



Medienimpulse
ISSN 2307-3187
Jg. 57, Nr. 3, 2019
doi: 10.21243/mi-03-19-02
Lizenz: CC-BY-NC-ND-3.0-AT

Politik im Netz der Information – Medienkompetenz und Demokratievermittlung

Eric Amelin

Politik und Medien, Information, Teilhabe und Wissen sind in der alltäglichen Nutzung von Social Media-Plattformen eng miteinander verknüpft. Die Vermittlung von Medienkompetenz sollte daher zu den grundlegenden Zielen der Politischen Bildung gehören. Am Beispiel eines ausgewählten Projekts wird ein mediendidaktisches Konzept der Demokratievermittlung und dessen Didaktik in der Praxis behandelt. Im Rahmen des politik- und mediendidaktischen Workshoptags „Politik im Netz“ der Demokratielandschaft Tirol beschäftigten sich Jugendliche im Alter von 15-18 Jahren mit der Rolle der Medien in der Demokratie und im Speziellen mit der Nutzung von Social Media als Informationskanal für und über Politik. Aufgezeigt werden einige Ergebnisse und Überlegungen der jugendlichen

Zielgruppe sowie sich daraus ergebende Schlüsse für die Didaktik bzw. Demokratievermittlung.

Politics and media, as well as information participation and knowledge about information are closely linked in the daily use of social media platforms. The teaching of media competence and awareness and should therefore be one of the fundamental objectives of political education. A project in practical application allows for a closer look at a specific media didactic concept of democracy education, as well as at its didactics. As part of the political and media didactic workshop "Politics in the Net", conducted by the "Demokratielandschaft Tirol", young people aged 15-18 years dealt with the role of the media in a democracy and, in particular, with the use of social media as an information channel for and about politics. The following outlines a number of the adolescent target group's results and considerations, as well as conclusions drawn in the context of didactics and the teaching of democracy.

o. Einleitung

Politik und Medien, Information und Teilhabe, Wissen und Internet sind eng miteinander verknüpft. Die Vermittlung von Medienkompetenz gehört daher zu den grundlegenden Zielen der Politischen Bildung. Der reflektierte und kritische Umgang mit Informationen aus dem Netz bzw. *Social Media*-Plattformen ist eine Grundlage für die eigene politische Urteilsfähigkeit. 2019 widmete sich die *Demokratielandschaft Tirol* daher in einem Spezialworkshoptag unter dem Titel „Politik im Netz“ dem Thema *Social Media*. Die Wirkungen von *Facebook* und Co. auf die politische Meinungsbildung sind beträchtlich. Wie schütze ich mich vor *Fake News*? Kann ich mir sachlich in Foren, *sozialen Netzwerken*, *Blogs* oder auf *Twitter* eine politische Meinung bilden? Diese und andere

Fragen beschäftigten die Teilnehmenden der Workshops und sie hatten die Möglichkeit, sich mit sozialen Medien und ihrem Einfluss auf Politik und Meinungsbildung auseinanderzusetzen.

1. Praxishintergrund

Medienkompetenz ist eines der wichtigsten Ziele der Demokratievermittlung in der Arbeit der Agentur Müllers Freunde in der *Demokratiewerkstatt* des Parlaments der Republik Österreich und im Rahmen der *Demokratielandschaft* in vergleichbaren Projektwochen in den Landtagen Oberösterreich und Tirol. In den vergangenen Jahren wurden von der Agentur auch Einrichtungen in den Parlamenten im Kosovo und in Montenegro aufgebaut und didaktisch betreut. Diese Arbeit stellt den Erfahrungshintergrund der politik- und medienpädagogischen Arbeit mit Kindern und Jugendlichen dar. Die *Demokratiewerkstatt* des Parlaments der Republik Österreich wurde im Jahr 2007 zeitgleich mit der Verfassungsänderung zur Senkung des Wahlalters eingerichtet. Die Agentur wurde mit der Konzeption dieser Einrichtung beauftragt und führt seither auch die Workshops mit Kindern, Jugendlichen und jungen Erwachsenen durch. Die Workshops werden hinsichtlich der Altersgruppe und thematischen Vielfalt kontinuierlich erweitert. Rund 10.000 Schülerinnen und Schüler im Jahr nehmen an den vierstündigen Workshops der Demokratiewerkstatt teil.

In der Zeit von *Social Media* wird das Thema Politik und Information im Internet immer relevanter. Aus diesem Grund wurde dieses Thema für den Schwerpunkttag der Workshopwoche im Landtag

Tirol ausgewählt. In den politik- und mediendidaktischen Workshops wurde in Kleingruppen mit Unterstützung von Politik- und Medienpädagoginnen und -pädagogen der Agentur zum Themenkomplex gearbeitet.



Abb.: 1: Cover Schwerpunktausgabe „Politik im Netz“, Demokratielandschaft Tirol 2019, Bild: Agentur Müllers Freunde GmbH

Im Austausch mit Abgeordneten des Tiroler Landtags und Expertinnen und Experten aus Politikwissenschaft, Polizei und der Safe-Internet-Initiative Infoeck Tirol erarbeiteten die Schülerinnen und Schüler im Alter von 15–18 Jahren, warum die kritische und kompetente Nutzung von *Social Media* in einer Demokratie wichtig ist. Im Rahmen des Workshopsettings verarbeiteten die Jugendlichen in Kleingruppen ihre Ergebnisse eines von ihnen ausgewählten

Themas in je einem Artikel für eine Zeitung. Diese wurde am Ende des Workshoptags nach einer abschließenden Plenardiskussion im Landtagssitzungssaal präsentiert.



Abb.: 2: Cover Schwerpunktausgabe „Politik im Netz“, Demokratielandschaft Tirol 2019, Bild: Agentur Müllers Freunde GmbH

Das Internet bietet viele Möglichkeiten der freien Meinungsäußerung. *Social Media*-Plattformen spielen in der Lebenswelt von Jugendlichen eine große Rolle. Kinder und Jugendliche als Konsumentinnen und Konsumenten und Nutzerinnen und Nutzer von Medien im Internet kommen deshalb auf ihren bevorzugten *Soci-*

al Media-Plattformen unweigerlich auch mit *Fake News*, *Propaganda* und *Hate Speech* in Kontakt. Medienkompetenz ist daher eine wichtige Voraussetzung, um sich im „Netz der Informationen“ zwischen redaktioneller Medieninformation und *Fake News*, *Manipulation* oder *Demagogie* zurechtzufinden. In der Praxis unserer Workshops mit Kindern und Jugendlichen im Bereich der politischen Bildung zeigt sich jedoch, dass sie dafür in den seltensten Fällen gerüstet sind. Es stellt sich daher einerseits die Frage, was wären notwendige Fähigkeiten und Kompetenzen, die vermittelt werden sollten, um *Fake News* und *Propaganda* nicht unreflektiert „ausgeliefert“ zu sein und andererseits, wie diese Kompetenzen vermittelt werden können. Dazu werden im Folgenden Beispiele aus der Praxis vor- und einige Überlegungen dargestellt, welche die Chancen und auch Grenzen bzw. Hindernisse der Vermittlungsarbeit aufzeigen.

2. Didaktik der Demokratievermittlung in den Workshops der Demokratiewerkstatt und der Demokratielandschaft

Wenn man sich mit Politischer Bildung beschäftigt, stellt sich zuallererst die Frage, warum sich Kinder und Jugendliche überhaupt für Politik interessieren sollten. Die Frage klingt trivial, weil natürlich jegliches gesellschaftliche Leben per se politisch durchdrungen ist. Dennoch wird sie immer wieder aus unterschiedlichen Gründen gestellt. Nicht selten schwingt Skepsis in dieser Frage mit, Kinder und Jugendliche mit der „schmutzigen Welt der Politik“ zu konfrontieren. Implizit wird ihnen die Kompetenz abgespro-

chen, komplexe politische Zusammenhänge überhaupt verarbeiten zu können. Hinsichtlich der Nutzung von *Social Media*-Plattformen scheint diese Skepsis allerdings weniger ausgeprägt. Kinder und Jugendliche werden meist nicht auf die ihnen dort begegnenden Kommunikationshandlungen vorbereitet.

So trivial die Ausgangsfrage also auch sein mag, so definiert sie dennoch eine wesentliche Grundüberlegung für die Konzeption von Angeboten der Demokratievermittlung. In der Vermittlungspraxis bestätigt sich die in der Lerntheorie und Forschung hinreichend untersuchte Annahme, dass schon bei Kindern im Volksschulalter Konzepte, also Deutungen und Erklärungen zu Politik vorhanden sind, um sich ihre Erfahrungen mit der Welt erklären zu können (vgl. Van Deth et al. 2007).

„Solche bei Schülerinnen und Schülern bereits vorhandenen Konzepte sind aus fachlicher Sicht zwar vielfach problematisch, dies tut ihrer Wirksamkeit aber keinen Abbruch, denn Menschen neigen dazu, einmal erworbene Konzepte beizubehalten, solange sie im Alltag funktionieren – und zum Beispiel Nachrichtensendungen selektiv so zu rezipieren, dass die eigenen Vorverständnisse bestärkt werden. ‚Stoffwissen‘ im Unterricht hilft dagegen wenig, solange es die Grundvorstellungen nicht tangiert, mit denen die Schülerinnen und Schüler ihr politisches Wissen und Verstehen strukturieren.“ (Sander, 2009: 13)

Dies ist eine der wichtigsten Voraussetzungen im Sinne nachhaltiger Vermittlungsarbeit. Die pädagogische Diskussion, was Politische Bildung bzw. Demokratie-Lernen leisten kann oder leisten soll und wie dadurch politisch interessierte, verantwortungsvoll agierende Bürgerinnen und Bürger herangebildet werden können, hat angesichts der rasanten politischen Entwicklungen in einer digitalisierten Welt zusätzliche Brisanz bekommen. Das Inter-

net als unsteuerbares Medium der politischen Bildung neben der Sozialisation durch Elternhaus, Peergroups und schulische und außerschulische Bildungsangebote prägt die von den Kindern und Jugendlichen individuell entwickelten Konzepte von Politik und Gesellschaft.

In der Vermittlungsarbeit trifft man in den überwiegenden Fällen auf Kinder und Jugendliche, die annehmen, dass Politik mit ihrem Leben wenig oder gar nichts zu tun hat. Eine Frage im Sinne der Vorüberlegung in der Vermittlungskonzeption muss deshalb sein, wie ein Lebensweltbezug zum Thema gefunden oder bei komplexeren Konzepten hergestellt werden kann. In Bezug auf die Nutzung von Medien im Internet ist dieser Lebensweltbezug natürlich heutzutage generell bereits vorhanden. Da die überwiegende Anzahl der Kinder und Jugendlichen via Smartphone mit Medien und vor allem *Social Media* im Internet bereits im Volksschulalter Kontakt hat. Die Arbeit mit Kindern und Jugendlichen am Thema *Fake News, Manipulation* und *Politik* kann deshalb auf diesen Lebensweltbezug zurückgreifen. Wie die Vermittlung konkret aussieht, soll in der Folge dargestellt werden. Zuvor werden noch einige Grundüberlegungen zur mediendidaktischen Konzeption von Demokratievermittlung aufgeführt, die für die Praxis in den Workshops bedeutsam sind.

3. Mediendidaktische Konzeption von Demokratievermittlung

In der Kompetenzorientierung in der politischen Bildung und deren Kategorisierung in Urteils-, Handlungs-, Methoden- und Sach-

kompetenz wurde das Lernfeld Politik wissenschaftlich strukturiert (vgl. Sander 2008: 71 ff) und auch im österreichischen Kompetenz-Strukturmodell (vgl. Krammer, Reinhard et al. 2008) als Grundlegung für die politische Bildung formuliert. Ausgehend von den Grundüberlegungen der konstruktivistischen Didaktik, wonach die Konstruktion der Wirklichkeit im Lernenden stattfindet – bildlich als Wissensnetz veranschaulicht – organisiert die Agentur Müllers Freunde die didaktische Herangehensweise an den von Wolfgang Sander vorgestellten Basiskonzepten politischer Bildung (vgl. Sander 2008: 95 ff). In der Politischen Bildung kann es rund um diese Basiskonzepte um die Erweiterung des individuellen Wissensnetzes durch zusätzliche Knotenpunkte gehen.

Stellt man sich das politische Leben wie eine Landschaft vor, dann kann Politische Bildung helfen, eine Karte dieser Landschaft für den Einzelnen zu entwerfen, sich zu orientieren, wichtige Landmarken zu integrieren und dabei unterstützen, die kartografischen Symbole im Sinne von hinter den Begriffen stehenden Konzepten zu verstehen. Wie die Karte angewendet wird und wie detailliert sie die Einzelne / der Einzelne ausgestaltet, liegt bei der Person selbst. Die Karte entwickelt sich je nach deren aktiver Nutzung, durch die immer mehr Verbindungen, neue Knotenpunkte, neue Begriffe verzeichnet werden können. Wissen allein führt nicht zwingend zu politisch verantwortungsvollem Handeln, ebenso wenig, wie die Karte das Gebiet ist. Das grundlegende Ziel der Workshops liegt daher zuallererst darin, dass die Bereitschaft bei den Lernenden geschaffen und verstärkt wird, sich in diesem Ge-

biet, dass Teil ihrer Lebenswelt ist, bewusst zu bewegen und orientieren zu können.

In der pädagogischen Arbeit hat sich diese Metapher als hilfreiches Mittel zum Verständnis und zur Komplexitätsreduktion erwiesen. Pädagoginnen und Pädagogen stehen bei der Arbeit mit Kindern und Jugendlichen an komplexen Konzepten und Begriffen von Politik stets vor der Frage „Wo soll ich anfangen?“.

In der pädagogischen Ausbildung ist die Arbeit mit Basiskonzepten deshalb ein wichtiger Ausgangspunkt. Die Basiskonzepte definieren vorab Vorstellungsbereiche, also den fachlichen „Kern“ als Knotenpunkte im Wissensnetz. Diese gilt es im Blick zu behalten, um dem Impuls entgegenwirken, sich in Erklärungen zu verlieren. Der Erfolg pädagogischen Handelns wird trotz aller lerntheoretischen Erkenntnisse und nicht zuletzt aufgrund von leistungsorientierter Schulorganisation oft an der beurteilbaren Fähigkeit abrufbaren Wissens gemessen. Verantwortungsvolles politisches Handeln kann nicht abgeprüft werden und hat nur eingeschränkt mit Wissen zu tun, sondern vielmehr mit einem Weltverständnis, dass das Handeln und die Aneignung von neuen Konzepten prägen. Lernfortschritte mittels Überprüfungen festzumachen ist „(...) in der politischen Bildung (...) bestenfalls ohne Belang, wahrscheinlich aber sogar hinderlich, weil es die Gleichgültigkeit gegenüber dem Gegenstand fördert.“ (Sander 2008: 96).

Genau dieser Gleichgültigkeit gegenüber dem Lernfeld Politik soll in der Vermittlungsarbeit der Workshops der Agentur entgegen gewirkt werden. Folgenden Faktoren wird daher im Workshopde-

sign besonderes Augenmerk gewidmet: den Arten der Interaktion zwischen den Vermittelnden, der Ausrichtung auf Selbsttätigkeit und Selbstverantwortung der Lernenden, der Nachvollziehbarkeit der Struktur des gemeinsamen Workshops einschließlich der von Anfang an bekannten und für alle erreichbaren Ziele. In Situationen, in denen die Lernenden befragt werden, wird jede Art von Kommunikationsverhalten, das an Überprüfungssituationen erinnert, bewusst vermieden. Dies betrifft unter anderem die Reflexionsrunden zu Beginn und Ende der Workshops. In der Praxis zeigt sich, dass Schülerinnen und Schüler in solchen Situationen nicht selten Vermeidungsstrategien abrufen, da im schulischen Alltag „Überprüfung“ häufig mit Disziplinierung verknüpft ist. Diesen Erfahrungswert gilt es in der Demokratie-Vermittlung im Blick zu behalten, gerade weil das Interesse für das Thema Politik bei Kindern und Jugendlichen nicht von vornherein vorausgesetzt werden kann. Um keine Gleichgültigkeit oder gar Abwehr zu erzeugen, ist eine sorgfältige Organisation des Lernumfeldes und der Interaktion zwischen Lernenden und den Prozess begleitenden und strukturierenden Didaktikerinnen und Didaktikern sehr bedeutsam. Damit es gelingt, dass sich Lernende auf den Prozess einlassen können, müssen Erwartungen an das Thema, das Lernfeld, das Verhältnis zwischen den Teilnehmenden des Workshops und dem Prozess im besten Fall so ergänzt oder verändert werden, dass diese Bereitschaft entstehen kann. Und das bedeutet, dass im Schulalltag oft erlebte Rituale der *Leistungsüberprüfung*, *Disziplinierung*, *Unterwerfung* und *Verweigerung* nicht stattfinden. Das muss nebenbei bemerkt grundsätzlich das Ansinnen sein,

wenn Demokratie vermittelt werden soll, alles andere würde das Ziel geradezu konterkarieren. Die Chance in der Vermittlungsarbeit liegt also darin, die oftmals negativen Erwartungen an Lernprozesse zu „enttäuschen“ und damit das Lernfeld frei von bekannten Ritualen gemeinsam zu gestalten. Wenn dies gelingt, bestehen beste Chancen, positive Erlebnisse aus dem Workshop mit dem Lernfeld Politik zu verknüpfen und so die Bereitschaft zu erzeugen, sich politischen Themen nicht zu verweigern und sich vielleicht sogar nachhaltig aktiv damit zu beschäftigen.

Im Sinne des konstruktivistischen Verständnisses von Lernen bedeutet das für die Didaktikerinnen und Didaktiker „Lernen“ als Prozess der aktiven Konstruktion von Wissen durch die Lernenden selbst zu verstehen, auf Basis dessen, was diese bereits wissen. Es gilt dabei, vorhandenes Vorwissen als prägend für die Art und Weise, wie neues Wissen wahrgenommen, interpretiert und in das eigene Weltverständnis aufgenommen wird, in den gemeinsamen „Konstruktionsprozess“ einzubeziehen. Wissen, mit dem sich Menschen die Welt erklären, besteht aus Konzepten. Jedes Konzept ist eine zusammenfassende Einheit eigener Erfahrungen mit der Welt. Von diesem Vorverständnis ausgehend, sind für uns die Deutungen und Erklärungen zur Politik Ausgangspunkte, um an die individuelle Lebenswelt anknüpfen zu können.

4. Mediendidaktische Konzeption von Demokratievermittlung

„In einem elementaren Sinn beginnt politisches Handeln schon bei der Fähigkeit, sich im Sinne von politischer Medienkompetenz gezielt zu informieren: dies zeigt auch, dass politische Urteils- und Handlungskompe-

tenzen sowie politisches Wissen eng miteinander verbunden sind, denn Erfolg versprechendes politisches Handeln ist ohne ein sicheres politisches Urteil und situationsangemessenes Wissen kaum vorstellbar. In der Tat ist politische Medienkompetenz auch eine Handlungsdimension, denn neben der o. g. Fähigkeit, die Logiken medialer Politikpräsentation entschlüsseln zu können, schließt sie auch Fähigkeiten ein, die Medien als zentralen Ort politischer Öffentlichkeit für die eigene Teilnahme an dieser Öffentlichkeit nutzen zu können.“ (Sander 2008: 92)

Um dies verwirklichen zu können, nutzt die Agentur in den Workshops der Demokratiewerkstatt und der Demokratielandschaft als Werkzeug die Mediendidaktik. Methodisch strukturiert diese den Ablauf der Workshops, weil sie an die Verarbeitungslogik der Medien Zeitung, Video und Podcast geknüpft ist. Die Rolle der Medien in der Demokratie bzw. der politischen Öffentlichkeit ist also in den Workshops nicht nur Thema, sondern die Beschäftigung mit Medien ist auch ein didaktisches Tool. Wie Wolfgang Sander ausführt, wird „(...) politische Bildung Medienkompetenz nicht vermitteln und fördern können, wenn sie nicht den aktiven Umgang mit verschiedenen Medien und die Gestaltung von Medienprodukten selbst trainiert“ (Sander 2008: 221). Die dem Workshopdesign immanente Methode, eigene Workshopergebnisse und neue Erkenntnisse in Medienbeiträgen (Zeitung, Podcast oder Video) darzustellen, hat einerseits den Sinn, diese Erkenntnisse zu sichern. Die Lernenden arbeiten in Kleingruppen an ihrem Beitrag für das Medienprodukt. Die Inhalte werden eigenständig – abhängig vom verwendeten Medium – in unterschiedlichen Formaten, wie z. B. Bericht, Interview, fiktionale Darstellungsform, grafische Aufbereitung (Comic, Trickfilm, Fotostory etc.) aufbereitet.

Die Klassen arbeiten mit Unterstützung durch die Pädagoginnen und Pädagogen am Inhalt und am Präsentationsformat ihres jeweiligen Beitrags. Die Aufgabe aus den selbst recherchierten Erkenntnissen einen Medienbeitrag zu gestalten, hat natürlich einen medienpädagogischen Vermittlungshintergrund. Schon in der Phase der Erarbeitung beschäftigen die Lernenden sich neben den inhaltlichen Fragen zu Demokratie und Medien auch mit der Mediengestaltung, also der Ebene der Zielorientierung der Medienkompetenz. Die spätere Veröffentlichung im Internet hat zusätzlich den nachhaltigen Effekt, dass das eigene Ergebnis auch nach dem Workshop abrufbar bleibt. Das allein reicht aber sicher nicht aus, damit sich Kinder und Jugendliche mit den Produkten ihrer Arbeit aus dem Workshop auch später auseinandersetzen. Mehrere Faktoren sind dafür ausschlaggebend. Vielleicht einer der wesentlichsten Faktoren ist das unmittelbare Erfolgserlebnis nach vier Stunden Arbeit in den Workshops – die Präsentation des fertigen Medienprodukts. Damit endet der Workshop mit einem attraktiven Ergebnis, auf das die Teilnehmenden, wie die Erfahrung zeigt, mit Recht stolz sind.

Die Präsentation von Zeitung, Podcast oder Video wird gerade auch deshalb als Erfolg erlebt, weil das Ergebnis der gemeinsamen Arbeit eben sofort zu sehen oder zu hören ist und nicht nur unfertig oder mit großer zeitlicher Distanz zum Workshop erlebt werden kann. Damit werden durch die Präsentation die Arbeit und ihre Ergebnisse glaubhaft gewürdigt.

Angelegt an die von Dieter Baacke (vgl. Baacke 1997) vorgeschlagene Kategorisierung der Medienkompetenz in die Dimensionen Vermittlung und Zielorientierung, geht es im Workshop um den kritischen Umgang mit Quellen der Information. Im Workshop stehen zur Recherche die Quellen Printmedien, Internet bzw. Interviewgäste zur Verfügung. Die gesammelten Daten und Informationen werden im Anschluss aktiv bewertet und verarbeitet. In der Praxis werden beispielsweise in der Vorbereitung für ein Interview mit Gästen inhaltliche Informationen zum Thema recherchiert und daraus Fragen formuliert. Die Antworten der Gäste, etwa Abgeordnete des Parlaments/Landtags zeigen in den Interviews nun, dass die Informationen von den Gästen unterschiedlich dargestellt oder bewertet werden. Dadurch wird vor allem bei kontroversiellen Themen deutlich, dass es in einer pluralistischen Gesellschaft unterschiedliche Haltungen zu einem Thema geben kann und muss. Wie die Schülerinnen und Schüler diesen Pluralismus und ihr Vorverständnis seriös in ihrem Medienbeitrag darstellen, fließt kontinuierlich in den Arbeitsprozess der Lernenden und der Vermittlungsteams ein. Auf einer abstrakteren Ebene macht das eigene Produzieren von Medien die generelle Produziertheit von Nachrichten bewusst. Das „in Form bringen“ der Daten, die gesammelt und recherchiert wurden, zeigt den Teilnehmenden anschaulich, dass es sich eben um In-Formation handelt, also um von den Produzentinnen und Produzenten ausgewählte, in einer bestimmten Weise dargestellte Daten. Methodisch finden damit Medienkritik, Medienkunde, Mediennutzung und Medien-gestaltung, also der kritische Umgang mit Medien und die Bedie-

nung und Nutzung von Medien, sowie das eigenständige Verarbeiten in Medienberichten in der Gestaltung der Workshops ihren Niederschlag (vgl. Backe 1997).

Die Teilnehmenden arbeiten in Kleingruppen, innerhalb derer viele Entscheidungen getroffen werden müssen: Was von den Inhalten wird ausgewählt, was wird weggelassen? Welches Format dient dem Verständnis und spricht die Rezipientinnen und Rezipienten an? Wie stellen wir die Inhalte nachvollziehbar dar? Würde uns unsere Darstellung selbst ansprechen, warum sollten Gleichaltrige unseren Bericht überhaupt lesen, anschauen, anhören? Ziel ist es, in der kurzen Workshopzeit eine professionelle Präsentationsform zu schaffen.

Daher wird die technische Endverarbeitung zum fertigen Medienprodukt, also der Film- und Audioschnitt und das Endlayout der Zeitung, aufgrund der zeitlichen Rahmenbedingungen vom pädagogischen Team erledigt. Was kann das Lernziel für die Zielgruppe, also Kinder und Jugendliche in einem vierstündigen Workshop sein? Und engt das Medium die Möglichkeiten ein? Zum Teil sicher ja, weil sich komplexe Zusammenhänge in unterschiedlichen Medien eben unterschiedlich gut darstellen lassen. Ein Zweiminutenclip würde sich weniger dazu eignen, um beispielsweise die gesamte EU-Institutionenkunde in ihrer ganzen Komplexität zu vermitteln. Wichtige Faktoren für die Entscheidung, welches Medium gewählt wird, sind daher die Verarbeitungszeit, die für die Erstellung eines Beitrags benötigt wird, die Alters- bzw. Zielgruppe und auch die Gruppengröße. Für das Drehen von Videoclips benötigt

man schlicht einfach mehr Zeit und es können weniger Personen aktiv vor und hinter der Kamera sein als das bei Podcasts oder Zeitungsartikel der Fall ist.

Das Endprodukt hat die Funktion, die Arbeit in einem professionellen Rahmen für die Teilnehmenden und auch für die Öffentlichkeit darzustellen. Das Endprodukt muss also in der Formatierung und im Erscheinungsbild einerseits das Produkt der Arbeit von Kindern und Jugendlichen darstellen und gleichzeitig in der Darstellung der Inhalte den üblichen Rezeptionserwartungen an Medien entsprechen. Kinder und Jugendliche ernst nehmen bedeutet auch, ihre Arbeit für die Öffentlichkeit in einer professionellen Form zu präsentieren, um einer diminuierenden Wahrnehmung durch Erwachsene vorzubeugen. Und schließlich wird damit in medienpädagogischer Hinsicht auch dem Vorwissen von Kindern und Jugendlichen Rechnung getragen. Denn sie erkennen ziemlich genau, wie Medien formal gestaltet sind, auch wenn sie dies oft nicht bewusst beschreiben können. Wenn sie also selbst an der Gestaltung eines solchen Medienprodukts mitgewirkt haben, macht es einen großen Unterschied auch in der eigenen Rezeptionshaltung, ob sie ihrer Arbeit anhand ihrer Vorerfahrung als „Kinderprodukt“ oder als professionelles Medienprodukt wahrnehmen.

Es ist ein wichtiger Aspekt der didaktischen Konzeption, das Erfolgserlebnis, das aus all diesen Faktoren genährt wird, zu ermöglichen und damit auch vorhandene Vorstellungen und Bewertungen zum Thema Politik zu erweitern oder zu verändern. So trivial

es vielleicht erscheinen mag, es ist wichtig, über selbsttätige Beschäftigung mit politischen Konzepten, vermittelt über mediendidaktische Zugänge, positive Erlebnisse zu schaffen, an welche die Lernenden in alltäglichen Begegnungen mit Politik anknüpfen können.

5. Lebensweltbezug – Die Nachricht in der Hosentasche

Spätestens seit der kompletten Smartphone-Durchdringung der Gesellschaft und der allgegenwärtigen Verfügbarkeit eines Internetzugangs durch Flatrates sind Medien für Kinder und Jugendliche Teil ihres Lebens. Das Problem, einen Lebensweltbezug in der Vermittlung herstellen zu müssen, gibt es daher nicht mehr. Im Web 2.0 werden alle Nutzerinnen und Nutzer und damit auch Kinder und Jugendliche zu Medienproduzentinnen und -produzenten, nicht nur über das Verfassen von eigenen Beiträgen, sondern auch über das *Liken* und *Teilen* von Beiträgen tragen sie zur Verbreitung von Informationen bei. Die intuitiv designte Interaktivität der Plattformen macht das leicht und auch zu einem oft unbewussten Akt der Medienproduktion.

Dies wird auch von den Jugendlichen selbst erkannt: „Soziale Medien wie *Snapchat*, *Instagram* und Co. werden immer häufiger zur Verbreitung von Informationen verwendet. Sie sind unsere täglichen Begleiter, dabei bemerken wir dies gar nicht mehr“ (Demokratielandschaft Tirol 2019: 10). Die Geschwindigkeit, mit der sich vor allem Jugendliche auf *Social Media*-Kanälen bewegen, erfordert ein hohes Maß an Leistungsfähigkeit in der Identifizierung

von Quellen der Nachrichten, Unterscheidung nach ihrer Relevanz, die Entscheidung über damit verbundenen Handlungsanforderungen, der damit einhergehenden Konsequenzen im unmittelbaren sozialen Umfeld und nicht zuletzt der Glaubwürdigkeit bzw. Seriosität der Information.

Die Geschwindigkeit, in der alle diese Kommunikationsprozesse ablaufen, übersteigt bei Weitem den herkömmlichen Kommunikationsprozess zwischen Individuen oder klassischen Medien. Allein die Entscheidung der Auswahl – was schaue ich mir überhaupt an, was bekommt meine Aufmerksamkeit – bedarf einer für diese Aufgabe optimierten Aufmerksamkeitsspanne. Was hier als anstrengender, höchst komplexer Informationsverarbeitungsprozess daherkommt, passiert in der Regel freiwillig und hat die Funktion der Unterhaltung, in die sich auch politische oder gesellschaftspolitische Informationen mischen, die das Bild der Kinder und Jugendlichen von dieser Sphäre beeinflussen.

„Politik begegnet den meisten Menschen in allererster Linie über ihre Darstellung in Medien, und Medien sind ein immer wichtiger werdendes Feld der politischen Auseinandersetzung: Ohne Präsenz in den Medien [...] lässt sich in modernen Demokratien die öffentliche Meinung kaum beeinflussen, und noch weniger lassen sich Mehrheiten und Wahlen gewinnen. Die Repräsentanz des Politischen in Medien und die Rückwirkung medialer Präsentation auf die Politik selbst sind deshalb wesentliche Aspekte des Gegenstandsfelds der politischen Bildung [...].“ (Sander 2008: 220)

6. Praxisbeispiel Schwerpunkttag „Politik im Netz“ der Demokratielandschaft Tirol 2019

All diese Aspekte fließen in die Konzeption und Praxis der Mediendidaktik in den Workshops ein. Beim Schwerpunkttag Politik im Netz der Demokratielandschaft Tirol 2019 ging es um die Rolle der Medien in der Demokratie und im Speziellen um die Nutzung von *Social Media* als Informationskanal für und über die Politik.

Folgende konkreten Aufgabenstellungen wurden von den Kleingruppen der Teilnehmenden bearbeitet und es wurden dazu Interviews mit Expertinnen und Experten sowie Politikerinnen und Politikern geführt:

- *Social Media* – Gesellschaftspolitische Aspekte. Medien werden oft als die 4. Gewalt bezeichnet. Was bedeutet das? Welche wichtige Rolle spielen Medien/soziale Medien in einer Demokratie?
- *Politik in sozialen Netzwerken* – Neue Medien als Instrument der Demokratie? Im Zeitalter der „neuen Medien“ haben wir viele Möglichkeiten uns über Politik zu informieren und uns eine Meinung zu bilden. Welche Chancen und Risiken bieten dabei das Internet und *Social Media*?
- *Informationen im „Netz“* – Ist alles wahr, was im Internet steht? Wie sollen wir mit Informationen aus dem Internet umgehen? Brauchen wir in Zeiten von *Social Media* überhaupt noch Journalismus?
- *Social Media* – Mehr direkte Demokratie? Soziale Medien bieten viele Möglichkeiten, (politische) Meinungen und Informationen zu verbreiten und auszutauschen. Welche Vorteile, aber auch Risiken kann dies mit sich bringen? Welche Möglichkeiten der Beteiligung bieten die sozialen Netzwerke des Landes Tirol?
- *Herausforderung, Chance und Risiko* – Die Macht sozialer Medien. Die Verantwortung der Medien – klassischer Journalismus versus *Social Media*? Wie nutzt der Landtag Tirol *Social Media*? Wie wird das Internet von den BürgerInnen genutzt, um sich über die Tiroler Politik zu informieren?

- *Social-Media-Kompetenz* – Was sollten die Nutzerinnen und Nutzer bei der Nutzung sozialer Medien beachten? Welche Verantwortung haben wir als Bürgerinnen und Bürger in unserer Doppel-Rolle als Konsumentinnen und Konsumenten bzw. Produzentinnen und Produzenten von Informationen?

Da die Teilnehmenden in den Workshops ihre Ergebnisse stets für Gleichaltrige verständlich darstellen sollen, müssen sie in der Praxis einen Perspektivwechsel vollziehen. Durch die schulische Erfahrung sind sie oft gewohnt Informationen ohne einen konkreten Adressatenbezug wiederzugeben. Die Formulierungen unserer Aufträge dienen also dazu, einen Twist zu unterstützen. Gleichzeitig wird von Beginn an den Teilnehmenden eine aktive Rolle gegeben, um auch hier einen Positionswechsel zu ermöglichen. Im Workshop arbeiten sie als Journalistinnen und Journalisten und nicht als Schülerinnen und Schüler. Das ist eine Konsequenz des mediendidaktischen Ansatzes, der oben ausgeführt wurde, und der es den Teilnehmenden ermöglicht, den Rahmen des Workshops positiv und aktiver wahrzunehmen.



Abb.: 3: Workshopteilnehmerinnen beim Verfassen des Zeitungsartikels Politik im Netz, Demokratielandschaft Tirol 2019, Bild: Agentur Müllers Freunde GmbH

Der Vermittlungsprozess im Workshop hat immer das Ziel, Kompetenzen zu fördern. Dafür notwendig ist ein aktiv anwendbares Basiswissen von grundsätzlichen Konzepten, die dem Lernfeld Politik und Medien zugrunde liegen und den damit verbundenen Fakten, die zu einem Handlungswissen führen, also Kompetenzen in der Beurteilung von Informationen und in der Anwendung innerhalb der eigenen Lebenswelt. Die Didaktikerinnen und Didaktiker arbeiten in der Vorbereitung und mit den Lernenden nachfolgende Kriterien und Leitfragen nach den vier Vermittlungsebenen durch, die wir für die mediendidaktische Demokratievermittlung formuliert haben. Diese wirken strukturierend für den Lernprozess und sollen auch in das Gruppen-Medienprodukt einfließen.

Auf welche vier kompetenzorientierten Vermittlungsebenen wird bei der Planung und inhaltlichen Umsetzung des Medienbeitrags also geachtet?

- *Basiskonzept/Prinzip*: Was soll mit dem Auftrag erklärt werden? Welches Prinzip/Basiskonzept steht in Zusammenhang mit dem Auftrag und kann die Klärung unterstützen?
- *Anknüpfungspunkt*: Damit ein kompetenzorientierter Zugang zu der im Workshop vermittelten Information gewährleistet werden kann, muss die thematische Information für die Teilnehmenden möglichst aus ihrer unmittelbaren Lebenswelt heraus verständlich sein. Die Leitfrage für die Vermittlerinnen und Vermittler ist also: Was hat das Thema mit den Lernenden zu tun? Wo finden sie in ihrer eigenen Lebenswelt vergleichbare Situationen, Mechanismen oder Erlebnisse? Diese Beispiele werden als wichtige Anknüpfungspunkte verwendet. Gleichzeitig garantiert ein funktionierendes Beispiel, dass die Erarbeitung altersadäquat angepasst werden kann. Die persönliche Lebenswelt dient in Folge auch als verbindendes Element zu den aufzuarbeitenden Wissensfakten.
- *Fakten bzw. Fachwissen*: Sie dienen zur Illustration des Basiskonzepts, um Vergleiche, Entwicklungen, Zusammenhänge besser darstellen zu können. Welche Begriffe/Konzepte müssen erklärt werden, weil sie eben nicht in der alltäglichen Lebenswelt der Kinder und Jugendlichen vorkommen? Welche Beispiele aus Geschichte, Gesellschaft oder Politik eignen sich dafür, die gewünschten Prinzipien zu erklären? Wie kann ich die recherchierten Fakten zum Arbeitswissen machen, das den Teilnehmenden hilft, Zusammenhänge und dahinterstehende Mechanismen besser zu erkennen? Dabei ist es wichtig zu beachten, dass Fakten an sich keinen Selbstzweck haben. Werden sie nicht in bereits bestehende Wissensnetze verknüpft beziehungsweise mit der eigenen Lebenswelt verbunden, werden sie leicht zu totem Wissen und schnell wieder vergessen. Zahlen (Jahreszahlen, Mitgliederzahlen von Gremien, komplexe gesetzliche Zusammenhänge...) können dann sinnvoll verwendet werden, wenn sie Verhältnisse zwischen verschiedenen Dingen, Vergleiche mit oder Einordnungen in die Entwicklung erklären.

- *Metaposition*: Von ihr aus werden die grundsätzlichen Kompetenzen von einer anderen „persönlichen“ Position reflektiert. Hier wird also eine Verbindung zwischen Urteilskompetenz und der sich daraus ableiteten Kompetenz zu handeln, hergestellt. Die Leitfrage lautet: Warum ist das wichtig für mich? Wie kann ich die neuen Erkenntnisse in meinem Leben verwenden? Damit wird die Anwendungskompetenz gefördert, das Wissen wird in eine Fähigkeit „umgewandelt“. Konkret geht es also um eine Erweiterung des Handlungsspielraumes: Ich muss wissen, wie ich zu Informationen komme oder mit Informationen umgehe, sie verstehen, beurteilen und wissen, welche Handlungsmöglichkeiten ich habe bzw. entscheiden, wie ich mich aktiv verhalten kann. Ein Appell allein wie: „Informiere dich!“ reicht nicht aus, weil er lediglich eine leere Floskel darstellt, da damit kein „Wie“, „Warum“ und „Wofür“ verbunden ist.

Diese vier Vermittlungsebenen unterstützen die gemeinsame Erarbeitung der einzelnen Themen. Die Leitfragen können Orientierung und Gedankenanstöße bieten und sollen von den Teilnehmenden auch in ihrem Medienbeitrag umgesetzt werden.

7. Ergebnisse des Workshoptags „Politik im Netz“

Einige Ergebnisse und Überlegungen zur Nutzung von *Social Media*-Plattformen der Zielgruppe und sich daraus ergebende Schlüsse für die Didaktik und Grenzen der Vermittlung, werden im Folgenden dargestellt. In der Einstiegsrunde des Workshops ging es vor allem darum, welche Vorerfahrungen oder Erklärungskonzepte Kinder und Jugendliche zum Thema Medien mitbringen.

Deshalb wird immer reflektiert, welche Medien sie kennen, nutzen und wofür. Die Antworten bestätigten ziemlich genau folgendes Bild: das Internet und vor allem die *Social Media*-Plattformen sind die klaren Favoriten. Die klassischen redaktionell betreuten

Medien werden laut Angabe der Kinder und Jugendlichen weit weniger oder gar nicht genutzt. Interessant ist dabei die Tatsache, dass Radio und Fernsehen oft weniger als Informationsquelle genutzt werden als Gratiszeitungen. Die Nutzung hängt eben auch von der Zugänglichkeit der Medien ab.



Abb.: 4: Reflexionsrunde zum Thema Politik im Netz, Demokratielandtschaft Tirol 2019, Bild: Agentur Müllers Freunde GmbH

„Snapchat, Instagram, Twitter, Zeitung, Radio und Fernsehen – diese Medien beeinflussen täglich unseren Alltag. Sie dienen nicht nur zur Unterhaltung, sondern auch als Informationsquelle und zur Kommunikation.“
(Demokratielandtschaft Tirol 2019: 6)

Folgende Aussage in der Workshopzeitung wurde bereits von einer Metaposition heraus formuliert, die sich die Jugendlichen im Laufe des Workshops erarbeitet hatten und ist nicht unbedingt als unmittelbare erste Bestandsaufnahme ihrer bevorzugten Nutzung von Medien zu verstehen.

„Dass PolitikerInnen Social Media für ihre Öffentlichkeitsauftritte verwenden, ist nichts Neues. Inwieweit greift Social Media aber in die Meinungsbildung der BürgerInnen über Politik ein? Und welche Rolle spielen Soziale Medien für die Demokratie? [...] Social Media begleitet uns Jugendliche im Alltag. Wir nutzen dabei unterschiedliche Plattformen. Wir verwenden Social Media aber hauptsächlich für Unterhaltungszwecke, dennoch begegnet uns die Politik auch immer häufiger auf unseren Social Media-Kanälen.“ (Demokratielandschaft Tirol 2019: 12)

Eine Studie im Auftrag der EU-Initiative *Saferinternet.at* hat für das Institut für Jugendkulturforschung im Jänner und Februar 2019 in ganz Österreich 400 Jugendliche im Alter von 11 bis 17 Jahren zur Nutzung sozialer Netzwerke befragt. Sie zeigt folgendes Ergebnis: Die beliebtesten Sozialen Netzwerke der österreichischen Jugendlichen sind *WhatsApp* (83 %) und *YouTube* (78 %). 71 % nutzen das Bilder-Netzwerk *Instagram*, danach folgt bereits die Foto-Sharing-App *Snapchat* (52 %). Das größte Soziale Netzwerk der Welt, *Facebook*, rangiert in dieser Altersgruppe auf dem fünften Platz mit 44 %. Und den *Facebook-Messenger* nutzen 26 %. (vgl. Jax 2019).

Es ist bekannt, dass Jugendliche sich ihre Räume abseits der Erwachsenenwelt schaffen, um sich ungestört dort bewegen und austauschen zu können. Wenn allerdings die „Erwachsenenwelt“ zu stark in die Räume der Jugendlichen vordringt, bleibt nur sich neue Räume zu suchen, d. h. immer wieder neue Plattformen zu nutzen, das könnte man aus folgenden Zahlen und den Aussagen der Jugendlichen schließen.

„Im Vergleich zum letzten Jahr zeigt sich vor allem, dass die meisten großen Plattformen mit Ausnahme von *Instagram* (+8 %) verloren haben. Zudem zeigt sich, dass Plattformen für digitale Spiele wichtiger werden. *Twitch* (15 %), das Streaming-Videoportal, auf der Videospiele live beobachtet oder auch eigene Übertragungen gestartet werden können, kann-

te auch dieses Jahr in der Nutzung wieder zulegen (+ 6 %). Heuer erstmals in die Erhebung aufgenommen wurde zudem Discord (13 %), ein Netzwerk speziell für Videospiele, das Chat sowie Sprach- und Video-Konferenzen anbietet.“ (Jax 2019)

Was bedeutet das für die Medienpädagogik?

In der Praxis geht es um die Anwendbarkeit dieser Erkenntnisse in der Lebenswelt, also darum, wie die eigene Erfahrung mit neuen Erkenntnissen verbunden werden kann. Sich mit den unterschiedlichen Nutzungsmöglichkeiten der verschiedenen Plattformen vertraut zu machen, ist deshalb sicher kein Fehler und man sollte dabei unbedingt auf die Expertise der Kinder und Jugendlichen zurückgreifen.

Die von ihnen genutzten Kanäle betrachten Kinder und Jugendliche als ihre private Sphäre, in der sie sich ungestört von der Außenwelt bewegen können. Im oben angeführten Zitat aus dem Zeitungsartikel der Demokratielandschaft Tirol (Demokratielandschaft Tirol 2019: 12) wird ja sehr deutlich gemacht, dass *Social Media* „hauptsächlich für Unterhaltungszwecke“ genutzt werden und „dennoch begegnet uns die Politik“ auf „unseren Social-Media-Kanälen“, wie das die Autorinnen formulieren.

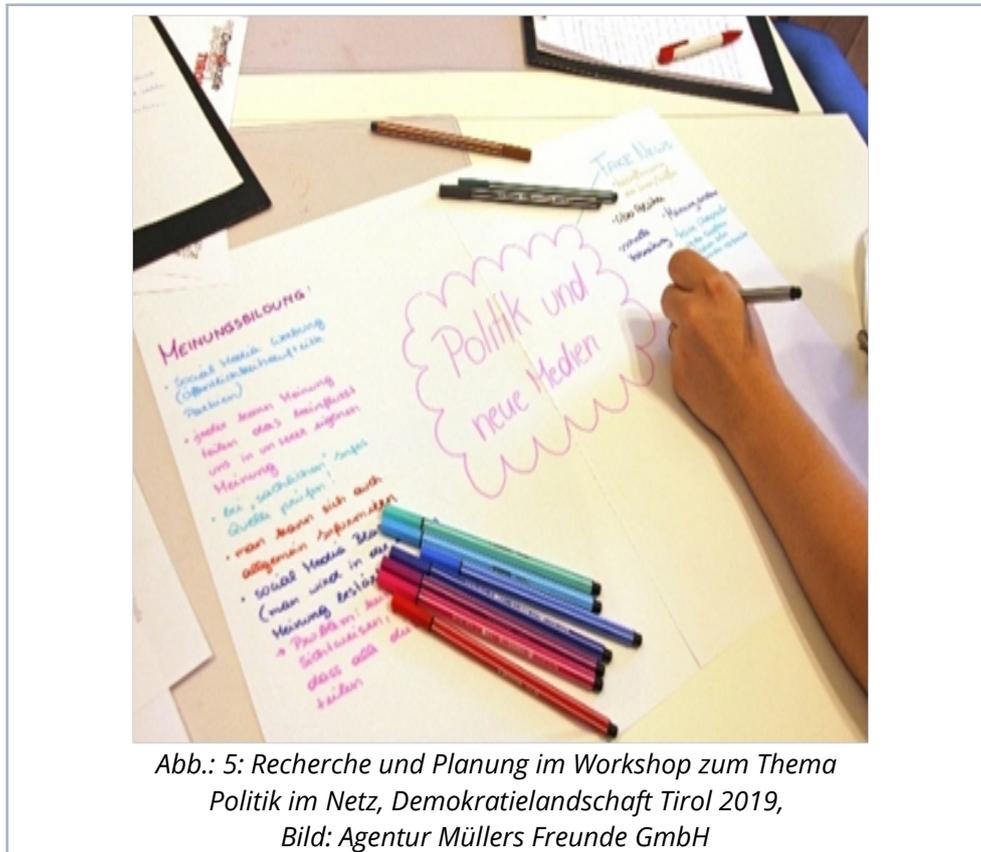


Abb.: 5: Recherche und Planung im Workshop zum Thema Politik im Netz, Demokratielandschaft Tirol 2019, Bild: Agentur Müllers Freunde GmbH

In die private Sphäre bricht nun also das Politische ein, in Form von bezahlter Anzeige, Feed oder über algorithmisch ausgegebene Nachrichten, die auf Analysen des Nutzerinnen- und Nutzerverhaltens von besuchten Profilen etc. beruhen. Das ist nicht nur eine singuläre Momentaufnahme, diese Wahrnehmung begegnet uns in der Praxis sehr häufig. Die Nutzung von *Social Media*-Portalen als Rückzugsraum im Internet hat dabei allerdings eine skurrile Qualität. Internetportale werden als private Räume genutzt und wahrgenommen. Auch wenn bei Jugendlichen das Vorwissen besteht, dass es sich durchaus um öffentliche Räume handelt.

„Wir haben uns mit Chancen und Risiken von Social Media beschäftigt. So viele Vorteile wie Social Media bringt, wie zum Beispiel die Meinungsfreiheit oder die große Reichweite einzelner Personen, so viele Gefahren, wie manipulative Beeinflussung, Filterblasen oder Big Data, verbergen sich auch. Viele glauben, dass man im Internet anonym ist, jedoch ist das komplette Gegenteil der Fall. Internetkonzerne wissen oft mehr über uns als wir selbst.“ (Demokratielandschaft Tirol 2019: 10)

Das Thema *Fake News* war demgemäß natürlich auch ein wichtiger Teil der Arbeit am Workshoptag, denn Kinder und Jugendliche nutzen Begriffe wie *Fake News* in ihrem alltäglichen Sprachgebrauch. Die inflationäre und unreflektierte Verbreitung des Begriffs führt dabei jedoch oft zu Verwirrung, da der Begriff ja einerseits „Falschmeldungen“ bezeichnet und andererseits von Populisten systematisch zum Zweck der Diskreditierung der Medienöffentlichkeit genutzt wird. Allein diese Strategie zu verstehen setzt voraus, dass die Wichtigkeit der Medien in der Demokratie erkannt wird.

„Besorgniserregend ist auch die bewusste Verbreitung von Falschmeldungen, sogenannte Fake News. Dadurch können WählerInnen u. a. in ihrer Wahlentscheidung beeinflusst werden. Besonders bedenklich ist der Aspekt, dass Fake News von einfachen UserInnen nicht immer so leicht erkannt werden können. Aufgrund dessen ist die Überprüfung der Quelle, der Seriosität des/der HerausgeberIn sowie der Vergleich zu anderen Quellen unbedingt notwendig.“ (Demokratielandschaft Tirol 2019: 12)

Fake News, Manipulation, Propaganda und *Hate Speech* finden neben den Onlineforen der Zeitungen und Gratiszeitungen häufig in den Plattformen *Facebook* und *Twitter* ihre Verbreitung. Das sind für Jugendliche zwar keine bevorzugten Plattformen, aber auch *Instagram* eignet sich auf der durch Bilder leicht zu transportie-

renden Emotionalität bestens, da die Verbreitung von *Fake News* von der Interaktion der Userinnen und User bestimmt wird.

Ein wesentlicher Aspekt bei der Schaffung von Medienkompetenz ist das Bewusstsein für das eigene Verhalten auf den *Social-Media-Kanälen*. Für Kinder und Jugendliche ist es wichtig darüber zu reflektieren, welche Handlungsspielräume zur Verfügung stehen und was eigene Handlungen wiederum auslösen, um mit diesen Mustern umgehen zu können.

„Wir müssen verstehen, wie Trolle, Bots und Urheber von Fake News in einem System zusammenarbeiten. Sie sollen die Leute nicht von ihrer Version der Realität überzeugen, sondern in der politischen Debatte im Internet eine aggressive und feindselige Atmosphäre erzeugen, vor der normale Menschen zurückschrecken. Und sie sollen den Eindruck erzeugen, dass alle Beteiligten lediglich einen Propagandakrieg führen, weshalb man keiner Nachricht mehr vertrauen kann, woher sie auch kommt.“ (Mason 2019: 128)

In der Politischen Bildung kann es schon aufgrund des im *Beutelsbacher Konsens* formulierten *Überwältigungsverbots* nicht darum gehen, *Indoktrination* zu betreiben, selbst wenn man der Absicht folgt demokratiebildendes Bewusstsein zu fördern. Nichtsdestotrotz kann es gelingen Orientierungskompetenz und Handlungskompetenz zu entwickeln, um mit *Fake News* kritisch umzugehen. Wenn im Workshop das Konzept der Pressefreiheit und die Rolle der Medien in der Demokratie bearbeitet werden, wird deutlich, was es heißt, wenn diese Öffentlichkeit systematisch zerstört wird. In der Vermittlung von Basiskonzepten der Demokratie bzw. im Kontrast dazu, wie die Aushebelung demokratischer Institutionen und einer pluralistischen Medienöffentlichkeit autokratische

Strukturen ermöglicht, werden die demokratiegefährdenden Auswirkungen von *Fake News* sehr gut sichtbar. Die Vermittlung der Tatsache, dass es rechtstaatliche Mittel gibt und geben muss, und was das im konkreten Fall sein kann, fördert die Handlungskompetenz und ist eben keine plumpe Handlungsanweisung. Diese Art der Bearbeitung kann darin münden, dass die eigene Verantwortung formuliert werden kann. In ihrem Artikel stellen die Jugendlichen fest:

„Das Internet spielt eine große Rolle in unserer Gesellschaft, aber es hat wie alles leider nicht nur Vorteile. Durch das Netz kommen nämlich auch mehrere Gefahren auf uns zu, mit denen wir lernen müssen umzugehen. Auch die Meinungsfreiheit hat ihre Grenzen, denn bei rassistischen Beleidigungen u. ä. liegt die Grenze. Obwohl es wichtig ist, dass man sich eine eigene Meinung bildet, ist es essenziell, alles zu hinterfragen und nicht nur so hinzunehmen wie es im Netz steht.“ (Demokratielandschaft Tirol 2019: 16)

Was trägt zur Verbreitung von Fake News bei? Diese Frage stellen Jugendliche häufig und auch wenn das nicht unbedingt bedeutet, dass sie persönlich aktiv werden würden. Es ist daher wichtig zu vermitteln, dass es Möglichkeiten gibt, sich der Verbreitung von Hass und Propaganda entgegenzustellen und zu reflektieren, was zu deren rasanten Verbreitung beiträgt:

„Es ist die ständige Wiederholung – das ungenierte Copy-Paste-Prinzip –, die viele Falschmeldungen so wirkungsvoll macht: Die Quantität einer Information soll über die fehlende Qualität der Aussage hinwegtäuschen. Beunruhigte Bürger bekommen mitunter den Eindruck, sie haben schon so oft von einem Problem gelesen, da muss doch etwas dran sein.“ (Brodnig 2016: 136)

Dass sich Schülerinnen und Schüler oft fragen, was sie konkret tun können, zeigt folgendes Zitat:

„Ein Tipp: Sind zum Beispiel fragwürdige Zahlen und Statistiken ohne Belege, drastische und schockierende Bilder, Verallgemeinerungen emotionale Begriffe sowie eine aufgeregte Sprache in einer Nachricht, ist das ein guter Hinweis darauf, dass es sich um Fake News handelt, die Emotionen schüren sollen.“ (Demokratielandschaft Tirol 2019: 5)



Abb.: 6: Expertinnen- und Experteninterview zum Thema Politik im Netz, Demokratielandschaft Tirol 2019, Bild: Agentur Müllers Freunde GmbH

Können Falschmeldungen gemeldet werden und wenn ja, wo? Hilfreich für die Vermittlungsarbeit sind schon die Begriffsklärungen und die Beschreibungen der kommunikativen Strategien von *Trollen* und *Glaubenskriegern* (vgl. Brodnig, 2016: 159 und 220ff), bzw. auch die kommunikativen und rechtstaatlichen Mittel dagegen. Begriffsklärungen und Möglichkeiten gemeinsam zu Handlungsmöglichkeiten recherchieren zu können, sind ein Teil der

Vermittlungsarbeit. Das zeigen unsere Erfahrungen aus den Workshops der Demokratiewerkstatt des Parlaments zum Thema „Vorurteil, Vielfalt und Zivilcourage“ und die große Resonanz der Teilnehmenden. *Cyber Mobbing* und *Hate Speech* kommen häufig zur Sprache, weil diese noch stärker mit konkreten Erfahrungen der Kinder und Jugendlichen verbunden sind. Fast immer zeigt sich, dass es im Umkreis der Teilnehmenden Gewalterfahrungen gibt. *Fake News*, *Manipulation* und *Propaganda* sind eng damit verbunden, diese Erfahrungen haben auch Kinder und Jugendlichen gemacht.

8. Politainment & Conclusio

Da nicht nur Kinder und Jugendliche die *Social Media*-Plattformen vorwiegend zur Unterhaltung nutzen, ist das ein Ansatzpunkt, der vermittelt werden kann, um sich mit dem Thema *Fake News*, *Manipulation* und *Propaganda* zu beschäftigen. Dass Unterhaltung der Nutzungszweck der Plattformen ist, wissen *Influencer* und auch die professionellen Medienproduzentinnen und -produzenten in den Kommunikationsabteilungen aller politischen Gruppierungen. Denn es hilft zu klären, wie es sein kann, dass Kinder und Jugendliche mit *Fake News* und *Propaganda* versorgt werden. Die Inszenierung in der diese Inhalte dem Zielpublikum „verkauft“ werden sollen, wird mit *Codes der medialen Unterhaltungsbranche* aufgeladen. In der These vom zum *Politainment* mutierten Auftreten der politischen Akteurinnen und Akteure ist genau das formuliert.

Politik in der Inszenierung von Unterhaltung zu betreiben, passt dabei bestens in die Reichweitenorientierung der Medienproduzentinnen und -produzenten. Die Aufmerksamkeit ist mit Inszenierung und großem Getöse eben leichter zu erreichen, als mit möglichst stringent dargelegten komplexen Argumentationen zu politischen Zusammenhängen. Es ist zwar beileibe kein neues Phänomen, bekommt jedoch durch die Verbreitungsgeschwindigkeit mittels *Social Media*-Plattformen eine neue Dimension. Das hat auf die Vermittlung von „seriösen“ Argumentationen in allen Medien und ihrer Rezeption natürlich fatale Auswirkungen und widerspricht der Unterhaltungsfunktion der Mediennutzung durch die Konsumentinnen und Konsumenten, wie Andreas Dörner eben mit dem Begriff *Politainment* nahelegt.

„Politainment bezeichnet eine bestimmte Form der öffentlichen, massenmedial vermittelten Kommunikation, in der politische Themen, Akteure, Prozesse, Deutungsmuster, Identitäten und Sinnentwürfe im Modus der Unterhaltung zu einer neuen Realität konstituiert den Erfahrungsraum, in dem den Bürgern heutzutage typischerweise Politik zugänglich wird.“ (Dörner 2001: 31)

Die *Gatekeeper-Funktion* der Medienproduzentinnen und -produzenten in den klassischen Medien wird nicht nur durch die populistische Diskreditierung als „gleichgeschaltete Systempresse“ und *Fake News* und mit dem im *Nationalsozialismus* systematisch verwendeten Begriff der „Lügenpresse“, sondern auch paradoxerweise durch die systemimmanente partizipative Funktionalität von *Social Media*-Plattformen nahezu ausgehebelt. Als Kanäle für „Alternative Fakten“ soll so der Einfluss der Propagandakanäle im Netz verstärkt werden. Was als Thema in der öffentlichen Wahr-

nehmung ankommt, wird eben nicht mehr nur durch redaktionell gesteuerte Auswahl und deren Verarbeitungslogik bestimmt, sondern auch durch *Reichweite*, *Followerzahl* und *Algorithmen* in den jeweiligen Kanälen. „*Vervielfältigung ist insofern ein Fortschritt, als sie die Verbreitung des Einfältigen ermöglicht*“, hatte Karl Kraus in einem Aphorismus zu Beginn des 20. Jahrhunderts einst formuliert (Kraus 1986: 76) – angesichts des aktuellen Einflusses von *Social Media* auf Politik und Politikwahrnehmung nach wie vor eine treffende Formulierung. Wie und warum bestimmte Themen in den Medien verhandelt werden, ist im Detail in Workshops vielleicht schwer zu vermitteln.

Dass es im politischen Feld zentral um die Ausübung, Verwaltung, Verteilung und Legitimation von Macht geht und klassische wie „neue“ Medien dabei eine wichtige Rolle ausüben, ist jedoch ein zentraler Gegenstand von Medienpädagogik.

„Bis heute ‚framen‘ politische Kommunikatoren aus strategischen Motiven, um die öffentliche Meinung in eine bestimmte Richtung zu beeinflussen, um eine bestimmte Politik durchzusetzen und damit letztlich Macht auszuüben. Auch Journalisten ‚framen‘ in der Regel, zwar ohne damit bestimmte politische Ziele zu verfolgen – aber doch um die öffentliche Meinungsbildung zu beeinflussen, und sei es nur durch die Themen, die sie auswählen und hervorheben. Das ist bis heute so – aber ihre ‚frames‘ haben eben nun Konkurrenz bekommen von Myriaden anderer Deutungen, die im Netz an die Oberfläche drängen und um Dominanz ringen.“ (Vasek/ Reinhard 2019: 18)

Dass Kinder und Jugendliche durchaus in der Lage sind, ihre Nutzung und auch allgemeine Problematiken von *Social Media* und Politik zu reflektieren, haben die Erfahrungen und Ergebnisse am Workshoptag in Innsbruck einmal mehr bestätigt. Im Alltag der

Kinder und Jugendlichen erfolgt die Rezeption von Medieninhalten auf *Social Media*-Kanälen allerdings über weite Strecken nebenbei, zum Zweck der Unterhaltung und damit keineswegs bewusst oder im Sinne einer reflektierten Medienkritik...

Literatur

Baacke, Dieter (1997): Medienkompetenz, Berlin: De Gruyter.

Brodnig, Ingrid (2016): Hass im Netz. Was wir gegen Hetze, Mobbing und Lügen tun können, Wien: Brandstätter Verlag

Demokratielandschaft Tirol: Politik im Netz, online unter: http://medien.demokratielandschaft.at/medien/2019_DemokratielandschaftTirol_Zeitung/190626_SchwerpunkttagSocialMedia_Zeitung.pdf , 12 (letzter Zugriff: 19.08. 2019).

Dörner, Andreas (2001): Politainment. Politik in der medialen Erlebnisgesellschaft, Frankfurt am Main: Suhrkamp.

Jax, Matthias (2019), Jugend-Internet-Monitor 2019, online unter: <https://www.saferinternet.at/services/jugend-internet-monitor> (letzter Zugriff: 25.08.2019)

Krammer, Reinhard et al. (2008): Die durch politische Bildung zu erwerbenden Kompetenzen. Ein Kompetenz-Strukturmodell, online unter: https://bildung.bmbwf.gv.at/schulen/unterricht/ba/glv_kompetenzmodell_23415.pdf (letzter Zugriff: 19.08.2019).

Kraus, Karl (1986): Aphorismen, Frankfurt am Main: Suhrkamp.

Mason, Paul (2019): Klare, lichte Zukunft. Eine radikale Verteidigung des Humanismus, Berlin: Suhrkamp.

Reinhard, Rebekka/ Thomas Vasek (2019): Alle mal Klappe halten? In: Hohe Luft, Philosophie Zeitschrift, 2019, 5, 15-19

Sander, Wolfgang (2008): Basiskonzepte als Element von Sachkompetenz im österreichischen Kompetenzmodell. In: Heinrich Ammerer et al. (Hg): Politische Bildung konkret. Beispiele für kompetenzorientierten Unterrichts, 13, online unter: https://www.politik-lernen.at/dl/OOkIJMJKoMmoKJqx4KJK/PB_konkret.pdf (letzter Zugriff: 22.08.2019).

Sander, Wolfgang (2008): Politik entdecken – Freiheit leben. Didaktische Grundlagen politischer Bildung, Schwalbach: Wochenschau Verlag.

Van Deth, Jan W. (2007): Kinder und Politik. Politische Einstellungen von jungen Kindern im ersten Grundschuljahr, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.