

Herausforderung für die politische Bildung

POLITISCHE PARTIZIPATION IM WEB 2.0

André Nagel

Das Web 2.0 bietet Bürger/inne/n die Möglichkeit, gesellschaftspolitische Diskurse nicht nur zu verfolgen, sondern mitzugestalten. Dabei kann es – zumindest für medienaffine Zielgruppen – die Hürden für Beteiligung senken. Indem durch das Web 2.0 die Chance auf eine neue, digitale Öffentlichkeit entsteht, wird auch die Deutungshoheit von Medien und Politik infrage gestellt. Bürger/innen können beispielsweise zu Agenda-Settern werden, an politischen Entscheidungen unmittelbarer partizipieren und sich in demokratischer Mitgestaltung üben. Vorausgesetzt sie wissen um die Möglichkeiten der netzbasierten Beteiligung, zum Beispiel über Online-Netzwerke und soziale Plattformen. Der Beitrag geht den Fragen nach, welche Zielgruppen durch die politische Bildungsarbeit erreicht werden sollen, welche Kompetenzen für eine digitale »active citizenship« voraussetzt sind und welche Voraussetzung aufseiten der politischen Bildner/innen vorhanden sein müssen.

Grundsätzlich hat das »Mitmachnetz« (Fisch/Gscheidle 2008), so viel wissen wir aus Langzeitstudien, die politische Kommunikation eher moderat verändert, »von einer breiten Beteiligung durch das Netz kann nicht die Rede sein« (Vowe 2012, S. 43). Dabei artikulieren oder engagieren sich, unabhängig vom Alter, nur die wenigsten politisch im Netz. Das Medium Internet, so Gerhard Vowe, ändere nichts an der Distanz zur Politik bei denen, für die sie vorher schon bestand (vgl. ebd., S. 45). Trotzdem zeigen die Proteste um Großprojekte wie »Stuttgart 21« oder das gescheiterte Anti-Piraterie-Abkommen »ACTA«, dass die Bürger/innen nach neuen Wegen politischer Teilhabe suchen und diese auch finden.

Genau hier liegt die Herausforderung für die politische Bildung. Sie kann gesellschaftliche Wandlungsprozesse wie die hin zur digitalen Gesellschaft nicht nur begleiten, sondern die Bürger/innen befähigen, sie mitzustalten.

Sie kann aufzeigen, welche Partizipationsinstrumente ihnen zur Verfügung stehen. Angefangen bei den Möglichkeiten, sich online politisch zu informieren, über die Ansprache des eigenen Wahlkreisabgeordneten auf Twitter bis hin zum Unterschreiben einer Online-Petition: »Das Netz ist Informationsquelle, aber auch Mittel zur Kommunikation: Hier wird gebloggt und gepostet, hier werden Meinungen ausgetauscht und gebildet, hier formieren sich Bewegungen. Damit ist das Internet ideales Instrument der Partizipation, niedrigschwellig und für alle zugänglich« (Eumann 2012, S. 105f.).

Parteien und politische Institutionen haben bereits seit längerer Zeit das Potenzial des Netzes erkannt. Was mit vereinzelten Kandidaten-Weblogs im Bundestagswahlkampf 2005 begann, ist heute um eine Vielzahl an Kommunikationsangeboten von Abgeordneten, Behörden, Institutionen und um Mitgestaltungsmöglichkeiten, z.B. im

Rahmen von Entscheidungsprozessen, Online-Konsultationen oder Bürgerhaushalten, erweitert worden. Den zahlreichen Informations- und Partizipationsangeboten fehlt es dabei häufig an klarem Profil, Glaubwürdigkeit und Nachhaltigkeit. Vom Einsatz »neuer Medien« versprechen sich Politik und Staat nicht nur ein Mehr an Legitimation politischer Entscheidungen, sondern auch eine aktive Beteiligung bis dato nicht an politischen Themen interessierter Bevölkerungsgruppen (vgl. Nanz/Fritsche 2012, S. 9).

Allerdings stehen dem Eröffnen neuer Partizipationsmöglichkeiten immer noch die starren strukturellen Rahmenbedingungen politischer Entscheidungsprozesse entgegen. Zudem handelt es sich in den meisten Fällen nicht um selbstorganisierte Formen von Partizipation. Immerhin bestimmen Akteure wie Politik und Verbände die medialen Rahmenbedingungen. Sie sind es auch, die die Angebote von Beteiligung letztendlich gestalten (vgl. Wagner/Gerlicher/ Brüggen 2012, S. 7). In diesem Rahmen partizipieren zumeist vor allem diejenigen, die bereits politisch interessiert sind. Plattformen wie dem »Zukunftsdialog der Kanzlerin« (www.dialog-ueber-deutschland.de) gelingt es aufgrund der abstrakten Fragestellungen nicht, die Hürden für Mitgestaltung auch für politik- und bildungsferne Bürger/innen zu senken. Es kommt hinzu, dass die meisten der Online-Beteiligungsprojekte im eigentlichen Sinne nur Konsultationen sind, die wenig mit echter Beteiligung zu tun haben und häufig außerhalb der virtuellen Räume stattfinden, in denen Menschen sich heutzutage bewegen.

Die Werkzeuge und Plattformen des Web 2.0 bieten nicht nur die Chance zu mehr Beteiligung und Mitgestaltung, sondern auch die Gefahr politischer Agitation. Extremistische Gruppierungen können sich die Kommunikationslogiken und viralen Effekte sozialer Netzwerke zu Nutze machen und ihre Inhalte mit subtilen Botschaften einem

breiten Publikum offerieren. Gut vernetzte und über genug Ressourcen verfügende Akteure der digitalen Welt können Meinungen nicht nur streuen, sondern machen. Bürger/innen, die sich im Netz bewegen, müssen also Inhalte in den sozialen Netzwerken und im Netz kritisch hinterfragen und einordnen können.

Wer ist die Zielgruppe?

Um Chancen für Formate der politischen Bildungsarbeit zu identifizieren, ist es nicht nur wichtig zu wissen, wer das Internet bereits nutzt. Ebenso relevant ist das Wissen darum, wie das Internet überwiegend genutzt wird. Im Jahr 2012 waren laut (N)ONLINER Atlas 75,6 Prozent der deutschen Bevölkerung online (vgl. Initiative D21 2012, S. 4). Rund drei Viertel der Bürger/innen können also zumindest theoretisch auf das Internet und damit auch auf Web-2.0-Plattformen zugreifen. Im Umkehrschluss bedeutet das allerdings, dass circa 17,1 Millionen Deutsche bisher weder beruflich noch privat mit dem Netz in Berührung gekommen sind. Ein nicht unerheblicher Teil der deutschen Bevölkerung kann digitale Partizipationsmöglichkeiten also nicht nutzen. Dabei sind es gerade die Älteren ab 40 Jahren und insbesondere die über 60-Jährigen, die vergleichsweise wenig online aktiv sind. Hierbei ist es jedoch aufschlussreich, dass gerade die Wahlbeteiligung der über 60-Jährigen nichtsdestotrotz höher ist als bei jüngeren Alterskohorten. Die digitale Nicht-Beteiligung lässt also keine Rückschlüsse auf die Motivation zu klassischer politischer Partizipation zu.

Neben dem Zugang sind Medienhandeln und Medienkompetenz entscheidende Voraussetzungen für die digitale Partizipation. Wie bewegen sich Bürger/innen in der vernetzten Medienwelt? Wie interagieren und kommunizieren sie? Immerhin knapp 60 Prozent der Internetnutzer informieren sich mittlerweile online über aktuelle

Nachrichten aus Deutschland und dem Ausland (ARD/ZDF-Onlinestudie). Web-2.0-Dienste dagegen kennen und nutzen insbesondere ältere Erwachsene nur selten. Während Wikipedia zumindest 74 Prozent der 40- bis 49-Jährigen verwenden, bewegen sich die Nutzungszyhlen bei Twitter und Blogs im einstelligen Prozentbereich. Allerdings verfügt zumindest rund ein Viertel dieser Altersgruppe über ein Profil in privaten Netzwerken und Communities – genutzt wird es allerdings nur gelegentlich (www.ard-zdf-onlinestudie.de/index.php?id=353).

In Fragen der Mediennutzung sind es aber nicht nur die Älteren, die das Netz mit seiner Daten- und Informationsfülle schnell überfordert. So nutzen politik- und bildungsferne Jugendliche und junge Erwachsene zwar Portale wie Facebook oder YouTube, dies allerdings vorrangig unterhaltungsorientiert. Komplexe Aneignungsverfahren wie »differenzierte Zugänge zu Informationsquellen, Kreativität und Selbstbestimmung im Medienhandeln« bleiben jenen vorbehalten, »die aus bildungsmäßig und sozial besser gestellten Milieus kommen« (Wagner/Gerichter/Brüggen 2012, S. 10).

Die digitale Gesellschaft ist segmentiert. Nur ein Bruchteil der Bürger/innen, insbesondere auch die Generation 40+, geht bereits souverän und sicher mit den digitalen Medien um. 26 Prozent sind gar »digitale Außenseiter«, die zwar mit dem PC und den Grundfunktionen des Mediums Internet umgehen können, aber darüber hinaus nicht oder nur rudimentär über die notwendigen Kompetenzen verfügen, z.B. bei der Textverarbeitung oder dem Suchen von Inhalten. Weder sehen sie einen Vorteil in der Nutzung der digitalen Medien noch verfügen sie über einen nutzbaren Wissensstand zu digitalen Themen. Die Chancen netzbasierter Beteiligung nehmen sie nicht wahr; vielmehr erzeugt die digitale Vielfalt Angst und Überforderung (vgl. Initiative D21 2011, S. 12f.: Der durchschnitt-

liche »digitale Außenseiter« ist 62,5 Jahre alt, vorwiegend weiblich und nicht berufstätig. Er verfügt nur über ein unterdurchschnittliches Haushaltseinkommen und geringe formale Bildung).

Zur Gruppe der digital wenig Erreichten lassen sich außerdem die Gelegenheits- und Berufsnutzer zählen. Sie können zwar auf deutlich mehr Kompetenzen zurückgreifen als die digitalen Außenseiter, nutzen das Internet aber eher wenig intensiv und haben kein großes Interesse an den Möglichkeiten des Web 2.0. Nur ein Drittel der digital wenig Erreichten ist in einem sozialen Netzwerk wie Facebook oder Google+ angemeldet, nutzt also die Möglichkeiten der Vernetzung und Interaktion mit anderen Internetnutzenden oder auch mit Institutionen und Organisationen. Generell verbringt diese Gruppe, der laut D21-Studie 61 Prozent der deutschen Bevölkerung zuzurechnen sind, deutlich weniger Zeit im Netz als die »digitalen Souveränen«.

Die politische Bildung muss mit ihren Angeboten also diejenigen Bürger/innen ansprechen, die bisher das Internet noch nicht oder nur selten nutzen, die notwendigen Kompetenzen im Umgang mit den digitalen Medien vermitteln und dabei unterstützen, das demokratische Bewusstsein für die netzbasierte Partizipation zu festigen. Das kann potenziellen Repräsentationsdefiziten dieser Zielgruppen in einer zunehmend digitalisierten Demokratie entgegenwirken.

Aber wie und wo kann die politische Bildungsarbeit ansetzen? Welche Kompetenzen muss sie vermitteln, um demokratische Mitgestaltung in unserer digitalen Gesellschaft zu ermöglichen?

Das Web 2.0 als Chance für die politische Bildung

Das Internet im Allgemeinen und die sozialen Netzwerke im Besonderen sind Teil stetiger Debatten in Politik

und Medien. Thematisiert werden Datenschutzprobleme von Plattformen wie Facebook, gewarnt wird vor betrügerischen Betreibern von Websites, Foren oder Blogs oder dem Suchpotenzial des Netzes. Das demokratische Potenzial des Web 2.0 findet hier nur vereinzelt, zum Beispiel im Rahmen der Ereignisse des Arabischen Frühlings, mediale Repräsentation. Viele Bürger/innen stehen daher insbesondere dem Web 2.0 und sozialen Netzwerken kritisch gegenüber. Politische Bildung kann unterstützen, diese Skepsis in einen reflektierten Umgang mit dem Web 2.0 umzuwandeln. Ziel ist dabei weniger die politische »Aktion«, sondern vielmehr die Wissensvermittlung im Umgang mit den digitalen Medien. Ob und wie sich die Bürger/innen beteiligen, muss ihnen überlassen bleiben – in erster Linie fördert politische Bildung die Befähigung zur Partizipation.

Am besten gelingt dies immer dann, wenn das Web 2.0 im Rahmen der politischen Bildung nicht nur thematisiert, sondern als Werkzeug genutzt wird. Nur im projektorientierten Arbeiten können die notwendigen Kompetenzen vermittelt werden, ob beim Erarbeiten eines gemeinsamen Seminarergebnisses in einem Blog oder bei der Lösung einer Problemstellung. Nur wenn die Teilnehmenden selbst twittern, gemeinsam eine Website gestalten oder ein Video für YouTube produzieren, erfahren sie, was es bedeutet, die Internet-Öffentlichkeit aktiv mitzugestalten. Ganz nebenbei eignen sie sich dabei die notwendigen Kompetenzen im Umgang mit den digitalen Medien an. Mögliche Lehr-/Lernsettings müssen dabei offen und flexibel gestaltet sein. Auch müssen Web-2.0-Werkzeuge didaktisch sinnvoll eingebettet werden. Wie das gelingen kann, zeigt beispielsweise das Kooperationsprojekt der Bundeszentrale für politische Bildung und des DGB-Bildungswerks www.pb21.de. Das Weblog-Projekt richtet sich in erster Linie an Multiplikator/inn/en der politischen Bildung und zeigt anhand von

Praxisbeispielen, wie solche Lehr- und Lernsettings aufgebaut sein müssen.

Kompetenzen für das Web 2.0

Klassische Medien wie Fernsehen oder Tageszeitungen filtern Informationen und bereiten sie verständlich auf. Im Internet übernehmen die Nutzenden selbst diese Funktion und müssen nicht nur über die notwendige Filter-, sondern auch über Suchkompetenz verfügen. Bürger/innen sollten qualifizierte und relevante Informationen im Netz von irrelevanten unterscheiden und Suchmaschinen wie Google richtig bedienen können. Deshalb muss in der Bildungsarbeit auch vermittelt werden, dass Suchergebnisse beeinflussbar sind und dass nicht jede Quelle vertrauenswürdig ist.

Ähnlich wie im realen Leben bewegen Einzelkämpfer im Netz nur wenig. Die große Stärke des Web 2.0 ist die Möglichkeit, sich gemeinsam mit anderen und ohne zeitliche oder räumliche Grenzen zu einem Thema auszutauschen oder gar zusammen an einer Problemlösung zu arbeiten. Soziale Netzwerke wie Facebook oder Google+ ermöglichen das Einrichten von themen- oder interessenspezifischen Gruppen, in denen ein reger Austausch auch zu politisch und gesellschaftlich relevanten Themen stattfindet. Gerade in Kombination mit Präsenzveranstaltungen, die beispielsweise Initialzündung für das Einrichten einer Gruppe sein können, ist eine nachhaltige Auseinandersetzung mit dem Bildungsinhalt die Folge. Im Zentrum stehen dabei die Inhalte, das Web 2.0 ist nur das Werkzeug oder Vehikel des kooperativen Arbeitens. Zudem schult das gemeinsame Erarbeiten von Positionen auch die Fähigkeit, eigene Kritik zu formulieren und mit anderen einen Kompromiss zu finden. Werden die Arbeitsergebnisse beispielsweise im Rahmen eines Seminarblogs veröffentlicht, so wird diese Art der Partizipation nicht nur simuliert, sondern »Teil des

gesellschaftlichen Diskurses« (Brombach 2012). Dadurch kann eine neue Öffentlichkeit geschaffen werden.

Damit benötigen Bürger/innen auch Kompetenzen zur Ergebnispräsentation im Web 2.0. Ob auf einem Blog, einer Website oder in einem sozialen Netzwerk: Die Art der Präsentation muss den jeweils unterschiedlichen Rezeptionslogiken der Web-2.0-Plattformen angepasst sein. Statt einer Collage gilt es heute möglichst aktivierende Inhalte zu gestalten – sei es ein interaktiver Zeitstrahl oder animierte Grafiken, die nicht nur Informationen, sondern auch Aussagen transportieren.

Herausforderungen für die politische Bildung

Wer die partizipativen Möglichkeiten des Web 2.0 in der politischen Bildungsarbeit nutzen und vermitteln will, braucht zuallererst selbst die notwendigen Kompetenzen, um geeignete Formate und Inhalte zu konzipieren. Wer Blogs erstellen und redaktionell füllen möchte, wer Audio- und Videoaufnahmen in die Lernangebote einbetten will, der muss den Teilnehmenden die notwendigen Geräte zur Erarbeitung zur Verfügung stellen. Neuere Organisationsansätze wie »bring your own device« ermöglichen Teilnehmenden mit ihren eigenen Geräten wie z.B. Smartphones im Seminarkontext zu arbeiten. Dass dies gelingt, dazu tragen auch immer mehr browserbasierte Web-2.0-Werkzeuge bei, die keine Installation und Einrichtung auf dem jeweiligen Gerät voraussetzen. Hinzu kommen neue Gerätetypen wie Tablets, die deutlich einfacher zu bedienen sind als herkömmliche PCs, über permanente Online-Anbindung verfügen und kaum technische Kenntnisse bei den Teilnehmenden voraussetzen.

Für die politische Bildungsarbeit herausfordernd ist die rasante Entwicklung des Internets und des Web 2.0. Fast täglich erscheinen neue Programme

und Plattformen im Netz, im Gegenzug werden Dienste manchmal unmittelbar nach der Veröffentlichung wieder eingestellt. Für die politischen Bildner/innen kann das bedeuten, nicht nur nach Alternativen suchen zu müssen, sondern teilweise auch auf Lehr-/Lernangebote, die unter Umständen nur mit Hilfe bestimmter Web-2.0-Werkzeuge umsetzbar sind, zu verzichten. Politische Bildner/innen müssen Bildungs-inhalte also entsprechend offen und flexibel gestalten und die Relevanz und Potenziale neuer technischer Entwicklungen einzuschätzen wissen.

Politische Bildner/innen müssen Fähigkeiten entwickeln und sich entsprechendes Wissen aneignen, um den Bürger/inne/n einen reflektierten Umgang mit den neuen Medien vermitteln zu können. Nur wenn sie selbst täglich mit den digitalen Werkzeugen arbeiten, können sie sinnvolle Einsatzszenarien entwickeln. Sie müssen experimentierfreudig und flexibel sein, um sich auf unterschiedliche Voraussetzungen der Teilnehmenden einzustellen. Sie sollten aber auch begeistern können und Frustrationsphasen überwinden helfen. Als Projektmanager müssen sie coachen, aber auch Diskurse moderieren und Kompromisse organisieren können (vgl. Brombach 2012). Dazu wird nicht nur die inhaltliche, sondern auch die pädagogische Expertise benötigt.

Das Web 2.0 hat die Möglichkeiten der politischen und gesellschaftlichen Partizipation erweitert – das Diskutieren in Chat-Rooms und sozialen Netzwerken, das Schreiben von Beiträgen in politischen Blogs, das Zeichnen und Verfassen von Online-Petitionen oder das Gründen von politischen Foren (vgl. Ritzi/Schaal/Kaufmann 2012, S. 19). Bürger/innen können abseits von Wahlen und der Mitgliedschaft in Parteien partizipieren und mitgestalten. Aufgabe der politischen Bildung ist es, die Entwicklungen des Web 2.0 kritisch zu begleiten, aufbauend darauf neue Offline- und Online-Bildungsformate zu entwickeln und den Bürger/inne/n die

notwendigen Kompetenzen zur netzbasierten Partizipation zu vermitteln. Das kann im Seminarumfeld geschehen oder auch online, indem Bildungsangebote dort platziert werden, wo sich die Nutzenden aufhalten: beispielsweise in den sozialen Netzwerken. Hier müssen dialog-orientierte Bildungsangebote die Nutzenden nicht nur mit Inhalten erreichen, sondern sie aktiv in gesellschaftliche und politische Diskurse einbinden. Das ist Chance und Herausforderung zugleich. Gelingen kann dies, wenn sich die politische Bildung die Viralität der gesellschaftlichen und politischen Themen zu Nutze macht und den Dialog mit den Nutzenden sucht und organisiert. Bildungseinrichtungen wie Bildner/innen müssen hierbei innovativ und flexibel sein, Kontrollverluste akzeptieren und Partizipation nicht nur simulieren, sondern zulassen. Der Einsatz von Web-2.0-Werkzeugen sollte dabei nur Mittel zum Zweck, nicht der Zweck selbst sein.

Literatur

- Brombach, G. (2012): Welche Kompetenzen braucht politische Bildung 2.0? URL: <http://pb21.de/2012/08/welche-kompetenzen-braucht-politische-bildung-2-0/> (Stand: 15. Februar 2013)
- Eumann, M. J. (2012): Aus Betroffenen Beteiligte machen. In: Gräßer, L./Hagedorn, F. (Hg.): Soziale und politische Teilhabe im Netz? E-Partizipation als Herausforderung. Marl, S. 105–108
- Fisch, M./Gscheidle, Ch. (2008): Mitmachnetz Web 2.0: Rege Beteiligung nur in Communities. In: Media Perspektiven, H. 7, S. 356–364
- Initiative D21 e.V. (Hg.) (2011): Digitale Gesellschaft 2011. Die digitale Gesellschaft in Deutschland – Sechs Nutzertypen im Vergleich. München
- Initiative D21 e.V. (Hg.) (2012): (N)ONLINER Atlas. Basiszahlen für Deutschland. Eine Topographie des digitalen Grabens durch Deutschland. München
- Nanz, P./Fritzsche, M. (2012): Handbuch Bürgerbeteiligung. Verfahren und Akteure, Chancen und Grenzen. Bonn, S. 9–15
- Ritzi, C./Schaal, G./Kaufmann, V. (2012): Zwischen Ernst und Unterhaltung. Eine empirische Analyse der Motive politischer Aktivität junger Erwachsener im Internet. Hamburg

Vowe, G. (2012): Digital Citizens – Partizipation über und durch das Netz. In: Gräßer, L./Hagedorn, F. (Hg.): Soziale und politische Teilhabe im Netz? E-Partizipation als Herausforderung. Marl, S. 39–53

Wagner, U./Gerlicher, P./Brüggen, N. (2012): Partizipation im und mit dem Social Web – Herausforderungen für die politische Bildung. Expertise für die Bundeszentrale für politische Bildung. München

Abstract

Der Autor vertritt die These, dass das Web 2.0 neue Chancen der politischen Partizipation der Bürger/innen ermöglicht. Zu Beginn wird die Frage nach Zielgruppen gestellt. Die zu diesem Zweck unternommene empirische Betrachtung lässt erkennen, dass hinsichtlich der Nutzungsgewohnheiten zwischen »digital Souveränen« und »digitalen Außenseitern« zu unterscheiden ist. Gerade die zweitgenannte Gruppe steht im Fokus der politischen Bildungsarbeit, damit die zunehmend »digitalisierte Demokratie« nicht langfristig zu »Repräsentationsdefiziten« führt. Abschließend wird erörtert, welche Kompetenzen politische Bildner/innen mitbringen müssen, damit das Potenzial des Web 2.0 für die politische Bildungsarbeit erschlossen werden kann.



André Nagel ist Online-Redakteur und Social Media Manager bei der Bundeszentrale für politische Bildung.

Kontakt: andre.nagel@bpb.bund.de