methoden der Partizipation müssen daher in der Jugendarbeit ein fester Bestandteil von beruflichem Wissen und Kompetenzen werden. Und Jugendarbeiter/-innen müssen ihre Position als Partner politischer Interessensgruppen stärken: Wir haben so viel mehr zu bieten als nur Spaß und Freizeit für gelangweilte Kids!

Schlüsselbegriffe: Jugendpartizipation, digitale Partizipation, Jugendpolitik, Jugendarbeit, politische/staatsbürgerschaftliche Bildung

MAROKKO – DIGITALE UND SOZIALE MEDIEN ZUR FÖRDERUNG DES BÜRGERSCHAFTLICHEN ENGAGEMENTS JUGENDLICHER IN DER DEMOKRATIE

Karima Rhanem

Nach dem Arabischen Frühling nutzte eine Reihe von Jugendorganisationen in Marokko, im Mittleren Osten und in Nordafrika soziale Medien als Mittel zur Mobilisierung, zum Austausch und zur Förderung von Bürgerbeteiligung und demokratischen Werten. Mehrere dieser Jugendorganisationen hielten Kampagnen ab, um die öffentliche Diskussion über dringende sozioökonomische und politische Anliegen einzuleiten, bestimmte Themen zu unterstützen oder zu bekämpfen und politische oder Gesetzesänderungen zu fordern. Es besteht kein Zweifel, dass die Nutzung von sozialen Medien ein wichtiges Instrument geworden ist, das Jugendliche nutzen, um in ihren Gemeinschaften Veränderungen voranzutreiben und eine transparente, demokratische Teilhabe an der Entscheidungsfindung sicherzustellen. Dieser Beitrag beschreibt konkrete Beispiele von Best-Practice-Initiativen.

Schlüsselbegriffe: soziale Medien, Marokko, Arabischer Frühling, Partizipation, Teilhabe

ONLINE-KOMMUNIKATIONSTOOLS ZUR FÖRDERUNG DES LERNENS, DER IDENTITÄT UND DER AKTIVEN STAATSBÜRGERSCHAFT VON DIGITAL NATIVES

Adina Marina Colafoteanu

Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT) spielen im Leben junger Menschen eine immer wichtigere Rolle. Begriffe wie „Digital Natives“, „Netzgeneration“, „Generation Google“ oder „Millennials“ werden verwendet, um die Bedeutung dieser neuen Technologien in der Herausbildung der Präferenz für Online-Kommunikationstools unter jungen Menschen herauszustellen. Dieser Beitrag setzt sich mit der Rolle von drei Querschnittsthemen – Identität, Staatsbürgerschaft und Lernen – in der Herausbildung der Präferenz für nicht traditionelle Kommunikationsmittel unter Digital Natives auseinander.

Schlüsselbegriffe: Kommunikation, Digital Natives, IKT, gegen Hassrede

DIGITALE KOMPETENZ FÜR AKTIVE BETEILIGUNG UND EINBEZIEHUNG JUNGER MENSCHEN IN EINER DIGITALEN WELT

Nuala Connolly und Claire McGuinness

Die verschiedentlich als „Generation Google“ (Rowlands et al. 2008), „Net Geners“ (Tapscott 1991) und „Digital Natives“ (Prensky 2001) bezeichneten jungen Menschen unserer Zeit wachsen in einer vom Internet beherrschten Welt auf, in der sich neue Möglichkeiten der Partizipation und des Engagements bieten. Der vorherrschende Diskurs in der Forschung neigt dazu, jungen Menschen von Grund auf digitale Fähigkeiten zuzuschreiben. Dennoch gibt es bestimmte Hinweise auf einen Bruch zwischen der Selbsteinschätzung junger Menschen hinsichtlich ihrer digitalen Fertigkeiten und ihrer Fähigkeit, sich in dieser komplexen Welt sicher und sinnvoll zurechtzufinden (Christofides et al. 2009). Da das Internet weitgehend durch einen generischen Ansatz gegenüber „Nutzern“, nämlich Erwachsenen, bestimmt wird, werden die Rechte von Kindern und Jugendlichen oft nicht berücksichtigt (Livingstone et al. 2016). Es wurde auch argumentiert, dass die Konzentration auf den Diskurs der Digital Natives den Bedarf an Unterstützung bei der Entwicklung der digitalen Kompetenzen junger Menschen verdeckt (ECDL 2014; Livingstone 2011). Dies kann dazu führen, dass wesentliche Kompetenzen in der Bildungsagenda übergangen werden.

Die ursprüngliche digitale Kluft des physischen Zugangs zum Internet hat sich zu einer Kompetenzkluff gewandelt (Van Deursen & Van Dijk 2011). Die Antwort auf die Qualifikationslücke wird die Chancen für junge Menschen erhöhen, auf sinnvolle Weise an der digitalen Welt teilzunehmen. Junge Menschen brauchen zusätzliche Kompetenzen, um ihren Informationsbedarf zu decken und die Normen des Online-Umfelds besser zu verstehen. Bildungsangebote im technologischen Kontext werden oft mit funktionellen Kompetenzen in Verbindung gebracht, zum Beispiel der Nutzung von Softwarepaketen, Browsing- und Suchkompetenzen oder der Fähigkeit zur qualitativen Einordnung von Online-Informationen. Eine sinnvolle Medienbildung sollte jedoch breiter gefasste Fertigkeiten beinhalten, die die soziale und kulturelle Einbeziehung junger Menschen in einer vernetzten Gesellschaft ebenso widerspiegeln wie ihre Selbstentfaltung, Identitätsbildung und Beteiligung an der Online-Welt.

Dieser Beitrag befasst sich mit der digitalen Kompetenz junger Menschen im europäischen Kontext. Er untersucht, ob und wie digitale Fertigkeiten die Inklusion, Einbeziehung und Beteiligung junger Menschen in der digitalen Welt unterstützen können. Diese Forschungsarbeit stützt sich auf Beispiele für Mechanismen der Medienbildung aus der formalen wie auch non-formalen Bildung und zieht Irland als ein veranschaulichendes Fallbeispiel heran. Der Aufsatz wird Fragen der Partizipation von Jugendlichen in einer digitalen Welt im Kontext der digitalen Kompetenz neu fassen, einen Beitrag zur Theorieentwicklung und zum Wissensbestand leisten und politikbezogene Erkenntnisse und Empfehlungen für bewährte Verfahren liefern.

Schlüsselbegriffe: Jugendpartizipation, digitale Medien, digitale Kompetenz, digitale Staatsbürgerschaft

ÜBERLEGUNGEN ZUM START DER „NO HATE SPEECH“-KAMPAGNE

Antonia Wulff, Menno Ettema, Manu Mainil, Ivett Karvalits, Anne Walsh and Aleksandra Knežević

Die „No Hate Speech“-Kampagne wurde 2013 als Leuchtturmprojekt des Europarats auf Vorschlag des Beirats zu Jugendfragen lanciert. Die Kampagne für Menschenrechte und gegen Hassrede im Internet hat seit ihrem Start stetig an Relevanz gewonnen, und diese Reihe von Beiträgen beschreibt die Kampagne, ihre Reichweite sowie ihre Stärken und Schwächen aus verschiedenen Perspektiven im Versuch, die Komplexität einer europäischen Jugendkampagne angemessen widerzuspiegeln.

Antonia Wulff beschreibt den Kontext, in dem die Kampagne ursprünglich konzipiert wurde, und die Ziele, die der damalige Beirat mit dem Projekt erreichen wollte. Kampagnen-Koordinator Menno Ettema untersucht die Kampagne aus institutioneller Sicht und beschreibt, welche Form sie auf europäischer Ebene angenommen hat. Koordinatorinnen nationaler Kampagnen – Manu Mainil aus Belgien, Ivett Karvalits aus Ungarn, Anne Walsh aus Irland und Aleksandra Mitrovic aus Serbien – befassen sich mit der Relevanz der Kampagne im jeweiligen nationalen Kontext und reflektieren über ihre bisherigen Erfolge und die Schwierigkeiten, mit denen sie in ihren verschiedenen Ländern bisher konfrontiert waren.

Schlüsselbegriffe: „No Hate Speech“-Kampagne, Europarat, Hassrede online, Belgien, Ungarn, Serbien, Irland