9. Netzwerktagung „Medienkompetenz stärkt Brandenburg“ | 27. OKTOBER 2020

Medien für die gute Sache. Zum Beitrag der Medienbildung für mehr demokratisches Engagement.

WWW.JFF.DE

Dr. Guido Bröckling

Politische Partizipation fördern … aber wie?

Medien- und Demokratiebildung in der digitalisierten Gesellschaft

MEDIENBILDUNG

Im Sinne der Medienkompetenzförderung: Befähigung zur souveränen Lebensführung.

DEMOKRATIEBILDUNG

Im Sinne der Stärkung demokratischer Strukturen: Befähigung zur Partizipation.

Medien- und Demokratiebildung

Befähigung zur souveränen Lebensführung (Medienkompetenzförderung)

- „Medienkompetenz ist eine moderne Ausfaltung der kommunikativen Kompetenz, über die wir alle schon verfügen“ (Baacke et al. 1999, S. 19). Medienkompetenz bedeutet, „mit und über Medien das eigene Leben zu gestalten“, was als wesentliche Voraussetzung einer „souveränen Lebensführung“ betrachtet wird (Schorb/Wagner 2013, S. 18).

- Begriff der kommunikativen Kompetenz geht der „demokratietheoretische Anspruch“ auf, „Erfahrungen und Erkenntnisse adäquat und reflektiert zu bearbeiten, zu bewältigen und dem Nächsten gegenüber darzustellen, egal ob in, mit oder ohne Medien“ (Bröckling 2017, S. 88).

- Demokratieorientierte Medienbildung als politisches Programm, als Plädoyer für das handlungsfähige Subjekt, das selbst-bestimmt und selbst-bewusst an Konstruktion teilhat

→ Gemeinsame Zielvorstellungen von Medien- und Demokratiebildung

(1) Gesellschaftliche Handlungsfähigkeit und Mündigkeit

(2) Orientierung und Reflexion der eigenen Kommunikation

(3) Förderung von Meinungsbildung und Urteilsfähigkeit

(4) Förderung gesellschaftlicher Teilhabe und Partizipation

(1) Gesellschaftliche Handlungsfähigkeit und Mündigkeit

- Die Orientierung in einer demokratischen, mediatisierten und globalisierten Gesellschaft erfordert die Anregung von Werte- und Meinungsbildungsprozessen und die Befähigung zu Artikulation und Partizipation. Sich in gesellschaftlichen Zusammenhängen orientieren und positionieren zu können und zu wollen, bezieht sich auf die Zielvorstellung eines handlungsfähigen und damit mündigen Bürgers (Besand 2020).

(1) Gesellschaftliche Handlungsfähigkeit und Mündigkeit

- Es geht darum, selbstbestimmt Entscheidungen zu treffen, danach zu handeln und das eigene Handeln in, mit und außerhalb medialer und digitaler Systeme zu verantworten
- Gesellschaftliche Handlungsfähigkeit = mediale Handlungsfähigkeit ?
- Medienpädagogik hat die Aufgabe, das Subjekt zur selbstbestimmten Teilhabe in der Aneignung von Welt durch Medien zu befähigen.
- Dialog und (inter)subjektivierte Kommunikation vs. *Digitaler Nihilismus, Gerede und Geschwätz*

(u.a. Bröckling 2012)

(1) Gesellschaftliche Handlungsfähigkeit und Mündigkeit

- Mündigkeit verweist auf die Zielvorstellung von Bürger*innen, die als Individuum autonom, also selbstbestimmt sind und als gesellschaftliche Subjekte Zwänge, die die Autonomie be- oder verhindern, erkennen und beseitigen können (in Anlehnung an Schell 1993)

- Mündigkeit stellt sich den Bürgern einer Demokratie als lebensbegleitende und lebenslange Aufgabe, die sie immer wieder neu zu bewältigen haben.

- Um von der Unmündigkeit zur Mündigkeit zu gelangen braucht es Aufklärung über verstärkte Konsumorientierung und Individualisierung sowie wachsende Zugriffsmöglichkeiten auf Datenbestände und Datenerfassung

(2) Orientierung und Reflexion der eigenen Kommunikation

- Weltaneignung ist kommunikative Aneignung und mediatisierte Konstruktion
- Identitäten, Wahrheiten und Wirklichkeiten werden aus zunehmenden Möglichkeiten – zwischen denen wir uns entscheiden müssen – konstruiert
- Fake News, Alternative Fakten und Verschwörungstheorien sind Ausdruck einer – bewusst oder unbewusst – manipulativen Wirklichkeitskonstruktion

(u.a. Bröckling 2012)

(2) Orientierung und Reflexion der eigenen Kommunikation

- Souveräne Lebensführung in digitalisierten (Um)Welten
- Das Leben in informatisierten, vernetzten Digitalwelten unterscheidet sich vom bewussten Griff zum Medium als einem technischen Werkzeug
- Partizipation am digitalen Diskurs als andauernde Anforderung: Sich-dazu-Verhalten
- Globale Überwachung und Informationsasymmetrien im Datenkapitalismus in ihren direkten Folgen für den Einzelnen weitestgehend abstrakt und nur in Einzelfällen erfahrbar
- Gesellschaftliche Kommunikation findet in Kommunikationsräumen statt, deren Strukturen und Verwertungsmechanismen für den Einzelnen häufig nicht transparent sind

(u.a. Gapski 2017)

(2) Orientierung und Reflexion der eigenen Kommunikation

- Auseinandersetzung und Reflexion politischer Phänomene in Medien
- Orientierung geben im Kontext digitalisierter Lebenswelten und Kommunikation
- Mündige Bürger*innen brauchen für verantwortliches Handeln Urteilsfähigkeit
- kritische Auseinandersetzung mit Kommunikation in Social Web und Social Media
- soziale Orientierung (Identitätsfragen, Wertevermittlung, Verantwortung)

(2) Orientierung und Reflexion der eigenen Kommunikation

- Die Aufgabe der Medienpädagogik besteht darin, Menschen zu unterstützen, das Dilemma zu erkennen, dass mit der Nutzung digitaler Dienste eine Datenerfassung verbunden ist, die nur bedingt einen selbstbestimmten Umgang möglich macht, die Problemstellungen, die sich daraus für das soziale Miteinander und die Gesellschaft ergeben, zu reflektieren, auf dieser Basis eine eigene Haltung zu entwickeln und diese auch in den gesellschaftlichen Diskurs einzubringen. Sie muss Orientierung geben. (Brüggen/Bröckling 2017)

(2) Orientierung und Reflexion der eigenen Kommunikation

- Orientierung geben – zentrales Moment kritischer Medienpädagogik (Bröckling 2018a)
- Orientierung kann selbst als Wert verstanden werden, den die Medienpädagogik dem Subjekt durch die Befähigung zur souveränen Lebensführung vermittelt (Schorb 2011; Krotz 2007)
- Die Aufklärung über Wirklichkeiten konstruierende Medien ist als kontinuierliche Aufgabe der Medienpädagogik zu begreifen und rückt durch den Diskurs zu Fake News wieder in den Fokus
- Einen ethischen Standpunkt einnehmen zu können bietet die Grundlage, um prinzipiell aus der Rolle des Konsumenten in die des Produzenten zu wechseln (Schorb 2001)
- Subjektivierung der Verantwortung für das eigene Handeln und soziale Interaktion impliziert Vertrauen in Informationen → Vernünftig Vertrauen (Wunden 2013)
- Urheber von Botschaften und deren Intentionen ergründe (angeblich authentische Influencer, social bots und Algorithmen ersetzen eindeutige Sender/Kommunikationspartner

(2) Orientierung und Reflexion der eigenen Kommunikation

- Orientierungssuche unterstützen
- Theorie und Praxis der Medienpädagogik müssen sich insbesondere im Kontext digitaler Vernetzung auf eine zunehmend individualisierte Suche nach Orientierung ausrichten
- Unterstützung des sinnstiftenden En- und Dekodierens medialer Angebote sowie der Einordnung der Angebote im Rahmen des eigenen Erfahrungshorizonts (Bachmair 2005)
- Medienpädagogik muss über die Strukturen der Informationsselektion innerhalb der Medien sowie die Meinungsbildungsstrukturen in sozialen Netzwerkdiensten oder anderen medialen Vernetzungskontexten aufklären, die kommerziellen und politischen Interessen einzelner Medienangebote aufdecken und Menschen dazu zu befähigen, selbst zu erkennen.

(2) Orientierung und Reflexion der eigenen Kommunikation

- Sozialisationsfunktion der Medien kritisch begleiten – Influencing verstehen
- In biografischen Umbruchsituationen orientieren sich die meisten Kinder und Jugendlichen weniger am persönlichen Umfeld als in medialen Angeboten. Hier werden Identitätsfragen, moralische Botschaften, gesellschaftliche Werte, sowie soziale Verhaltensweisen verhandelt (Raabe/Rummler/Seipold 2007)
- Mediale Vorbilder werden als Baukasten genutzt, aus dem einzelne, lebensweltlich relevante Aspekte herausgegriffen, gemäß subjektiver Interessen und im Prozess der kontextgebundenen Auseinandersetzung mit Bedeutung versehen werden
- Die Bedeutung einzelner medialer Angebote wird darüber definierbar, welche Relevanz darin angelegte Inhalte und Strukturen für die Sozialisation haben und wie sie Heranwachsenden bei der Konstruktion ihrer Lebenswelt und Persönlichkeitsentwicklung helfen können

(3) Förderung von Meinungsbildung und Urteilsfähigkeit

- Kritik(fähigkeit) fördern
- Zu Reflexion und Kritik anregen
- Zur Artikulation befähigen - Gegen-Öffentlichkeiten herstellen
- Medienkulturkritik stärken
- Meinungsbildung unterstützen
- Standpunkte entwickeln & Haltung zeigen

(3) Förderung von Meinungsbildung und Urteilsfähigkeit

- Analyse kulturtheoretischer Dimensionierung digitaler Informationstechnologien ermöglichen
- über die Wirklichkeiten konstruierende Bedeutung der Medien im Kontext der subjektiven Sinnkonstruktion aufklären (Fake-News und alternative Fakte, Extremismus …)
- in der kritischen Auseinandersetzung mit sozialen Netzwerkdiensten sowohl das Kommunizierte als auch die Kommunikationsstruktur und ihre technischen wie sozialen Bedingungen in den Blick nehmen Auseinandersetzung mit Werthaltungen und Normen, die hinter bestimmten Artikulationen und Verhaltensweisen gegenüber anderen liegen
- Eine sinnvolle Orientierung bietet Medienpädagogik dann, wenn sie Zusammenhänge im Kontext der Medienaneignung offenlegt und kritisch reflektiert und die Komplexität der mediatisierten Welt so reduziert, dass sie ihr Leben mit Medien souverän, selbstbestimmt und im eigenen Sinne wert-voll gestalten können

(3) Förderung von Meinungsbildung und Urteilsfähigkeit

- Entscheidungskompetenz und Urteilsfähigkeit fördern
- kritische Reflexionshorizonte stärken
- Vertrauen in die eigene Haltung und Verantwortung für das eigene soziale Handeln schaffen

(3) Förderung von Meinungsbildung und Urteilsfähigkeit

Zur Artikulation befähigen - Gegen-Öffentlichkeiten herstellen

„Der Rundfunk wäre der denkbar großartigste Kommunikationsapparat des öffentlichen Lebens, ein ungeheures Kanalsystem, das heißt, er wäre es, wenn er es verstünde, nicht nur auszusenden, sondern auch zu empfangen, also den Zuhörer nicht nur hören, sondern auch sprechen zu machen und ihn nicht zu isolieren, sondern ihn in Beziehung zu setzen.“ (Bertolt Brecht 1932)

Das Umschalten der Bündel in Netze, dass mit der Aufzeichnung auf Video- und Kassettenrekordern und dem Preis- und Komplexitätsverfall der Technik begann, ermöglicht dem Subjekt Geschichte(n) neu zusammensetzen. Jede und Jeder kann zum Medienproduzenten werden und seine Standpunkte in den medialen Dialog mit anderen stellen. Das Publikum ist theoretisch und technisch in der Lage, das Manipulieren in den Dialog zu stellen und nicht mehr den Massenmedien zu überlassen. (Vilém Flusser 1991)

(3) Förderung von Meinungsbildung und Urteilsfähigkeit

- Urteilsfähigkeit in Bezug auf Informationsqualitäten und Wissensformen, sich in den wachsenden Zugriffsmöglichkeiten auf Datenbestände und Medienangebote orientieren zu können, stärken (Hug 2001)
- adäquate Grundlagen für subjektiv sinnvolle Entscheidungen im Medienhandeln schaffen
- Vertrauen in Angebote und Überprüfbarkeit von Informationen unterstützen

(3) Förderung von Meinungsbildung und Urteilsfähigkeit

- Standpunkte entwickeln & Haltung zeigen
- Die eigene pädagogische Haltung muss als pädagogisches Ziel transparent gemacht werden
- Sich positionieren zu können, muss in einer sich ständig wandelnden Medienkultur wesentlich als Fähigkeit der ständigen Neu-Orientierung verstanden werden, eng verbunden mit der Flexibilisierung von Bildungsprozessen
- Denk- und Handlungsmuster müssen immer wieder geprüft und zur Disposition gestellt werden, Positionen und Werthaltungen immer wieder ausgehandelt, Strukturen und Muster der Weltanordnung und Weltaneignung stetig durch komplexere Sichtweisen ersetzt werden

(4) Förderung gesellschaftlicher Teilhabe und Partizipation

- Qualitätsanspruch: Mitbestimmung an Entscheidungen und Teilhabe an Prozessen ermöglichen
- Partizipation ist nicht (nur) politische Mitbestimmung sondern auch konkrete Erfahrungen von Selbstbestimmung, Beteiligtsein und Selbstwirksamkeit in verschiedenen Lebensweltbereichen
- Alltagspraxis als Basis von Beteiligungsformen, um Wege der Partizipation zu entwickeln
- „echte“ Beteiligung: demokratische Strukturen, Werte und Normen erlebbar und erfahrbar machen (eine von drei Formen von Teilhabe: Beteiligung, Selbstbestimmung und „Fehlformen“)

(u.a. Wagner/Brüggen 2012)

INSTRUMENTELLES PARTIZIPATIONSVERSTÄNDNIS

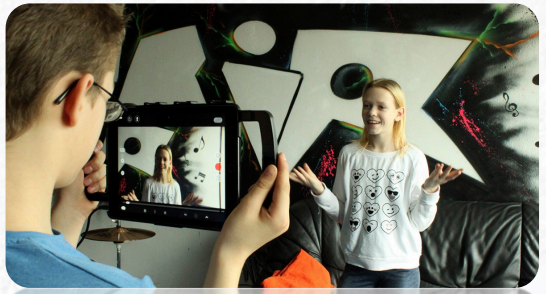
- eingebettet in empirische, realistische Demokratietheorie
- Repräsentation + demokratische Elitenherrschaft sind zentral
- betont politischen Wettbewerb zwischen Parteien + Wahlakt als zentrales Element
- kein normatives, sondern formales Demokratieverständnis
- geht vom unmündigen Bürger aus (Schumpeter)

NORMATIVES PARTIZIPATIONSVERSTÄNDNIS

- Partizipation als Schlüssel zur Selbstverwirklichung; Demokratie als Prozess, an dem permanent gearbeitet werden muss
- im Zentrum stehen direktdemokratische Partizipationsformen zulasten des Repräsentationsprinzips
- Bürger als verantwortungsbewusste, kompetente Staatsbürger

(Quelle: Roleff 2012)

Teilhabe ermöglichen



(A) Zwischen Medienkompetenzförderung, Artikulationsfähigkeit und Medienproduktion (Medienpädagogik & Aktive Medienarbeit)

(B) Politische Partizipation zwischen ePartizipation, digitaler Beteiligung, Zivilem Ungehorsam und Digitaler Protestkultur

Gesellschaftliche Teilhabe für alle durch Medienkompetenz stärken

- Eine inklusive Medienpädagogik ist an individuellen lebensweltlichen Bedingungen, Vorstellungen und Bedürfnissen der Teilnehmenden orientiert
- Digitale Teilhabe statt digitaler Spaltung (digital divide oder educational divide) bedeutet auch den barrierefreien Zugang und gleichberechtigte Teilhabe an gesellschaftlichen Prozessen
- Medienpädagogik muss Handlungsspielräume öffnen, d.h. auf dem Anspruch auf Partizipation bestehen und hierfür Möglichkeiten (mit)schaffen

Artikulation und Medienproduktion (Aktive Medienarbeit)

- Digital Storytelling (Video, Audio, Bild, Text, Social Media)
- Journalistisches Arbeiten (Gestaltung, Textarbeit, Redaktion, …)
- Informations- und Wissensgenerierung (YouTube, Wiki, …)
- Kollaboration und Beteiligung
- Games, Virtual Reality, Making & Coding

Politische Partizipation

- Eine erfolgreiche Partizipation setzt ganz allgemein drei Dinge voraus:
  1. Den freien Zugang zu den für die Entscheidung relevanten Informationen
  2. Die Diskussion der Beteiligten zum Thema und Sachverhalt
  3. Die Abstimmung der Beteiligten

- Nicht überall, wo Teilhabe draufsteht, ist sie ernsthaft erwünscht.
- Nicht jeder „shitstorm“ bei Twitter bedeutet, Einfluss genommen zu haben. Verschiedene Stufen der Beteiligung sind zu differenzieren und in ihrem Nährwert für die Demokratieentwicklung zu hinterfragen.
- Wir müssen darauf achten, dass „kleine“ Beteiligungsaktionen nicht die Notwendigkeit demokratisch legitimierter, existentieller (Bürger-) Entscheidungen verdecken.

(in Anlehnung an Ertelt 2012)

Partizipation

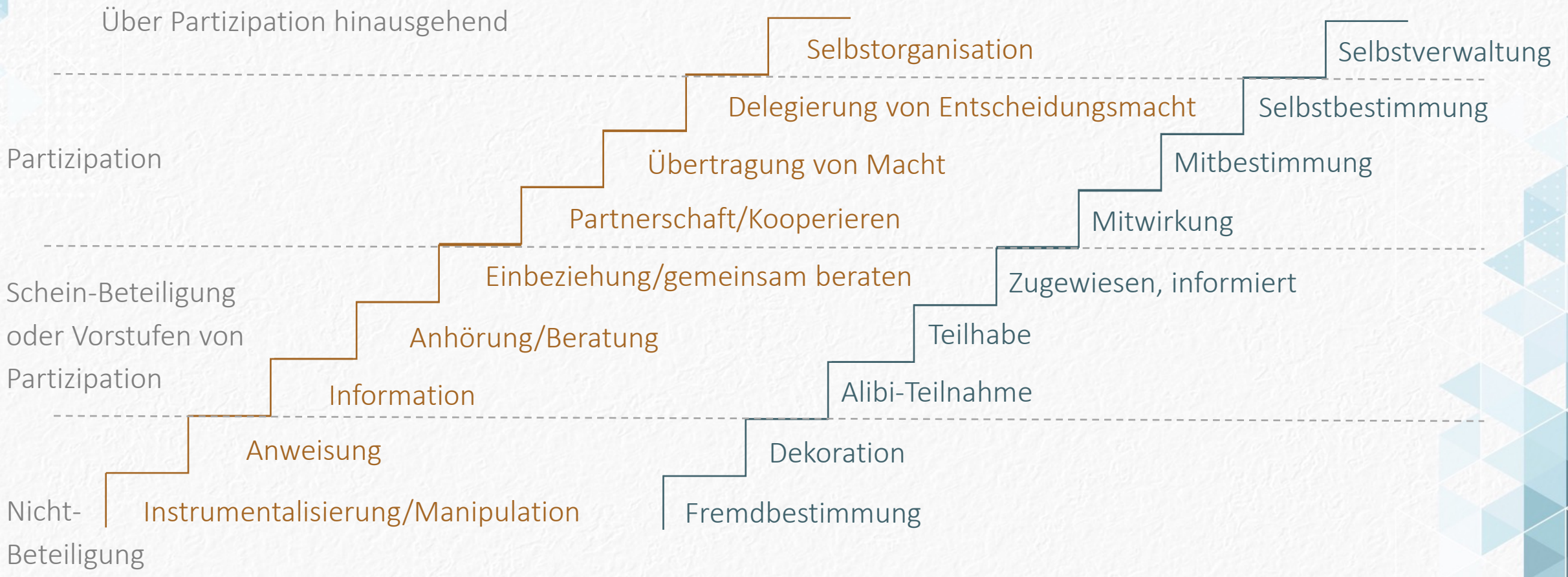
konventionell

- Wahlbeteiligung
- Wahlkampagnen
- Parteimitgliedschaft
- Bürgerbeteiligung

unkonventionell

- Demonstrationen
- Petitionen
- Ziviler Ungehorsam
- Protest und Ablehnung

Partizipation als Stufenmodell



frei nach Arnstein (1969)

frei nach Hart (1992) und Gernert (1993)

Partizipation im Kontext der Jugendbeteiligung

Selbstorganisation oder Selbstverwaltung
→ **über Partizipation hinausgehend (9)**

Persönliches Empowerment, politischen Engagements, basis-demokratische Meinungs- und Mehrheitsfindung, Liquid Democracy

---

Übertragung von Entscheidungsmacht, von Mitwirkung bis Mitbestimmung, Selbstbestimmung, Kooperation
→ **Partizipation (6-8)**

Direktere Demokratie durch Bürgervoten und Volksentscheide, Verbriefte Mitbestimmung als Teil demokratischer Prozesse, Mitwirkung (Übernahme von Entscheidungsverantwortung)

Information/Zuweisung, von Alibi-Teilhabe bis Teilhabe, Anhörung und Beratung, Einbeziehung
→ **Schein-Beteiligung, Vorstufen von Partizipation (3-5)**

Clicktivisum und Slacktivism – durch (aufgefordertes) Anlicken Zustimmung signalisieren, für Verbreitung sorgen

---

Instrumentalisierung, Manipulation, Fremdbestimmung, Anweisung, Dekoration
→ **Nicht-Beteiligung (1-2)**

Der schlechteste Fall: Jugendliche werden zur Dekoration von Ergebnissen, in die sie nicht einbezogen waren, instrumentalisiert. Besser: Man redet miteinander

Ertelt (2012)

Digitale Partizipation

- neue Möglichkeiten der Artikulation und Verbreitung der eigenen Meinung in Social Media „als Raum für neue Teilhabe- und Bildungserfahrungen“ (Dritter Engagementbericht - BMFSFJ 2020)
- Entwicklung einer „digitale[n] Kultur des Engagements“ (Dritter Engagementbericht - BMFSFJ 2020)
- Partizipation durch digitale Tools oder „digitale Infrastrukturen“ (z.B. Civic Tech-Projekte, liquid democracy)

- *Sich positionieren* (Gruppenmitgliedschaften, Statements in Profilangaben, Bilder in Selbstdarstellung)
- *Sich einbringen* (aktiv zu werden, Plattformen als Werkzeug, sich in Diskussionen einzubringen)
- *Andere aktivieren* (weist über das eigene Handeln hinaus und motiviert andere zu Aktivitäten)

(Wagner, Gerlicher & Brüggen 2011)

Partizipation und Internet

3 Varianten

- **Teilhabe im Internet** (Partizipationsprozesse in Kommunikationsräumen des Internets)
- **Teilhabe mit Hilfe des Internets** (das Internet als Werkzeug)
- **Teilhabe am Internet** (Gestaltung der Medientechnologien selbst Gegenstand

→ *Damit Beteiligung im und mit dem Internet gelingt, bedarf es immer auch einer Begleitung der Kinder und Jugendlichen durch qualifizierte Praktiker*innen aus der Jugendarbeit, die inhaltlich und methodisch unterstützen und die zur Beteiligung motivieren*

(Schmidt 2015)

ePartizipation

- Formen politischer Teilhabe, bei denen sich Bürger(innen) elektronischer Informations- und Kommunikationstechnologien bedienen, um mit staatlichen Organen oder untereinander an allen möglichen Stellen politischer Prozesse in Kontakt zu treten.
- Partizipation unter Berücksichtigung neuer internetbasierter Optionen (IJAB 2014)
- interaktive Online-Politikgestaltung oder auch aktive ‚Mitmachpolitik' im Internet

1. **Direkte Online-Partizipation:** Direkte Beeinflussung politischer Entscheidungen (strukturelle Anbindungen an politische Entscheidungsprozesse vorhanden)
2. **Indirekte Formen der ePartzipation:** Menschen, die im Internet unterwegs sind, werden angesprochen und dazu bewegt, bestimmte Themen und Positionen zu unterstützen (indirekter Einfluss auf die Meinungs- und Willensbildung auf politischer Ebene (IJAB 2014)

ePartizipation und Digitale Jugendbeteiligung

- digitale Jugendbeteiligung [greift] im Unterschied zu klassischen Formen der Beteiligung auf elektronische Medien [zurück] und [wird] von diesen unterstützt. Das heißt, eine politische Teilhabe, bei der Jugendliche elektronische Informations- und Kommunikationstechnologien nutzen; diese umfassen sowohl online-gestützte Tools (ePartizipation) als auch die Beteiligung mit Hilfe von digital erstelltem Video- und Audiomaterial

- Grassrootskampagnen und E-Petitionen als Mittel zivilgesellschaftlicher Partizipation (Voss 2014)

- Projekte immer in einem „Spannungsfeld zwischen Selbstbestimmung der Adressaten und pädagogisch zugestandener (oder auch zugemuteter) Beteiligung“ (Wagner/Brüggen 2012)

- Gefahr der Scheinbeteiligung ist in Partizipationsangeboten immer gegeben, wird jedoch leicht von den Teilnehmenden entlarvt und hat negative Auswirkungen auf ihre Teilhabeerfahrung (Reichert/Panek 2012)

Demokratisierung durch „Web 2.0“ und Social Media? → Rezeption

- klassische Massenmedien als Informationsquelle und Kommunikationskanäle werden von Erwachsenen nach wie vor Social-Media-Angeboten vorgezogen, um politische Informationen zu erhalten und um sich über politische Angelegenheiten auszutauschen (Bernhard/Dohle/Vowe 2012)

- *facebook, Twitter* oder *YouTube* werden nur von sehr wenigen Menschen genutzt, um sich regelmäßig über Politik zu informieren und um darüber zu diskutieren (eher „Web 1.0“)

- Bei Jugendlichen steht die Nutzung von Suchmaschinen bzw. das Googeln nach Begrifflichkeiten an erster Stelle. Gut die Hälfte setzt bei der Recherche auf Bewegtbild und nutzt YouTube, um sich über bestimmte Themen zu informieren, aber auch OnlineEnzyklopädien wie Wikipedia, kuratierte Nachrichtenangebote für Jugendliche als Informationsquelle weniger relevant (JIM-Studie 2019)

- Bei älteren Jugendlichen werden aber nach journalistischen Standards betriebene Nachrichtenportale von Zeitungen, Zeitschriften und TV-Sendern zunehmend wichtiger. Zugleich gewinnen Social Media-Angebote wie Facebook und Twitter an Bedeutung (JIM 2019)

„Fridays for Future“ und die mediale Vernetzung Jugendlicher

- Durch die mediale Darstellung rund um die Bewegung und Greta Thunberg entstand der Eindruck, dass sich die breite Masse der Kinder und Jugendlichen politisiert und für den Klimaschutz regelmäßig auf die Straße geht, tatsächlich fiel der Aktivierungsgrad aber sehr viel geringer aus

- Zwar haben 94 Prozent der Jugendlichen schon einmal von „Fridays for Future“ gehört, mit 21 Prozent hat aber nur ein Fünftel selbst schon einmal an einer Demonstration teilgenommen

- Auch der passive Zuspruch in Form von Follower*innen über die Social Media-Kanäle ist eher gering. So geben ebenfalls nur 21 Prozent an, Fridays for Future z.B. auf Instagram oder Facebook zu folgen

- Jugendliche, die bereits an einer Veranstaltung oder Demo teilgenommen haben, folgen zu 46 Prozent auch den Social Media-Kanälen. Beim weitaus größeren Anteil der Jugendlichen, die die Bewegung nur kennen, fällt dieser Anteil mit 15 Prozent deutlich geringer aus (JIM-Studie 2019)

Partizipation in Social Media und Potentiale für die Medienpädagogik

- Das Internet ist eben keine Partizipationsmaschine, sondern zunächst nur ein digitales Medium
- Trugbild social media = participatory media: Wie Web 2.0 ist auch social media nicht intentional mit Partizipation in einem politischen/pädagogischen Anspruch verbunden, bietet aber Möglichkeiten, eigene Ansichten medial zu artikulieren und diese auch einer neuen vernetzten Öffentlichkeit zu zeigen
- Dem Potenzial steht gegenüber, dass es auch in social media Meinungsführer*innen, Gatekeeper*innen und nicht zuletzt Plattformbetreiber gibt, die Einfluss darauf haben, was gehört und weitererzählt wird

(Brüggen 2014)

Social Web zwischen Öffentlichkeiten und „Online Mini-Publics“ (Thimm 2017)

- Öffentlichkeit ist in Bezug auf Überprüfbarkeit und Wahrheitsgehalt unter Druck gekommen
- Während sich politische Propaganda als Teil der politischen Beeinflussung immer schon großer Beliebtheit erfreut hat, ist seit der wenig hinterfragten Nutzung von ‚fake news‘ eine neue Phase von Verunsicherung und Misstrauen gegenüber der medialen Öffentlichkeit entstanden
- Daraus folgt eine neue Rolle für Aktivist*innen im Netz

Digitale Protestkultur und Aktivismus - Soziale Bewegungen im Internet

- Zu protestieren bedeutet immer auch, sich als politischer Mensch zu zeigen, sich politisch zu positionieren, Identität herzustellen oder sich von anderen abzugrenzen
- In den diffusen und dynamischen Situationen des Straßenprotests spielen neben Positionierungs- und Identitätspraktiken auch Koordinations- und Ko-Ordinationspraktiken eine zentrale Rolle.
- Straßenproteste sind hybride Phänomene, die sich in Offline- und Online-Praktiken konstituieren, die in einer nicht-trivialen Relation zueinander stehen (Dang-Anh 2019)

„Es ist nicht deine Schuld, dass die Welt ist, wie sie ist. Es wäre nur deine Schuld, wenn sie so bleibt.“ *(Die Ärzte 2003)*

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Dr. Guido Bröckling | guido.broeckling@jff.de

Literatur

Arnstein, Sherry (1969): A Ladder of Citizen Participation. In: Journal of the American Institute of Planners, July, 1969, S. 216-224.

Besand, Anja (2020): Die Krise als Lerngelegenheit. Oder: Kollaterales politisches Lernen im Kontext der COVID-19 Pandemie. https://www.degede.de/blog/2020/04/thema-des-monats-die-krise-als-lerngelegenheit/.

Baacke, Dieter/Glotz, Peter/Kubicek, Herbert/Lange, Bernd Peter/Mettler-v. Meibom, Barbara (1999): Medienkompetenz - fünf Statements. In: Schell/Stolzenburg/Theunert (Hrsg.). Medienkompetenz: Grundlagen und pädagogisches Handeln. München: KoPäd Verlag, S. 18–24.

Bernhard U., Dohle M., Vowe G. (2015) Wer nutzt wie das „Web 2.0“ für Politik?. In: Imhof K., Blum R., Bonfadelli H., Jarren O., Wyss V. (eds) Demokratisierung durch Social Media?. Mediensymposium. Springer VS, Wiesbaden.

BMFSFJ (2020): Dritter Engagementbericht. https://www.bmfsfj.de/bmfsfj/service/publikationen/dritter-engagementbericht/156434.

Brecht, Bertolt (1932): Der Rundfunkt als Kommunikationsapparat. Rede über die Funktion des Rundfunks. In: C. Pias; J. Vogl; L. Engell; O. Fahle; B. Neitzel (Hrsg.): Kursbuch Medienkultur. DVA. Stuttgart, München 2004, S. 259 – 263.

Bröckling, Guido (2012): Das handlungsfähige Subjekt zwischen TV-Diskurs & Netz-Dialog. Vilém Flusser und die Frage der sozio- und medienkulturellen Kompetenz. München: kopaed 2012.

Bröckling, Guido (2017): Kommunikologische Gedanken zur Re-Politisierung der Gesellschaft und der Rolle der handlungsorientierten Medienpädagogik im Kontext des medienkulturellen Wandels. In: JFF - Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis (Hrsg.). Medien Pädagogik Gesellschaft. Der politische Mensch in der Medienpädagogik. München: Kopaed Verlag, S. 81–93.

Bröckling, Guido (2018a): Orientierung als zentrales Moment kritischer Medienpädagogik. In: merz. medien + erziehung. Zeitschrift für Medienpädagogik, 62. Jg. Nr. 3 Juni 2018, S. 16-23.

Bröckling, Guido (2018b): Medienkompetenz als Schlüssel für eine souveräne Lebensführung in und mit Medien. In: Familienbund der Katholiken (Hrsg.): Stimme der Familie. Informationen – Positionen – Perspektiven, 65. Jahrgang Heft 5/2018, S. 12-14.

Literatur

Bröckling, Guido (2020): Politische Medienbildung als Kooperationsaufgabe von Schule, Schulsozialarbeit, Jugendarbeit und Medienpädagogik. In: Hollenstein/Nieslony (Hrsg.): Schulsozialarbeit in mediatisierten Lebenswelten. Beltz Juventa, Weinheim/Basel, S. 226-237.

Brüggen, Niels (2014): Wieviel Partizipation steckt immanent in social media und wie kann Medienpädagogik sie wecken? In: IJAB (2014): Youthpart – Jugendbeteiligung in der digitalen Gesellschaft.

Mark Dang-Anh (2019): Protest als mediale Praxis: Straßenprotestkommunikation online und offline. In: Sprachreport Jg. 35 Nr.4, S. 36-45.

Ertelt, Jürgen (2012): Mehr Beteiligung realisieren durch digitale Medien und Internet. ePartizipation schafft gestaltende Zugänge für Jugendliche zur Demokratieentwicklung. In: Lutz/Rösch/Seitz (Hrsg.): Partizipation und Engagement im Netz. Neue Chancen für Demokratie und Medienpädagogik. Schriftenreihe Schriften zur Medienpädagogik, Band 47, München 2012, S.81-90.

Flusser, Vilém (1991): Verbündelung oder Vernetzung? In: S. Bollmann (Hrsg.): Kursbuch Neue Medien. Rowohlt. Reinbek bei Hamburg 1998, S. 15 - 23.

Gernert, Wolfgang (1993): Jugendhilfe – Einführung in die sozialpädagogische Praxis, München u. Basel.

Hart, Roger A. (1992). Children's Participation: From tokenism to citizenship, Innocenti Essay no. 4, International Child Development Centre.

IJAB (2014): Youthpart. Guidelines für gelingende ePartizipation Jugendlicher in Entscheidungsprozessen auf lokaler, regionaler, nationaler und europäischer Ebene.

mpfs (2019): JIM-Studie 2019. https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2019/JIM_2019.pdf

Reichert, Daniel; Panek, Eva (2012): Liquid Democracy - modernes Beteiligungsmodell für Kinder und Jugendliche. In: Lutz, Klaus/Rösch, Eike/Seitz, Daniel (Hrsg.). Partizipation und Engagement im Netz. Neue Chancen für Demokratie und Medienpädagogik. München: Kopaed Verlag, S. 143–151.

Literatur

Roleff, Daniel (2012): Digitale Politik und Partizipation: Möglichkeiten und Grenzen. In: APuZ 7/2012, S. 14-20. https://www.bpb.de/apuz/75834/digitale-politik-und-partizipation-moeglichkeiten-und-grenzen?p=all

Schell, Fred (1993). Aktive Medienarbeit mit Jugendlichen. Theorie und Praxis. München: KoPäd Verlag.

Schmidt, Jan-Hinrik (2015): Politische Sozialisation und Partizipation von Jugendlichen im Internet. In: Deutsches Jugendinstitut und TU Dortmund (Hrsg.): Politische Partizipation Jugendlicher im Web 2.0. Chancen, Grenzen, Herausforderungen, TU Dortmund, S. 11-38.

Schorb, Bernd/Wagner, Ulrike (2013). Medienkompetenz - Befähigung zur souveränen Lebensführung in einer mediatisierten Gesellschaft. In: Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (Hrsg.). Medienkompetenzförderung für Kinder und Jugendliche. Eine Bestandsaufnahme, S. 18–23.

Thimm, Caja (2017): Soziale Netzwerke als Arenen politischer Partizipation. Neue Optionen für Demokratie oder aber Datafication, Fragmentierung und Radikalisierung? In: Medien Journal 2/2017: Digitale Revolution in der Demokratie.

Voss, kathrin (2014): Grassrootskampagnen und E-Petitionen als Mittel zivilgesellschaftlicher Partizipation. In: K. Voss (Hrsg.), Internet und Partizipation, Bürgergesellschaft und Demokratie 42, DOI 10.1007/978-3-658-01028-7_7, © Springer Fachmedien Wiesbaden 2014.

Wagner, Ulrike; Brüggen, Nils (2012): Von Alibi-Veranstaltungen und "Everyday Makers". Ansätze von Partizipation im Netz. In: Lutz, Klaus/Rösch, Eike/Seitz, Daniel (Hrsg.). Partizipation und Engagement im Netz. Neue Chancen für Demokratie und Medienpädagogik. München: Kopaed Verlag, S. 21–42.

Wagner, Ulrike; Gerlicher, Peter; Brüggen, Niels (2011): Partizipation im und mit dem Social Web, abrufbar unter: https://www.jff.de/veroeffentlichungen/detail/partizipation-im-und-mit-dem-social-web-herausforderungen-fuer-die-politische-bildung0/