

Politische Bildung und Neue Medien

Bericht der Transferstelle politische Bildung zum
Jahresthema 2015



Transferstelle
politische
Bildung



Impressum









Transferstelle politische Bildung
c/o Transfer für Bildung e. V.
Rellinghauser Straße 181
45136 Essen

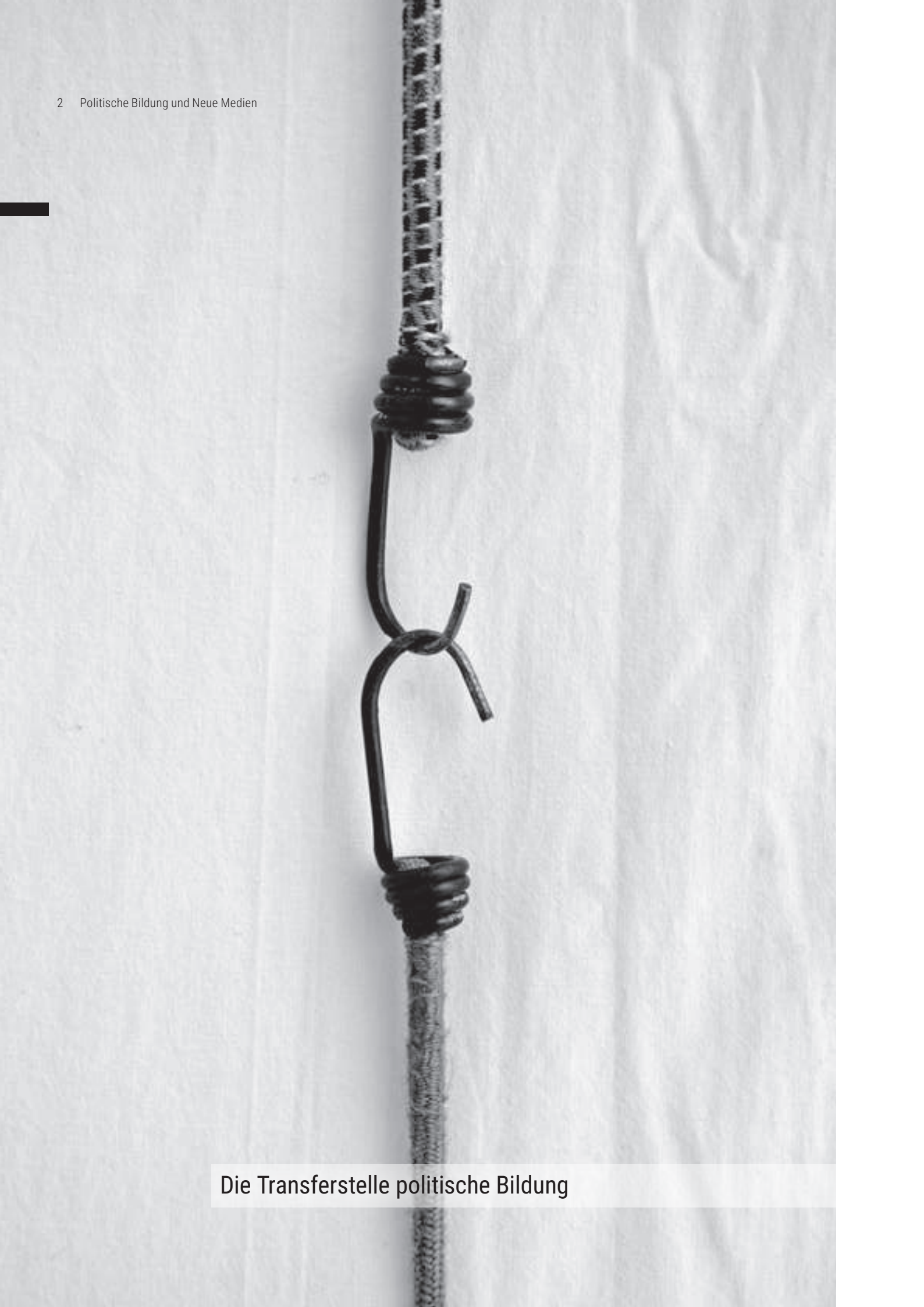
Telefon: 0201 85791454-0
Telefax: 0201 8965796

E-Mail: info@transfer-politische-bildung.de
Internet: www.transfer-politische-bildung.de
Facebook: <http://facebook.com/transferstellepolitischebildung>
Twitter: @Transfer_pB
YouTube: Transferstelle politische Bildung

Verantwortlich für den Inhalt: Dr. Helle Becker, Transferstelle politische Bildung

Inhalt

Die Transferstelle politische Bildung	3	
Warum Neue Medien?	5	
Neue Medien beforscht – Konsequenzen für die politische Bildung	7	
target=“_blank”? Politische Bildung in der digitalisierten Welt. Forschungsergebnisse und Perspektiven für die Praxis	23	
Jahrestagung der Transferstelle politische Bildung		
„Die Produktion von Video-Tutorials kann ein lohnender Prozess in der politischen Bildungsarbeit sein.“	29	
Interview mit Katrin Valentin		
„Es ist wichtig aus der Perspektive des Alltags der Jugendlichen zu denken.“	35	
Interview mit Nadia Kutscher		
„Die politische Bildung sollte aus ihrer Komfortzone herauskommen.“	39	
Interview mit Viktoria Spaiser		
Aktuelle Forschung auf einen Blick	43	



Die Transferstelle politische Bildung

Die Transferstelle politische Bildung

Die Transferstelle politische Bildung unterstützt mit ihrer Arbeit die Zusammenarbeit zwischen empirischer Forschung und der Praxis politischer Bildung. Sie will die Wahrnehmung und Nutzung der Forschungsergebnisse in der Praxis erhöhen, die Kommunikation zwischen Wissenschaft und Praxis verbessern und eine stärkere Berücksichtigung politischer Bildung innerhalb empirischer Forschung anregen.

Langfristig dient die Arbeit der Transferstelle der Professionalisierung und Weiterentwicklung der Praxis politischer Bildung und trägt dazu bei, deren Wahrnehmung und Stellenwert in Öffentlichkeit, Fachwelt und Politik zu stärken.

Anregungen für Professionalisierung und Qualitätsentwicklung

- Wir sammeln, sichten und dokumentieren (u. a. in Form einer Online-Datenbank) empirisch-wissenschaftliche Arbeiten zur politischen Bildung sowie angrenzender Fachgebiete, deren Ergebnisse für die Verbesserung und Weiterentwicklung politischer Bildungspraxis geeignet scheinen.
- Wir informieren über laufende Forschungen, über Wissenschaftler_innen, die zur politischen Bildung arbeiten, und über beforschte Praxisprojekte.
- Wir analysieren Forschungsergebnisse im Hinblick auf ihre Relevanz für die Praxis politischer Bildung und leiten Fragen, Schlussfolgerungen und Empfehlungen ab.
- Wir geben Anregungen für die Weiterentwicklung von Praxiskonzepten und für die Qualifizierung von politischer Bildner_innen.

Plattform für den Austausch von Forschung, Praxis, Unterstützer_innen und Politik

- Wir bieten mit diversen Veranstaltungs- und Informationsformaten eine Plattform für den Austausch und die Vernetzung von Praxis, Wissenschaft und Politik zu ausgewählten Themenbereichen.
- Wir geben Anregungen zur Entwicklung von (interdisziplinären) Forschungsfragen und Forschungsdesigns, damit wissenschaftliche Forschungsarbeiten stärker an die Praxis politischer Bildung anschließen.
- Wir beraten Praxis, Unterstützer_innen, Wissenschaft und Politik.

Die Transferstelle politische Bildung arbeitet eng mit Praxis, Unterstützer_innen, Wissenschaft und Politik zusammen. Die Arbeit der Transferstelle wird von einem Beirat sowie einem Expert_innenrat begleitet.

Träger der Transferstelle politische Bildung ist der Transfer für Bildung e. V. Die Transferstelle wird gefördert aus Mitteln der Bundeszentrale für politische Bildung/bpb.



Warum Neue Medien?

Warum Neue Medien?

Die Transferstelle politische Bildung bearbeitet neben ihrer laufenden Recherche-, Analyse und Kooperationsarbeit jedes Jahr ein Thema vertieft. Neue Medien sind ein wichtiges, wenn nicht unabdingbares Thema für die politische Bildung. Das Thema ist sehr weitläufig und so finden sich Untersuchungen in unterschiedlichen Wissenschaftsbereichen mit verschiedenen Perspektiven und Forschungsansätzen. Gleichzeitig besteht der Eindruck, dass Neue Medien zwar immer wieder thematisiert werden, aber noch lange nicht alle Praktiker_innen auch versiert im Umgang damit sind.



Neue Medien sind ein wichtiges, wenn nicht unabdingbares Thema für die politische Bildung.

Politische Bildungspraxis und Neue Medien

Dieser Umstand hat gute Gründe – beispielsweise eine kritisch-emanzipative Haltung gegenüber medialer Beeinflussung und einen ungeregelten, allzu häufig demagogischen öffentlichen Diskurs. Hinzu kommt die Erfahrung, dass sich die Face-to-Face-Kommunikation in Bildungsprozessen nicht ersetzen lässt und der Einsatz digitaler Medien nicht ausreichend didaktisch begründet wird oder sehr aufwändig erscheint. Aber es gibt auch andere Gründe wie lückenhaftes Wissen, z. B. über netzpolitische Zusammenhänge oder eine gewisse Verstörung gegenüber Veränderungen, die die Neuen Medien für das politische Handeln gebracht haben. Zudem gibt es auch ein Generationenproblem, fehlende mediale Kompetenzen sowie Fremdheit gegenüber einer Jugendkultur, für die das Netz einen selbstverständlichen Sozialraum darstellt.

Die Praxis politischer Bildung scheint sich im Bereich digitaler Medien in Spezialist_innen und Gelegenheitstäter_innen aufzuspalten. In der Jugendarbeit ist der Umgang verbreiteter als in der Erwachsenenbildung. Die Formate und Kommunikationsformen sind dort äußerst avanciert, aufwändig und häufig mit einer Sprache und Ästhetik verbunden, die für Menschen außerhalb der digitalen Community völlig unverständlich sind. Kurz: Von einer regelmäßigen und selbstverständlichen Thematisierung Neuer Medien als politischer Herausforderung kann ebenso wenig die Rede sein wie vom Einsatz Neuer Medien als selbstverständlichen und integralen Bestandteil von Politikunterricht und außerschulischen Angeboten.




Die Praxis spaltet sich in Spezialist_innen und Gelegenheitstäter_innen.

Forschung kann helfen

Die Beschäftigung mit der Forschung zum Thema Neue Medien kann für die Praxis politischer Bildung Aufschluss über Verbreitung und Nutzung in der Gesellschaft allgemein, aber auch in Bezug auf spezielle Zielgruppen bieten, um Angebote entsprechend planen zu können. Forschungsergebnisse zu den Veränderungen politischer Kommunikation können zudem die Inhalte politischer Bildungsarbeit erweitern. Nicht zuletzt liefern wissenschaftliche Erkenntnisse Einblicke in die Nutzung einzelner Tools und den neu gewonnenen Partizipationsmöglichkeiten durch das Netz.

Mit dieser Publikation wollen wir ausgewählte Ergebnisse unserer Arbeit aus dem Jahr 2015 für die Praxis politischer Bildung nutzbar machen und einen Überblick über aktuelle Forschungsergebnisse geben. Dafür haben wir einzelne Studien vergleichend analysiert. Außerdem möchten wir Forscherinnen in Form von drei Interviews zu Wort kommen lassen.



Neue Medien beforscht – Konsequenzen für die
politische Bildung

Neue Medien beforscht – Konsequenzen für die politische Bildung

- 2015 waren 20 Milliarden Geräte und Maschinen über das Internet vernetzt, 2030 werden es eine halbe Billion sein. (Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) (2015), Impulse für die Digitalisierung der deutschen Wirtschaft, <http://bit.ly/1Kq6SKy>)
- 51 Millionen Menschen in Deutschland haben ein Smartphone. (Bitkom (2016), <http://bit.ly/1TIHVZj>)
- 43 Prozent der deutschen Internetnutzer_innen nutzen soziale Netzwerke. (ARD/ZDF-Onlinestudie 2015 (2015), <http://bit.ly/1PiCAiF>)
- 73 Prozent aller Lehrer_innen befürworten eine Strategie „Digitales Lernen“. (BMWi, Strategie 2025, Kapitel „Digitale Bildung“, <http://bit.ly/1PkiXDB>)
- „Die gute Nachricht: Noch nie war Bildung so leicht zugänglich. Und noch nie hat Bildung so viel Spaß gemacht. Tablets im Unterricht, Webinare, virtuelle Workshops, Onlinekurse. Bildung ist oft nur einen Mausklick entfernt.“ (BMWi (2016): Digitalisierung und du. Wie sich unser Leben verändert, S. 8).



Alle Angaben aus der Broschüre: Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) (Hrsg.) (2016): Digitalisierung und du. Wie sich unser Leben verändert.

Die Transferstelle politische Bildung hat sich neben ihrer laufenden Recherche-, Analyse- und Kooperationsarbeit vorgenommen, jedes Jahr ein Thema vertieft zu bearbeiten. Dafür werden Erkenntnisse aus verschiedenen Wissenschaftsdisziplinen zu einem Themenschwerpunkt gesammelt, verglichen und auf ihre Relevanz für die Weiterentwicklung der politischen Bildungsarbeit geprüft. Die Einsichten und Erkenntnisse sollen die Praxis anregen, eventuell auch anleiten und sie hier und da auch absichern.

Das Thema „Neue Medien und politische Bildung“ war dabei eine Herausforderung. Nicht nur, weil aufgrund der notwendigen Aufbauarbeiten die Transferstelle in diesem Jahr nur sechs Monate Zeit dafür hatte, sondern auch, weil das gewählte Jahresthema sehr weitläufig ist, in verschiedenen Wissenschaftsdisziplinen behandelt wird und die Basis für gesicherte Aussagen insgesamt klein ist. Mit dem Optimismus, der vor allem aus dem letzten Zitat aus einer Broschüre des Bundeswirtschaftsministeriums spricht, kann die politische Bildung jedenfalls bisher nicht mithalten.



Das Thema „Neue Medien und politische Bildung“ war eine Herausforderung.

Was wurde analysiert?

Insgesamt wurden 53 Forschungsarbeiten von der Transferstelle politische Bildung dokumentiert und geprüft. Die Auswahl folgte dem grundlegenden Kriterium, wie direkt die Untersuchungen Erkenntnisse für die politische Bildungspraxis liefern und strategische, methodische oder didaktische Konsequenzen nahelegen. So wurden zunächst alle Studien analysiert, die sich explizit mit der Praxis schulischer oder außerschulischer politischer Jugend- oder Erwachsenenbildung befassten. In einem nächsten Schritt wurden empirische Forschungsarbeiten zur außerschulischen Jugend- und Erwachsenenbildung oder zum Schulunterricht allgemein gesichtet. Zwei weitere Schritte betrafen Forschungsarbeiten zum allgemeinen Nutzungsverhalten von Kindern, Jugendlichen und Erwachsenen – als reale oder potenzielle Teilnehmende von politischen Bildungsangeboten – sowie Untersuchungen zur politischen Kommunikation und zur politischen Partizipation mit digitalen Medien (als unmittelbarem Gegenstand bzw. Ziel politischer Bildung).



Insgesamt wurden 53 Forschungsarbeiten von der Transferstelle politische Bildung dokumentiert und geprüft.

Was nicht?

i Abhängig von den vorhandenen Ressourcen war die Entscheidung, Studien der letzten fünf Jahre zu recherchieren und zu sichten. Der Entschluss, nur die aktuellsten Arbeiten zu berücksichtigen, war sicherlich auch dadurch zu rechtfertigen, dass sich alle im Zusammenhang mit Digitalisierung untersuchten Sachverhalte rasant verändern – allein die Zahlen zur Nutzung digitaler Medien oder zu ihrem Einsatz in Unterricht und Workshops steigen quasi täglich. Aber wir haben Ausnahmen gemacht und Studien aufgenommen, die Forschungsfragen behandeln, die danach (bis 2015) kaum oder nicht mehr thematisiert wurden.

Es wurden Studien der letzten fünf Jahre recherchiert und gesichtet.

Ebenfalls aus Kapazitätsgründen wurden weitergehende empirische Forschungen zur Digitalisierung der Gesellschaft – Veränderungen der Arbeitswelt, „Industrie 4.0“, „Big Data“ oder globale Datenströme – nicht in die Untersuchung einbezogen. Wir haben bei der Auswahl versucht, Erkenntnisse, die Schlussfolgerungen für die Gestaltung der Praxis politischer Bildung nahelegen und solche, die den Gegenstandsbereich, also Themen und Inhalte, politischer Bildung betreffen, zu trennen. Das Problem der begrenzten Möglichkeiten und der Notwendigkeit einer Auswahl wird uns begleiten.

i Das Problem der begrenzten Möglichkeiten und der Notwendigkeit einer Auswahl wird uns begleiten.

Beim Thema Digitalisierung ist die Trennung besonders schwierig, denn mit dem Einsatz digitaler Medien in der politischen Bildung sind direkt auch netzpolitische Fragen betroffen. Markus Bechedahl, Netzaktivist und Key-Lecturer unserer Jahrestagung zum Thema „Politische Bildung in der digitalisierten Welt“, wies ausdrücklich darauf hin, dass für die Relevanz netzpolitischer Fragen ein Bewusstsein geschaffen werden müsse: „Viele denken immer noch, sie sind nicht davon betroffen. Aber die Regeln für die nächsten 10, 20 Jahre, die werden jetzt gemacht und das müssen mehr Menschen verstehen.“ Wir denken jedoch, dass unsere Auswahl ein guter Anfang ist, von dem aus wissenschaftliche Erkenntnisse methodische, didaktische wie inhaltliche Fragen beantworten oder weitere anregen können. Noch einmal Markus Bechedahl: „Es gibt eine ganze Menge Leuchtturmprojekte in der politischen Bildung und ich glaube, es könnten noch viel mehr werden. Denn das Rad muss nicht immer neu erfunden werden. Man kann viel weiterkommen, wenn man auf dem Wissen von anderen aufbaut und etwas weiterentwickelt.“

i Wir denken, dass unsere Auswahl ein guter Anfang ist, von dem aus wissenschaftliche Erkenntnisse methodische, didaktische wie inhaltliche Fragen beantworten können.

Welche Forschung gibt es?

Auch wenn wir keine Vollständigkeit beanspruchen können – sicher gibt es noch die eine oder andere Forschungsarbeit, auf die wir nicht gestoßen sind – haben wir umfassend recherchiert, so dass man einen Eindruck von der Dichte und Häufigkeit der Studien bekommen kann.

i Die Bandbreite der Forschungsarbeiten, der Forschungsinteressen, Forschungsgegenstände und Forschungsmethoden, ist groß. Neben repräsentativen Bevölkerungsbefragungen (Bitkom 2013, 2014, 2015 oder Deutsches Institut für Vertrauen und Sicherheit im Internet (DIVSI) 2013, 2014, 2015) gibt es Studien zu sehr speziellen Forschungsfragen, beispielsweise zu einzelnen Tools wie dem Wahl-O-Mat (Marschall 2011), zur Nutzung der E-Petitionsplattform des Deutschen Bundestages (Schmidt/Johnsen 2014) oder zu Serious Games im Politikunterricht (Motyka 2012).

Die thematische und methodische Bandbreite der Forschungsarbeiten ist groß.

Es lassen sich unter den 53 analysierten Studien, die meisten aus den Jahren 2010 bis 2015, drei Gruppen ausmachen:

- Forschung zum Einsatz digitaler Medien im Bildungsbereich: Hier liegen fünf Arbeiten zur schulischen und außerschulischen politischen Bildung und sieben zur schulischen Bildung vor. Die allgemeine, vor allem die politische, Erwachsenenbildung ist bisher ein weißer Fleck. Die drei Untersuchungen zur außerschulischen Erwachsenenbildung betreffen vor allem die berufliche Bildung (insgesamt 15).
- Vergleichsweise gut beforscht ist das Nutzungsverhalten, hier gibt es acht aktuelle Studien zu Erwachsenen und 13 zu Kindern bzw. Jugendlichen (insgesamt 21).
- Mit insgesamt 27 Forschungsarbeiten zu Veränderungen der politischen Kommunikation (17) und politischer Partizipationsmöglichkeiten mit Neuen Medien (10) wurde dieser Bereich in den letzten fünf Jahren am häufigsten beforscht.

Im Folgenden stellen wir Ergebnisse aus ausgewählten Forschungsarbeiten vor und ziehen Schlussfolgerungen für die politische Bildung. Die bibliographischen Angaben zu allen 53 Arbeiten befinden sich jeweils mit einem Kurzkomentar im Anhang dieser Broschüre sowie auf unserer Homepage: www.transfer-politische-bildung.de. Hier können Sie auch die Mehrzahl der aufgelisteten Studien direkt oder über einen Link als PDF herunterladen.

i Angaben und ein Kurzkomentar zu allen 53 Arbeiten befinden sich im Anhang dieser Broschüre sowie auf unserer Homepage: www.transfer-politische-bildung.de.

Neue Medien verändern die politische Bildung

Die Art und Häufigkeit, wie Menschen digitale Medien in ihrem Alltag nutzen, hat Auswirkungen in Bezug auf ihr Informationsverhalten, ihre Wahrnehmung und ihre Kommunikationsweisen. Mit den sogenannten „Neuen“ Medien hat sich eine öffentliche, halböffentliche und private Sphäre eröffnet, in der sich die Weitergabe politischer Informationen, Meinungs Austausch und Meinungsbildung vollzieht, in der politische Aktivierung möglich ist und sich politische Entscheidungen vorbereiten, in der doziert, indoktriniert und gelernt wird. Über digitale Medien wird nicht nur rezipiert, sondern Rezipient_innen oder Konsument_innen können zu Produzierenden werden, zu „Prosumern“, die selbst und direkt „mitmischen“. Politische Bildner_innen, ob in der Schule oder im außerschulischen Bereich, haben längst die Erfahrung gemacht, dass sich damit auch die politische Bildung verändern muss.

i Politische Bildung muss sich verändern.

Nutzung digitaler Medien von Erwachsenen, Kindern und Jugendlichen

Aber wie sieht das Nutzungsverhalten der Bevölkerung denn nun aus? Breite Bevölkerungsstudien geben vor allem einen Überblick über die Nutzung und Verbreitung von Neuen Medien bei Erwachsenen. Dabei beziehen allerdings einige Studien auch Jugendliche ab 14 Jahren in ihre Analyse ein. Die Unterscheidung in Erwachsene und Jugendliche ist also hier, wie häufig bei Bevölkerungsstudien, nicht trennscharf. Für die politische Bildung können diese Studien Aufschluss darüber geben, wie und in welchem Ausmaß Neue Medien genutzt werden. Sie geben einen Überblick, welche Anwendungen genutzt werden und zu welchem Zweck Erwachsene das Internet nutzen. Viele der Studien untersuchen hierbei auch Unterschiede nach Alter, Geschlecht und Bildungshintergrund.

i Fast alle 14- bis 49-Jährigen gehen online.

Im Auftrag der ARD/ZDF-Medienkommission wird schon seit 1997 eine jährliche Befragung zur Onlinenutzung durchgeführt (Frees/Koch 2015). Im Jahr 2015 nutzten 79,5 Prozent der Gesamtbevölkerung ab 14 Jahren in Deutschland das Internet. Dabei ging die Gruppe der 14- bis 49-Jährigen fast vollständig online. Wachstumsraten bei der Internetnutzung sieht die Studie daher vor allem bei älteren Erwachsenen.

i Über die Hälfte der deutschen Bevölkerung ist täglich durchschnittlich 108 Minuten online.

Noch wichtiger als die Möglichkeit, online zu gehen, ist die tatsächliche Nutzungsintensität. 63 Prozent der Bevölkerung geht täglich ins Netz, durchschnittlich 108 Minuten. Es gibt eine besondere Intensität bei Nutzer_innen, die über einen mobilen Zugang haben, also zum Beispiel über ein Smartphone. Dann erhöht sich die Nutzungsdauer auf 158 Minuten. Laut Bitkom-Erhebung aus dem Jahr 2015 haben immerhin 52 Millionen Menschen in Deutschland ein Smartphone (Bitkom, <http://bit.ly/1TIHVZj>), man kann also davon ausgehen, dass der Online-Zugang eher der Normal- als der Ausnahmefall ist. Die meiste Zeit wird im Internet für Kommunikation, also E-Mails, SMS, What's-App-Nachrichten etc. genutzt, gefolgt von der Suche nach Informationen und Medieninhalten wie Videos oder Podcasts.

Kinder und Jugendliche sind gut ausgestattet

Ganz besonders gut beforscht ist die Nutzung Neuer Medien durch Kinder und Jugendliche. Hierbei unterscheiden einige Studien zwischen Kindern und Jugendlichen, andere nehmen eine solche Unterteilung nicht vor. Die Studien zeigen, welche Geräte Kinder und Jugendliche besitzen, wie sie diese nutzen und welchen Aktivitäten sie im Internet nachgehen.

i 88 Prozent der Jugendlichen besitzen ein eigenes Smartphone, 76 Prozent einen eigenen PC oder Laptop.

Die Bitkom-Studie zählte bereits in der allgemeinen Bevölkerungsstudie die 14-Jährigen zu der Gruppe, die zu fast 100 Prozent einen Onlinezugang haben. Die „JIM-Studie“ des Medienpädagogischen Forschungsverbunds Südwest, die seit 1998 jährlich den Umgang 12- bis 19-jähriger Jugendlicher mit Informationen und Medien untersucht, kommt 2014 auf 88 Prozent Jugendliche, die ein eigenes Smartphone, 76 Prozent einen eigenen PC oder Laptop besitzen.

i 50 Prozent der Kinder ab sechs Jahren besitzen ein Handy oder Smartphone, 21 Prozent einen PC oder Laptop.

Und es geht noch jünger: Das legt zumindest die „KIM-Studie“ (Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (Hrsg.) 2014) nahe, die seit 1999 regelmäßig 1.200 Kinder zwischen 6 und 13 Jahren und deren Mütter nach dem Stellenwert der Medien im Alltag von Kindern befragt. Aus der Studie aus dem Jahr 2014 geht hervor, dass fast jedes zweite Kind ein Handy oder Smartphone besitzt, 21 Prozent besitzen bereits einen PC oder Laptop. 30 Prozent der Kinder haben Kontakt mit PCs in der Schule. 76 Prozent haben schon einmal ein Handy oder einen Laptop benutzt.

i Der Umgang mit digitalen Medien scheint mit dem Alter produktiver zu werden.

Einen großen Altersbogen schlägt die Studie „Jung und Vernetzt“ von Bitkom aus dem Jahr 2014. Hierfür wurden das Nutzungsverhalten und die Erfahrungen im Web von 6- bis 18-jährigen Kindern und Jugendlichen erfragt. Die Studie erlaubt damit einen direkten Vergleich der verschiedenen Altersstufen. So steigt die Dauer der Internetnutzung mit wachsendem Alter von 11 Minuten bei 6- bis 7-Jährigen auf 115 Minuten bei 16- bis 18-Jährigen. Diese Altersgruppe liegt damit bereits über dem Durchschnitt der 14- bis 49-Jährigen, für die in der Studie von Frees/Koch aus dem Jahr 2015 durchschnittlich eine 108-minütige tägliche Internetnutzung ermittelt wurde. Der Umgang mit digitalen Medien scheint mit dem Alter nicht nur häufiger, sondern auch produktiver zu werden. Von den 16- bis 18-Jährigen können 26 Prozent eigene Websites erstellen, 24 Prozent sogar programmieren.

Kurz: Schulische politische Bildung und die politische Jugendbildung – langfristig auch die Erwachsenenbildung – müssen damit rechnen, dass für ihre Zielgruppe der Umgang mit digitalen Medien selbstverständlich ist.

Was bietet das Internet?

Was bietet das Internet oder besser: Was wird im Internet be- und gesucht? Fangen wir mit den Kleinsten an: Laut KIM-Studie suchen bereits 71 Prozent der 6- bis 13-Jährigen einmal pro Woche nach Informationen in Suchmaschinen, 48 Prozent besuchen einmal pro Woche oder häufiger soziale Netzwerke. Besonders wichtig sind aber auch PC- oder Konsolenspiele: 62 Prozent der Kinder ab sechs Jahren spielen sie wöchentlich. Dies bleibt auch in etwa so, laut JIM-Studie sind es unter den Jugendlichen 69 Prozent, die regelmäßig Spiele auf dem PC oder Smartphone spielen.

Kinder und Jugendliche, so die Studie „Jung und Vernetzt“, nutzen zu 75 Prozent das Internet, um Filme und Videos online anzuschauen. 55 Prozent der Internetnutzung betrifft Online-Spiele. Kinder nähern sich dem Internet eher über die Mediennutzung, zum Beispiel über Videos und Musik. Bei Jugendlichen zwischen 16 und 18 Jahren wird die Internetnutzung vielfältiger, so teilen sie zu 72 Prozent Informationen im Internet. 53 Prozent gilt der Suche nach Informationen zu den Hobbys der Kinder und Jugendlichen. Für 81 Prozent der Jugendlichen zwischen 16 und 18 Jahren ist noch immer das Fernsehen die wichtigste Informationsquelle, für 63 Prozent aber auch die sozialen Netzwerke. Die Themen, mit denen sich die Jugendlichen am meisten in den digitalen Medien beschäftigen, sind Krieg, Umwelt/Klima/Natur, Ausbildung/Bildung/Beruf, Kinder-/Jugend-/Menschenrechte sowie Schutz vor Kriminalität und Gewalt (siehe Wagner/Gebel 2014).

Und wie informieren sich Bürger_innen über Politik? Das Web ist neben dem Fernsehen zur wichtigsten Quelle für politische Informationen geworden. Die repräsentative Untersuchung „Bitkom: Demokratie 3.0“ (Bitkom 2013) zeigt auf, dass sich zwar immer noch 91 Prozent der Gesamtbevölkerung überwiegend im Fernsehen über Politik informieren, aber bereits 60 Prozent dafür das Internet nutzen. Sie informieren sich auch hier zu 84 Prozent über die „klassischen“ Medien, also Online-Ausgaben von Zeitungen oder Fernsehsendern. Nur eine Minderheit nutzt die Online-Angebote von Parteien, Politiker_innen und Ministerien.

Viktoria Spaiser ermittelte 2013, dass 76,3 Prozent der befragten Jugendlichen das Internet mehrmals im Monat, 56,9 Prozent mehrmals in der Woche oder täglich als Nachrichtenquelle für politische Informationen nutzten. „Nur 6,5 der Befragten haben das Internet noch nie dazu genutzt, um politische und gesellschaftliche Informationen einzuholen.“ (Spaiser 2013, S. 182). Erstaunlicherweise vertrauen aber Jugendliche laut der JIM-Studie (Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest 2014) am ehesten, nämlich zu 40 Prozent, der Berichterstattung in der Tageszeitung und am wenigsten der Internetberichterstattung, die nur 17 Prozent für zuverlässig halten. Das führt allerdings nicht dazu, dass sie tatsächlich Zeitung lesen – 42 Prozent geben an, dass sie ihr Weltwissen und Informationen über andere Länder aus dem Internet beziehen. Ein anderes Bild ergibt sich mit Blick auf die Kommunikation in sozialen Netzwerken, speziell bei Facebook. Hohmann/Faas 2014 haben mit einer Bevölkerungsumfrage aus den Jahren 2011 und 2012 die Nutzung sozialer Online-Netzwerke als neue Quelle politischer Information untersucht. Danach ist die Kommunikation über Facebook in weiten Teilen unpolitisch. Zwar gab nur ein Viertel der Facebooknutzer_innen an, dort niemals politische Beiträge zu sehen. Aber 35 Prozent der Befragten berichten von „sehr wenigen“ und weitere 30 Prozent von „eher we-



Schulische politische Bildung und die politische Jugendbildung müssen damit rechnen, dass für ihre Zielgruppe der Umgang mit digitalen Medien selbstverständlich ist.



Bereits 71 Prozent der Kinder suchen einmal pro Woche nach Informationen in Suchmaschinen.



60 Prozent der Erwachsenen und 76,3 Prozent der Jugendlichen nutzten das Internet als Nachrichtenquelle für politische Informationen.



Nur eine Minderheit nutzt die Online-Angebote von Parteien, Politiker_innen und Ministerien.

nigen“ politischen Facebook-Einträgen. Es gab nur eine kleine Minderheit von rund elf Prozent der Nutzer, die selbst „eher“ oder „sehr viel“ über Politik postet. Dabei geht mit einer höheren formalen Bildung der Facebooknutzer_innen einher, dass diese häufiger politische Beiträge anderer wahrnehmen. Auf das eigene Posten politischer Beiträge oder auf die Zahl politischer Likes wirkt sich dagegen der formale Bildungsgrad nicht aus. Der stärkste Faktor ist das politische Interesse. Je interessierter die Menschen sind, desto eher rezipieren sie politische Informationen auf Facebook und desto eher sind sie auch selbst politisch aktiv. Bedenkt man, dass Facebook eher von jüngeren Nutzer_innen und von Personen mit formal niedriger Bildung genutzt wird, öffnen soziale Online-Netzwerke einen Spalt für politische Akteure, um mit einer Zielgruppe in Kontakt zu treten, die generell für Politik und klassische Massenmedien als schwer erreichbar gilt.

Schlussfolgerung 1: Die aktive Informationssuche ebenso wie die Weitergabe von Informationen und Hinweisen auf interessante Themen und Angebote erfolgt immer mehr und oft ausschließlich über das Internet. Politische Bildung, die in Kommunikation mit den Bürger_innen bleiben will, muss wissen, was diese rezipieren, wie sie sich austauschen und wie Meinungsbildung (und Meinungsmache) entstehen. Netzöffentlichkeit und netzpolitische Fragen dürfen sich nicht hinter ihrem Rücken abspielen, sondern gehören auf die alltägliche Wahrnehmungs-Agenda schulischer und außerschulischer politischer Jugend- und Erwachsenenbildung.

Schlussfolgerung 2: Politische Bildung muss davon ausgehen, dass sich die Information und Kommunikation über Politik zu weiten Teilen ins Netz verlagert hat und sich dadurch auch künftig deutlich verändert. Das Web entwickelt sich zudem mehr und mehr zu einer Plattform des politischen Austauschs, der politischen Meinungsbildung und der Partizipation an politischen Entscheidungsprozessen. Politische Bildung muss „das Netz“ und netzpolitische Fragen vermehrt zum Thema ihrer Bildungsangebote machen.

Schlussfolgerung 3: Wo politische Bildung Zugänge zu Angeboten schaffen, Kommunikation anregen und Diskussionsräume eröffnen will, muss sie sich dort hinbegeben, wo die (jüngeren und älteren) Bürger_innen sind – ins Netz. Hierzu wird es nicht mehr reichen, über Homepage oder Facebook zu werben, sondern es müssen neue Formen der Kommunikation erprobt werden, die jenseits des Seminarraums den (kritischen) Grundsätzen politischer Bildung genügen.

Schlussfolgerung 4: In diesem Zusammenhang sollte es eine (neuerliche) Reflexion des „Beutelsbacher Konsens“ geben, dies war eine Schlussfolgerung auf der Jahrestagung. Quer durch die thematischen Dialogrunden wurde die Sorge formuliert, dass die „Entgrenzung“ des Bildungsraums – im wörtlichen wie im übertragbaren Sinn – mit einem „Kontrollverlust“ über die pädagogische/didaktische Situation einhergehen kann. Ungewollte „Überwältigung“ durch unbeachtete mediale Einflüsse ist ebenso zu berücksichtigen wie die (ggf. ungewollte) Veröffentlichung privater oder gruppeninterner Kommunikation. Politische Bildung sollte darüber nachdenken, wie sie mit dem geplanten oder unbeabsichtigten Einsatz digitaler Medien „geschützte Räume“ neu definieren oder schaffen kann.

Der „digital gap“ – Nicht alle können online

Auch wenn sich die Befunde der einschlägigen Studien nicht so lesen – es gibt deutliche Unterschiede im Nutzungsverhalten verschiedener Bevölkerungsgruppen. Gut erforscht wurden diese – besonders bei Kindern und Jugendlichen – anhand des Milieuansatzes durch drei Studien des Deutschen Instituts für Vertrauen und Sicherheit im Internet (DIVSI 2012, 2014, 2015).

Die Studie des Deutschen Instituts für Vertrauen und Sicherheit im Internet aus dem Jahr 2015 (DIVSI 2015) beschäftigt sich mit der digitalen Sozialisation von 3- bis 8-jährigen Kindern. Sie zeigt auf, dass nicht alle Kinder „Digital Natives“ sind. Es kommt hierbei auf das Milieu an, in dem die Kinder aufwachsen – vorherrschende soziale Ungleichheiten reproduzieren sich beim Umgang mit digitalen Medien. Das fängt beim Spielen an: Alle Kinder spielen laut Studie gern, aber was sie spielen unterscheidet sich nach dem Bildungshintergrund der Eltern. Je nach Milieu nutzen die Kinder zum Beispiel eher Lernspiele oder Unterhaltungsspiele.

Die Ergebnisse der Untersuchung über das Internetverhalten von 9- bis 24-Jährigen 2014 (DIVSI 2014) zeigt, wie sich die Unterschiede fortsetzen. Von den befragten Jugendlichen wurde das Internet vorrangig für die Kommunikation und Unterhaltung genutzt. Eher formal höher gebildete Jugendliche nutzen das Internet auch zu Informations- und Bildungszwecken.

Unterschiede zeigen sich in vielerlei Hinsicht, auch im Umgang mit Sicherheits- und Datenschutzfragen. Die Studie des Deutschen Instituts für Vertrauen und Sicherheit im Internet aus dem Jahr 2012 (DIVSI 2012) stellt fest, dass 39 Prozent der Bevölkerung sich mit dem Thema Sicherheit im Internet überfordert fühlen, wobei diese Unsicherheiten wieder je nach Milieu unterschiedlich sind. Das gilt auch für viele Jugendliche, wie die DIVSI-Jugendstudie von 2014 zeigt. Die Jugendlichen weisen zwar ein ausdifferenziertes Risikobewusstsein auf – so geben 78 Prozent der Jugendlichen an, dass man als Facebooknutzer_in damit rechnen müsse, dass Daten weitergegeben werden –, das hat aber wenig Einfluss auf ihr tatsächliches Alltagsverhalten im Netz. Dieses widersprüchliche Verhalten lässt sich auch bei Erwachsenen beobachten. Die meisten Nutzer_innen sind besorgt, eigene Daten preiszugeben und offenbaren diese trotzdem im Netz (siehe u. a. Schenk/Jers/Gölz 2013).

i Formal höher gebildete Jugendliche nutzen das Internet eher auch zu Informations- und Bildungszwecken.

i 78 Prozent der Jugendlichen gehen davon aus, dass Facebook ihre Daten weitergibt.





Der Umgang mit dem Netz
ist milieuhabhängig.

Das Deutsche Institut für Vertrauen und Sicherheit im Internet hat ein Modell mit sieben „Internet-Milieus zu Vertrauen und Sicherheit im Internet“ entworfen, die sich auch gut für eine allgemeine Klassifizierung des Umgangs mit dem Netz eignen.

Die Studien unterscheiden:

- „Digital Outsiders“, das sind a) Internet-Gelegenheitsnutzer_innen bzw. Offliner_innen, die ein Bedürfnis nach Kontroll- bzw. Schutzmechanismen haben, sogenannte „internetferne Verunsicherte“; b) diejenige Gruppe aus dem „bürgerlichen Mainstream“, bei dem die defensive und vorsichtige Internetnutzung überwiegt, sogenannte „ordnungsfordernde Internet-Laien“, treffen vor allem die berufliche Bildung (insgesamt 15).
- „Digital Immigrants“, das sind a) selektive Internetnutzer_innen, die eine verantwortungsorientierte Grundhaltung gegenüber digitalem Fortschritt aufweisen, sogenannte „verantwortungsbedachte Etablierte“ und b) User_innen, die das Internet zielorientiert nutzen und eine kritische Einstellung zu kommerziellen Strukturen haben, sogenannte „postmaterielle Skeptiker_innen“;
- „Digital Natives“ unterteilen sich in a) „unbekümmerte Hedonist_innen“, die das Internet spaßorientiert und nicht sensibilisiert für Risiken nutzen, b) „effizienzorientierte Performer_innen“ Internet-Profis, die leistungsorientiert sind und sich an Nutzen bzw. Komfort orientieren, und c) die „Digital Souveränen“, die eine ausgeprägte individualistische Grundhaltung haben und zur digitalen „Avantgarde“ gehören.

Quelle: <http://bit.ly/KsX37S>

Auch das „Internet-Selbstbild“ ist abhängig von sozialen Faktoren und vom Alter. Jugendliche schreiben sich im Gegensatz zur ihren Eltern und Lehrkräften schon früh eine höhere Internetkompetenz zu. Sie suchen daher oftmals auch Rat zum Umgang mit digitalen Medien bei Gleichaltrigen. Aber auch hier sehen sich Jugendliche und junge Erwachsene mit einem formal geringeren Bildungsgrad weniger souverän und sicher im Umgang mit dem Internet. Diese Haltung könnte auch eine Folge ihrer Medien-Sozialisation sein. Denn es glauben zwar 65 Prozent der Eltern, dass Kinder den Umgang mit Neuen Medien von klein auf lernen müssen, in Familien mit geringem formalem Bildungsgrad wird sogar mehr Zeit mit digitalen Medien verbracht, aber gleichzeitig glauben diese Eltern eher, dass Kinder wenig Anleitung brauchen (siehe DIVSI 2015).



Nicht alle „Jüngeren“ fühlen
sich kompetent im Umgang
mit digitalen Medien.

Für die politische Bildung gilt also: Nicht alle „Jüngeren“ fühlen sich kompetent im Umgang mit digitalen Medien und nicht alle gehen in gleicher Weise souverän und reflektiert damit um.



Es gibt Fortbildungsbedarf
bei politischen Bildner_innen
und Lehrkräften.

Schlussfolgerung 5: Gerade Kinder und Jugendliche glauben, Erwachsene in ihrer Internetkompetenz überlegen zu sein – und sie sind es oft auch. Will man sich hier „auf Augenhöhe“ begegnen, glaubwürdig und überzeugend sein, müssen politische Bildner_innen, die digitale Medien als Thema politischer Bildung wählen oder als Methode anwenden, eine eigene hohe Kompetenz besitzen. Auch wenn sie externes Knowhow hinzuziehen, sollten sie in der Lage sein, die Qualität dieses Knowhows zu beurteilen und didaktische Prozesse weiterhin steuern können. Kurz: Ohne eigenes Wissen und Können geht es nicht. Die Diskussionen während unserer Jahrestagung zeigten, dass es hier viel Fortbildungsbedarf, vor allem bei Lehrkräften, gibt.

Schlussfolgerung 6: Auch wenn (fast) alle Kinder und Jugendlichen und die Mehrheit der Erwachsenen Erfahrungen mit digitalen Medien haben – das Informations- und Kommunikati-

onsverhalten, die Inhalte, die rezipiert werden, und der Umgang mit eigenen Inhalten sind von Gruppe zu Gruppe verschieden. Je nach Bildungsangebot oder Unterricht lohnt sich ein Blick in die Studien, die hierzu differenzierende Kriterien, wie bei den vorgestellten Internet-Milieus, an die Hand geben.

Web 2.0 und politische Partizipation im Internet

Die wirkliche, wenn auch nicht mehr ganz so neue Besonderheit digitaler Medien ist neben der Möglichkeit einer zeitgleichen Kommunikation über jede Entfernung hinweg die Reziprozität der Kommunikation. Die Möglichkeit der Rezipierenden also, zu reagieren oder Kommunikationsangebote selbst zu inszenieren. Diese Möglichkeit, zusammengefasst unter dem Stichwort „Web 2.0“, macht das Internet auch für Menschen mit geringem technischem Verständnis zu einer produktiv nutzbaren öffentlichen Plattform.

Die neue Öffentlichkeit im Web 2.0 hat erheblichen Einfluss auf die Wahrnehmung von Politik und auf politische Beteiligung. Das Internet bietet vielfältige Möglichkeiten zur politischen Partizipation, sowohl im Sinne von „Teilhabe und Information“, als auch im Sinne politischer Einflussnahme auf die öffentliche Meinung oder auch auf politische Entscheidungen. Unterschiedliche Studien beschäftigen sich damit, wie sich Bürger_innen im Internet über Politik informieren, welche Formen der Partizipation genutzt werden und geben einen Überblick über Möglichkeiten und Gelingensbedingungen echter Einflussnahme. Zudem informieren die Studien häufig auch über Veränderungen in der Form der Kommunikation. Für die politische Bildung geben diese Studien Aufschluss darüber, welche Angebote es gibt und welche Personengruppen bereits aktiv im Internet partizipieren, nicht zuletzt, da die meisten Studien nachweisen, dass der Einfluss von Alter und Bildungshintergrund auf die politische Partizipation im Internet groß ist und so Ungleichheiten reproduziert werden können.

Das Bewusstsein der Bevölkerung dafür, dass und wie die Nutzung des Internets für die Wahrnehmung und die Gestaltung von Politik relevant sein kann, ist hoch. Nach der Bitkom-Studie „Demokratie 3.0“ aus dem Jahr 2013 glauben 37 Prozent, dass die Internetnutzung von Parteien und Politiker_innen wahlentscheidend sein kann. 75 Prozent sehen das Internet als Möglichkeit, in einen direkten Dialog mit Politiker_innen zu kommen. 55 Prozent können sich sogar vorstellen online wählen zu gehen. Gleichzeitig haben 54 Prozent ein geringes Vertrauen in die Internetkompetenz von Parteien (Bitkom 2013) – entsprechend nutzt nur eine Minderheit die Online-Angebote von Parteien, Politiker_innen und Ministerien (Bitkom 2013). Übrigens wünschen sich die Bürger_innen zu 95 Prozent, dass sich die Bundesregierung mehr um die Themen Datenschutz und Cyberkriminalität kümmert (siehe Bitkom 2013). 44 Prozent der Bevölkerung ist daran interessiert, sich im Internet politisch zu beteiligen. 41 Prozent waren auch schon politisch aktiv, bei den Jüngeren sind es 55 Prozent (Bitkom 2013).

Vergleichsweise konkret untersucht ist das Verhalten von Jugendlichen. In mehreren Studien (Wagner/Gebel 2014, Spaier 2013, Kutscher 2015) geht es unter anderem darum, wie sich Jugendliche im Internet Informationen über Politik aneignen, welche politischen Interessen sie haben und wie und ob sie im Internet politisch partizipieren.

In der Studie von Wagner/Gebel 2014 werden die Unterschiede in der Nutzung verschiedener Formate, bei denen eigene Beteiligung gefragt ist, thematisiert. Formal niedrig gebildete Jugend-

i

Die neue Öffentlichkeit hat erheblichen Einfluss auf die Wahrnehmung von Politik und auf politische Beteiligung.

i

Der Einfluss von Alter und Bildungshintergrund auf die politische Partizipation im Internet ist groß und Ungleichheiten werden reproduziert.

i

44 Prozent der Bevölkerung ist daran interessiert, sich im Internet politisch zu beteiligen, 41 Prozent waren schon politisch aktiv.

liche sind stärker in Online-Communitys, Blogs oder auf Videoportalen wie YouTube aktiv, wenn es darum geht, Informationen oder Kommentare zu einem gewählten, gesellschaftlich relevanten Thema zu weiterzugeben. „Für das Chatten, das Versenden von Twitter-Nachrichten und das Verfassen von Foren-Beiträgen lassen sich in Bezug auf den Bildungsgang jedoch keine Unterschiede nachweisen.“ (Wagner/Gebel 2014, S. 103). Jugendlichen mit Migrationshintergrund ist es dabei besonders wichtig, möglichst viele Menschen mit ihren Beiträgen zu erreichen und Personen zu informieren, die ein besonderes Interesse an ihrem Thema haben. Politisch interessierte Jugendliche sind bei der themenbezogenen Nutzung aktiver, sie nutzen zum Beispiel viele unterschiedliche Online-Strukturen und verweisen häufig auf die sie interessierenden Inhalte. In Bezug auf ihre politische Beteiligung engagieren sich die befragten Jugendlichen besonders häufig, wenn nur wenig Eigeninitiative oder Aktivität verlangt wird, beispielsweise wenn es darum geht, einer Gruppe in einer Community oder Online-Diskussion beizutreten. Abgesehen vom Alter und vom Migrationshintergrund gibt es für die aktive Beteiligung weitere förderliche oder hinderliche Faktoren. Die Partizipationsstudie des Alexander von Humboldt Instituts für Internet und Gesellschaft aus dem Jahr 2014 zeigt wenig überraschend, dass 18- bis 36-jährige Internetnutzer_innen mit Hochschulabschluss am häufigsten im Netz politische Partizipationsangebote nutzen. Online-Petitionen stehen dabei bei den meisten Studien an der Spitze (siehe auch Schenk/Jers/Gölz 2013).

Viktoria Spaier kommt in einer Untersuchung mit Jugendlichen, die zum Zeitpunkt der Befragung die 9., 10. oder 11. Klasse aller Schultypen besuchten, zu erstaunlich hohen Beteiligungszahlen. Insgesamt gab 79,3 Prozent der befragten Jugendlichen an, das Internet schon einmal politisch genutzt zu haben. Jugendliche mit Migrationshintergrund nutzten das Internet häufiger in politischen Kontexten als Jugendliche ohne Migrationshintergrund. Bei Jugendlichen ohne Migrationshintergrund, die das Internet politisch nutzen, standen vor allem Themen wie Internetfreiheit, Datenschutz und Bürger_innenrechte im Vordergrund, während sich Jugendliche mit Migrationshintergrund überwiegend für die eigene Migrant_innengruppe im Internet engagierten (Spaier 2013). Über ein Viertel (28,6 Prozent) der befragten Jugendlichen hatte schon einmal an einer Online-Petition teilgenommen, 20,3 Prozent an einer Email-Protest-Kampagne.

Mit steigender Anzahl genutzter Partizipationsformen steigen Kreativität und Selbstwirksamkeitserwartungen der Nutzer_innen (Alexander von Humboldt Institut für Internet und Gesellschaft 2014). Auch Spaier zeigt, dass Jugendliche das Internet dann häufiger politisch nutzen, wenn sie glauben, dadurch etwas erreichen zu können. Zudem hat ihre Internetkompetenz einen großen Einfluss darauf, ob und wie das Internet politisch genutzt wird (Spaier 2013). Auch nach Schenk/Jers/Gölz 2013 haben die Selbstwirksamkeitserwartungen einen Einfluss darauf, in welchem Ausmaß das Web 2.0 genutzt wird – je mehr eine Wirkung erwartet wird, umso wahrscheinlicher wird die Nutzung. Es ist also eine deutliche Wechselwirkung auszumachen. Auf den Zusammenhang von Selbstwirksamkeitserfahrungen und Beteiligung geht auch Gerhard Vowe ein, der in einer Langzeitstudie die Veränderungen der politischen Beteiligung der Bürger_innen durch das Internet untersucht hat (Vowe 2014). Vowe weist darauf hin, dass die generellen Ursachen für Partizipation und Nicht-Partizipation durch das Internet damit nicht ausgehebelt werden, da es hier auch auf die Überzeugung ankommt, dass politisches Engagement etwas bewirkt. Diese Überzeugung aber hängt oft unter anderem von milieuspezifischen Selbstbildern ab. Etwa die Hälfte der Bevölkerung ordnet Vowe der „Schweigenden Mehrheit“ zu, diese Gruppe „macht um jegliche politische Kommunikation einen weiten Bogen“ (Vowe 2014, S. 40), um den Autor zu zitieren. Das Alter in dieser Gruppe ist höher als der Durchschnitt, der Bildungsgrad geringer.

i
Jugendliche mit Migrationshintergrund nutzten das Internet häufiger in politischen Kontexten als Jugendliche ohne Migrationshintergrund.

i
Politisches Engagement im Netz hängt u. a. von milieuspezifischen Selbstbildern ab.

Auf der anderen Seite stehen die Meinungs- und Trendmacher_innen, eine Gruppe, die ein besonderes Augenmerk verdient. Schenk/Jers/Gölz 2013 identifizieren sogenannte Meinungsführer_innen, die viele verschiedene Anwendungen nutzen, technikaffin sind und zur Verbreitung des Web 2.0 beitragen. „Digital Citizens“ machen nach Vowe ungefähr 15 Prozent der Bevölkerung aus. Ihre politischen Kommunikationsaktivitäten sind stark durch die Online-Medien bestimmt. Die eher junge Gruppe informiert sich größtenteils im Netz und partizipiert dort zum Teil auch, auch wenn innerhalb der Gruppe das politische Engagement unterschiedlich ausgeprägt ist. Der Prototyp ist männlich, Mitte 20 und gerade fertig mit dem Studium, schon berufstätig und hat eher ein geringes Einkommen. Vowe zeigt auf, dass sich hier ein neues Elite-Segment entwickelt, diese Personen in gesellschaftliche Schlüsselpositionen hineinwachsen und so die politische Kommunikation zunehmend verändern werden. Und damit ist die zweite Wechselwirkung benannt. Denn die spezifische Logik der Online-Medien, die Kommunikationsweise im Internet verändert die politische Kommunikation überhaupt und damit die Politik. Vowe geht davon aus, dass ein schnellerer Takt der Themensetzung, eine Agenda, die sich daran orientiert, dass Themen geliked, geshared und kommentiert werden können, sowie veränderte Akteurskonstellationen die Konsequenzen sind.



Die spezifische Logik der Online-Medien verändert die politische Kommunikation und damit die Politik.

Schlussfolgerung 7: Politische Bildung kann davon ausgehen, dass ein großer Teil ihrer Adressat_innen ein Interesse daran hat, politische Beteiligung im Netz zu thematisieren und umzusetzen. Gleichzeitig ist durch digitale Medien die Schnittstelle von politischen Bildungsangeboten zu direkter Partizipation der Teilnehmenden am politischen Geschehen größer geworden. Es ist einfacher Beteiligung zu initiieren und auch einzufordern. Auch hier sollten Diskussionen zu Grundsätzen politischer Bildung, wie sie im Beutelsbacher Konsens formuliert sind, anschließen.

Schlussfolgerung 8: Politische Bildung muss berücksichtigen, dass die Voraussetzungen für eine politische Beteiligung im Netz unterschiedlich ausgeprägt sind. Nach ihrem Selbstverständnis sollte sie dazu beitragen, allen Bürger_innen diese Möglichkeiten zu eröffnen. Eine Konsequenz könnte eine „politische Medienpädagogik“ sein.



Brauchen wir mehr „politische Medienpädagogik“?

Neue Medien in der Schule

Es gibt inzwischen mehrere Studien, die das Thema Neuen Medien in der Schule untersuchen. Diese Studien beschäftigen sich beispielsweise mit der Medienintegration, Kompetenzmessungen oder mit dem generellen Stand und der Bewertung von Schüler_innen und Lehrer_innen zu Neuen Medien in der Schule. Dieses Wissen spielt nicht nur für Politiklehrer_innen eine Rolle, sondern kann auch wichtige Hinweise für die außerschulische politische Bildung geben, nicht zuletzt aufgrund der häufigen und von vielen Studien auch empfohlenen Kooperation schulischer und außerschulischer Bildungseinrichtungen.

Der tatsächliche Einsatz Neuer Medien in Schulen ist auch ein Thema einiger Forschungsarbeiten. In einer älteren Untersuchung (auf die wir hier zurückgreifen, um Entwicklungen und Veränderungen der letzten fünf Jahre aufzuzeigen) von Breiter/Welling/Stolpmann 2010 wurde die Medienintegration an weiterführenden Schulen in Nordrhein-Westfalen untersucht. Danach nutzten die Hälfte der Lehrkräfte einmal im Monat bis einmal wöchentlich digitale Medien im Unterricht. Allerdings überwog der Einsatz für den Lehrer_innenvortrag (beispielsweise mithilfe des Computers) oder der Einsatz digitaler Unterrichtsmaterialien (z. B. Texte oder Videos). 40 Prozent der Schüler_innen nutzten gelegentlich Neue Medien im Unterricht, hier überwog die Internetrecherche.

95 Prozent der Lehrer_innen begrüßen den Einsatz digitaler Medien in Schulen. Nur fünf Prozent sind skeptisch.



In einer aktuellen bundesweiten Studie (Bitkom 2015) wurden Lehrer_innen und Schüler_innen ebenfalls zum Thema Einsatz digitaler Medien im Schulunterricht befragt. Hier zeigt sich, dass sich die Einstellung der Lehrkräfte deutlich verändert hat. 95 Prozent der Lehrer_innen begrüßen den Einsatz digitaler Medien in Schulen. Nur fünf Prozent sind skeptisch. Vor drei Jahren war die Ablehnung noch mehr als viermal so hoch, sie lag bei 23 Prozent. Dass sich 60 Prozent der befragten Lehrkräfte zum Thema digitale Medien in Schulen weitergebildet haben, ist ein weiteres Indiz für deren Aufgeschlossenheit.

Schaut man allerdings, wofür digitale Medien eingesetzt werden, ähneln die Ergebnisse denen von 2010 für Nordrhein-Westfalen. 95 Prozent der Lehrer_innen nutzen Neue Medien für Vorträge, mit 91 Prozent überwiegt die Internetrecherche als Methode. 76 Prozent der Lehrer_innen, die mit ihren Schüler_innen in sozialen Netzwerken befreundet sind, weisen dort auf Online-Artikel hin. Nur wenige Lehrkräfte setzen digitale Medien für vielfältige Zwecke ein. Allerdings findet der Austausch zwischen Lehrer_innen und Schüler_innen häufig per E-Mail statt, acht von zehn Schüler_innen nutzen digitale Kommunikation, um sich mit ihren Lehrer_innen auszutauschen.

Unter dem Titel „Auf dem Weg zur Medienschule“ wurde 2013 ein spezieller Ansatz untersucht, nämlich die Integration von mobilen Endgeräten in der Schule (Heinen/Schiefner-Rohs/Kerres 2013). In der Studie wurden Pilotklassen an Gymnasien begleitet, in denen private mobile Endgeräte in den Unterricht integriert wurden. Eine erste Erkenntnis der Studie war, dass die Schüler_innen häufig mehrere Geräte besaßen, hierzu zählen Smartphones, Tablets, Laptops und Notebooks. Im Unterricht wurden die Geräte vielfältig eingesetzt, zum Beispiel für Internetrecherchen, Text- und Bildbearbeitung, Aufnahmen von Audiodateien oder die Arbeit an Dokumenten und Präsentationen. Der Einsatz wurde durch die Forscher_innen positiv bewertet. Durch die Nutzung privater Geräte, die den Schüler_innen vertraut sind, ist die Unterstützung bei der Handhabung und generell ein Gerätesupport durch die Schule nicht mehr in dem bisherigen Umfang erforderlich. So werden Ressourcen frei, um den Fokus auf den didaktischen Einsatz digitaler Medien im Unterricht zu legen. Auch für die Schüler_innen spielte die Vertrautheit mit den eigenen Geräten eine positive Rolle. Die Lehrpersonen waren in ihrem Urteil gespalten. Einerseits schätzten sie die didaktische Vielfalt und die „kreativen Szenarien“, die der Einsatz digitaler Geräte ermöglichte. Andererseits waren sie in ihrer Kompetenz oft überfordert und verunsichert, wenn es um den Einsatz vieler verschiedener Geräte mit unterschiedlichen technischen Anforderungen ging..

Computer- und informationsbezogene Kompetenzen von Schüler_innen der achten Klasse liegen in Deutschland im OECD-Durchschnitt.



Die Lehrkräfte sind aufgeschlossen, und auch die computer- und informationsbezogenen Kompetenzen der Schüler_innen in Deutschland sind nicht schlecht. In der internationalen Vergleichsstudie „ICILS“ aus dem Jahr 2013 wurden die computer- und informationsbezogenen Kompetenzen von Schüler_innen der achten Klasse erfasst (Bos et. al. 2014). Diese liegen in Deutschland im OECD-Durchschnitt wobei viele Schüler_innen Kompetenzen im mittleren Bereich aufwiesen. 30 Prozent lagen auf dem unteren Kompetenzniveau. Die Studie stellt heraus, dass hierfür der Einfluss der sozialen Herkunft groß ist.

Schüler_innen wünschen sich jedoch mehr digitale Themen im Lehrplan (Bitkom 2015), 82 Prozent wünschten sich, dass der richtige Umgang mit digitalen Medien im Unterricht vermittelt werden sollte. 71 Prozent der Schüler_innen hätten gern mehr Lernvideos. Und 80 Prozent der Schüler_innen vermissen eine bessere Ausbildung der Lehrer_innen (Bitkom 2015).

Neue Medien und politische Bildung

Obwohl der Zusammenhang politischer Fragen mit Neuen Medien relativ gut beforscht wird, thematisieren nur wenige Arbeiten den Zusammenhang mit politischer Bildung. Zwei der fünf Studien – eine davon ist mangels aktueller Forschung aus dem Jahr 2007 – beziehen sich auf spezielle Aspekte des Politikunterrichts, eine auf die Begleitung eines außerschulischen Jugendprojekts. Zum Thema politische Erwachsenenbildung gibt es explizit keine Forschungsarbeit. Hier gibt es einen deutlichen Forschungsbedarf zum Einsatz digitaler Medien im Politikunterricht und in der außerschulischen Jugend- und Erwachsenenbildung.



Es gibt einen deutlichen Forschungsbedarf zum Thema Neue Medien und politische Bildung.

Sabine Manzel (Manzel 2007) untersuchte den Kompetenzzuwachs durch den Einsatz von „WebQuests“ im Politikunterricht. Mit WebQuests begeben sich die Schüler_innen auf Spurensuche im Internet. Ausgehend von einer realen politischen Problemstellung oder einem authentischen Fallbeispiel recherchieren sie selbstständig, verknüpft mit Fragen und Arbeitsaufträgen. Die Untersuchung stellt heraus, dass hierdurch ein höherer Kompetenzzuwachs entstand und besonders Interpretieren, Abwägen und politisches Urteilen durch den Einsatz der Internetbasierten Lehr-Lernumgebung geschult werden konnten.

Marc Motyka (Motyka 2012) untersuchte „Persuasion und Wissenserwerb“ durch „Serious Games“ im Politikunterricht. Serious Games sind digitale (Computer-)Spiele, die zu Lernzwecken entworfen werden, aber typische Elemente von Unterhaltungsspielen enthalten. Die Studie zeigt, dass der Wissenserwerb durch Serious Games im Politikunterricht gelingen kann, zudem steigert ihr Einsatz die Motivation. Es wird auch aufgezeigt, dass digitale Spiele die Schüler_innen nicht stärker beeinflussen als traditionelle Medien. Motyka weist allerdings darauf hin, dass zur weiteren Einschätzung der Beeinflussung durch Computerspiele spezifische Kriterien entwickelt werden müssten und es weiterer Forschung zur Didaktik für ihren Einsatz bedarf.



Der Einsatz digitaler Medien wie WebQuests oder Serious Games war in der Schule erfolgreich.

Eine Fallstudie zum Projekt „DU HAST DIE MACHT“ (Besand/Bierkenhauer/Lange 2013) bietet erste wissenschaftlich abgesicherte Erkenntnisse zu „politischer Bildung in digitalen Umgebungen“. In dem Modellprojekt wurden eine Website und Auftritte in sozialen Netzwerken wie YouTube oder Facebook entwickelt, um Jugendliche zu erreichen, die der Politik (im engeren Sinne) fernstehen. In der Fallstudie wurde untersucht, inwieweit die digitalen Formate zur politischen Bildung diese Zielgruppe in ihrer Lebenswelt erreichen konnten. Insgesamt war das Projekt erfolgreich, es konnte die Zielgruppe von Jugendlichen zwischen 13 und 24 Jahren in einem hohen Maß erreichen. Die qualitativen Analysen zeigten, dass sich auch bildungsbenachteiligte Jugendliche durch das Projekt angesprochen fühlten. Die Jugendlichen favorisierten vor allem Videos und kurze Texte und wollten im Web 2.0 vor allem kommunizieren. Die Studie zeigt auch, welche Probleme es gibt, mit dem Einsatz von Web 2.0 bestimmten klassischen Grundsätzen politischer Bildung wie Kontroversität bzw. dem Überwältigungsverbot zu genügen und gleichzeitig Handlungsmöglichkeiten für die Jugendlichen bereitzustellen. Dennoch empfehlen die Autor_innen die Integration sozialer Medien in die politische Bildung, da vor allem YouTube und Facebook für die Jugendlichen eine wichtige und positive Rolle für ihr Interesse an dem politischen Bildungsangebot spielen.



Über digitale Formate können Jugendliche für politische Bildungsangebote erreicht werden.

Schlussfolgerung 9: Die Bereitschaft, digitale Medien in der Schule einzusetzen, ist hoch und angesichts der beschriebenen Entwicklungen sinnvoll und notwendig. Schule und politische

Jugendbildung sollten mehr mit digitalen Formaten experimentieren. Ein Austausch darüber, auch zwischen Schule und außerschulischer Bildung, und eine wissenschaftliche Begleitung könnten die Entwicklung beschleunigen, die Qualität der Formate und Methoden steigern und die Handlungssicherheit der politischen Bildner_innen erhöhen.

Mehr Forschung für die politische Bildung!

Insgesamt geben die Forschungsergebnisse im Bereich der Neuen Medien einen Überblick über neue Informationswege und analysieren die Veränderung der politischen Öffentlichkeit. Sie können zeigen, wer das Internet und Neue Medien wie und in welchem Ausmaß nutzt und geben Hinweise, wie ein Zugang zu verschiedenen Zielgruppen durch Neue Medien geschaffen werden kann. Die Studien geben auch eine Begründung, dass Neue Medien didaktisch eingesetzt werden sollten und untermauern schlussendlich die Auswahl und Ausgestaltung von Themen politischer Bildung.

Nichtsdestotrotz gibt es viele Fragen, die noch nicht beforscht wurden und daher unbeantwortet bleiben:

- Im Bereich der allgemeinen Erwachsenenbildung besteht ein Forschungsdefizit zum Einsatz von Neuen Medien. Zwar ist bekannt, wie sich Erwachsene online informieren und wie sie sich online an öffentlicher Kommunikation beteiligen, zum Einsatz von Neuen Medien in der Erwachsenenbildung gibt es empirische Forschungsergebnisse jedoch fast ausschließlich zur beruflichen Weiterbildung. Für die allgemeine Erwachsenenbildung, die andere als arbeitsplatzspezifische Settings aufweist, gibt es so gut wie keine empirisch abgesicherten Erkenntnisse.
- Als zweiter Punkt ist die Beforschung der schulischen und außerschulischen politischen Bildungspraxis zu nennen. Auch wenn die Bereitschaft zumindest der Lehrkräfte in Schulen verbriefte scheint und die der außerschulischen politischen Bildner_innen vorausgesetzt wird, wissen wir so gut wie nichts über den tatsächlichen Einsatz digitaler Medien, über den didaktischen und methodischen Umgang damit sowie über die Resonanz darauf bei Schüler_innen oder Teilnehmenden. Ein besonderes Augenmerk verdient hier der Wirkzusammenhang zwischen der Veränderung der politischen Kommunikation und politischer Bildung. Wünschenswert wäre weiteres Wissen über den Einsatz verschiedener neuer Formate, die bereits in der Praxis politischer Bildungsarbeit angekommen sind – nicht zuletzt deshalb, weil der Einsatz neuer Anwendungen häufig unter einem Legitimationsdruck gegenüber Zuwendungsgeber_innen steht.
- Wir benötigen ein differenzierteres Wissen über milieu- bzw. bildungshintergrundspezifische Zugangs- und Nutzungsweisen. Auf der Basis gesicherter Erkenntnisse könnten auch in der politischen Bildung mehr und effektivere Formate eingesetzt werden, die den Bedürfnissen der jeweiligen Zielgruppen entsprechen. Interessant wäre auch, ob bzw. inwieweit politische Bildungsarbeit die damit verbundene Reproduktion sozialer Ungleichheiten ausgleichen kann.
- Neben den Studien, die sich mit der allgemeinen Nutzung des Internets und Neuer Medien auseinandersetzen, werden auch einzelne Phänomene oder Anwendungen untersucht. Für die Praxis politischer Bildung können diese Studien Informationen bieten, wie einzelne Anwendungen und Phänomene genutzt werden und wer diese nutzt.



Für die allgemeine Erwachsenenbildung gibt es so gut wie keine empirisch abgesicherten Erkenntnisse.



Wir wissen fast nichts über den Einsatz digitaler Medien in der politischen Bildung.



Wir benötigen Wissen über milieu- bzw. bildungshintergrundspezifische Zugangs- und Nutzungsweisen.

Diese Untersuchungen sind jedoch sehr speziell und zudem völlig vereinzelt.

Eine breitere wissenschaftliche Beforschung und Begleitung, zum Beispiel von Praxisprojekten, kann Anregungen für den Einbezug in die praktische Arbeit der politischen Bildung geben.

- Zu guter Letzt birgt die geringe Bandbreite und Auswahl an spezifischen Forschungsarbeiten die Gefahr, dass die wenigen wissenschaftlichen Erkenntnisse unzureichend verallgemeinert werden. Wie fast immer fehlen empirische Untersuchungen, die sich aufeinander beziehen, oder Panelstudien, die Phänomene über einen längeren Zeitraum beobachten.



Eine wissenschaftliche Begleitung von Praxisprojekten kann Anregungen für die praktische Arbeit der politischen Bildung geben.



Wissenschaftliche Erkenntnisse dürfen nicht unzureichend verallgemeinert werden.

Mehr Praxis für die politische Bildung!

Das Thema Digitalisierung ist in der politischen Bildung inzwischen populär geworden, dennoch kann man nur darüber spekulieren, wie häufig es als Gegenstand der politischen Bildungsangebote vorkommt oder wie oft und in welcher Weise digitale Medien in der Bildungspraxis eingesetzt werden. Die mittlerweile zahlreichen Diskussions- und Präsentationsveranstaltungen zum Thema hinterlassen den Eindruck, dass der Umgang mit dem Thema drängt, aber auf eine ungleiche Adressat_innenschaft trifft. Es ist zu vermuten, dass auch unter politischen Bildner_innen und Politiklehrkräften große Unterschiede bezüglich der Nähe und der Kompetenzen hinsichtlich des Themas herrschen. Kaum ein anderes Thema verlangt so viel (fachfremdes) Wissen und Kompetenzen zusätzlich zur eigentlichen fachlichen Aus- und Weiterbildung. Fachgespräche und Best-Practice-Beispiele sind häufig faszinierend, aber es ist fraglich, ob sie die Kompetenzlücken schließen können oder ob sie nicht vielmehr zum „digital gap“ in der politischen Bildung beitragen. Es ist zu überlegen, wie auch politische Bildner_innen, die eine geringere Affinität zu Neuen Medien haben, abgeholt und weiterqualifiziert werden können.



Kaum ein anderes Thema verlangt so viel (fachfremdes) Wissen und Kompetenzen zusätzlich zur eigentlichen fachlichen Aus- und Weiterbildung.

Auf der Jahrestagung der Transferstelle politische Bildung gab es daher einen großen Konsens darüber, dass mehr und effektivere Fortbildung organisiert werden müsse. Hilfreich könnten Workshops sein, bei denen im Sinne eines Peer-Learnings die Kundigen die anderen mitnehmen. Vor allem Kooperationen zwischen schulischen und außerschulischen Einrichtungen, Organisationen und Expert_innen wurden gewünscht, die sich auf einer gemeinsamen fachlichen Basis über die spezifischen Bedarfe politischer Bildung austauschen und voneinander lernen könnten.



Mehr und effektivere Fortbildung könnte organisiert werden, z. B. ein Peer-Learning politischer Bildner_innen.

Die Quintessenz vieler Untersuchungen und der Diskussionen auf der Jahrestagung haben auch gezeigt, dass es nicht nur Fragen der Internetkompetenzen sind, die manche politische Bildner_innen vor dem Umgang mit der digitalen Öffentlichkeit zurückschrecken lassen. Web 2.0, Kommunikation und Aktivierung über soziale Medien, E-Partizipation – die neuen Möglichkeiten bieten Anlass, die „Entgrenzung“ geschützter Räume politischer Bildung zu thematisieren. Dazu zählen nicht nur Fragen der Sicherheit, sondern auch und vor allem Fragen bzgl. Möglichkeiten und Grenzen politischer Aktion von Schüler_innen und Teilnehmenden, die hier nur „einen Mausklick“ entfernt ist. Die Sorgen, die manche politische Bildner_innen auf der Jahrestagung äußerten, lassen sich – neben einem theoretischen fachlichen Austausch – vor allem über die Erprobung adäquater Formate klären und ggf. ausräumen. Mehr Kompetenzentwicklung, mehr Praxis, mehr Austausch und dafür mehr Unterstützung – auf diesen Nenner lassen sich denn auch die Wünsche der Teilnehmenden der Jahrestagung bringen.



Mehr Kompetenzentwicklung, mehr Praxis, mehr Austausch und dafür mehr Unterstützung.



target="_blank"? Politische Bildung in der digitalisierten Welt.
Forschungsergebnisse und Perspektiven für die Praxis

target="_blank"? Politische Bildung in der digitalisierten Welt. Forschungsergebnisse und Perspektiven für die Praxis

Jahrestagung der Transferstelle politische Bildung

Am 2. und 3. Dezember 2015 erörterten 100 Wissenschaftler_innen, Praktiker_innen und Unterstützer_innen in Vorträgen und zahlreichen Dialogrunden anhand aktueller wissenschaftlicher Befunde, Herausforderungen und Chancen, die sich für die politische Bildung angesichts der fortschreitenden Digitalisierung stellen.

„Tour d’Internet“

Eine Einführung in das Thema gab Guido Brombach vom DGB Bildungswerk mit einer „Tour d’Internet“, in der er die technologischen und gesellschaftlichen Entwicklungen nachzeichnete, die sich mit dem Einzug des Internets in den Alltag und die Lebenswelt, vor allem jüngerer Zielgruppen vollzogen haben. Pointiert legte er dar, inwieweit die politische Bildung es bislang vielfach versäumt, diese Entwicklungen adäquat aufzugreifen. Konzepte politischer Bildung seien meist darauf ausgerichtet, bestehende Strukturen und Formate in digitale Formen zu „übersetzen“. Die genuinen Möglichkeiten, die digitale Medien bieten, würden dabei weitgehend übersehen. Er ermutigte die Teilnehmenden der Tagung, experimentierfreudiger zu sein und die Eigenarten digitaler Medien didaktisch, methodisch und thematisch aufzunehmen.



Analoges sollte nicht einfach digital „übersetzt“ werden.

Markus Bechedahl: Netzpolitik als Thema politischer Bildung

Besondere Aufmerksamkeit erhielt der auch durch die überregionale Medienberichterstattung bekannte Blogger und Netzpolitik-Aktivist Markus Bechedahl. Er stellte in seinem Vortrag grundlegende netzpolitische Positionen und Forderungen vor und appellierte eindringlich an die Anwesenden, die Relevanz netzpolitischer Themen für die politische Bildung nicht zu unterschätzen. Aktuelle netzpolitische Entscheidungen hätten einen massiven Einfluss auf den Alltag der Bürger_innen, das Geschehen im Netz beeinflusse die politische Kommunikation und politische Entscheidungen.



Die Relevanz netzpolitischer Themen für die politische Bildung ist nicht zu unterschätzen.

Forschungsstand

Einen Überblick zum Stand der Forschung gaben anschließend Dr. Helle Becker und Barbara Christ von der Transferstelle politische Bildung. Neben ausgewählten inhaltlichen Befunden unterschiedlicher Forschungsarbeiten machten sie eine Einschätzung bezüglich des Nutzens von Forschungsergebnissen für die Praxis politischer Bildung – etwa bei der Auswahl und der Ausgestaltung von Themen politischer Bildung oder bei der Ansprache unterschiedlicher Zielgruppen durch Neue Medien. Gleichfalls thematisierten sie aktuelle Forschungsdefizite – insbesondere in den Bereichen des Einsatzes Neuer Medien in der allgemeinen Erwachsenenbildung und zum Wirkungszusammenhang zwischen der Veränderung der politischen Kommunikation und deren Reflexion in der politischen Bildung.



Es gibt noch viele Forschungsdefizite.

Gelungene Transfer-Dialoge

Eine Besonderheit der Veranstaltung waren die sogenannten „Transfer-Dialoge“. Vertreter_innen von Wissenschaft und Praxis politischer Bildung kamen im Laufe der zwei Veranstaltungstage in insgesamt 16 Dialogrunden zusammen, um einen Austausch zu Themen wie E-Partizipation, Medienkompetenz, Rechtsextremismus im Netz oder dem Wandel der politischen Kommunikation zu führen.

Themen der Dialogrunden

Entlang von acht Themenbereichen ging es um aktuelle Ergebnisse empirischer Forschung aus unterschiedlichen Fachrichtungen, die mit Praxiserfahrungen aus der politischen Bildung konfrontiert und miteinander diskutiert wurden.

i Wie verändert sich das politische Informations- und Kommunikationsverhalten?

Ausgangspunkt vieler Gespräche waren die Veränderungen in der politischen Kommunikation sowie neue Formen der Öffentlichkeit und damit zusammenhängendem Informationsverhalten der Bürger_innen. Thematisiert wurde der Rückgang textbasierter Informationen, die Schnelligkeit und der Umfang der Informationsverbreitung und die neuen Möglichkeiten der Mitwirkung an der öffentlichen Meinungsbildung. In diesem Zusammenhang wurden neue Erkenntnisse zum Rechtsextremismus im Netz ausgetauscht – auch exemplarisch für demokratiefeindliche oder menschenverachtende Kommunikation in den digitalen Medien. Unter anderem wurde der Umgang mit neuen Formaten wie Facebook durch rechtsextreme Gruppierungen diskutiert. Hier werden aktuelle zivilgesellschaftliche Anliegen zu Themen wie Gender und Islam aufgenommen, mit denen neue Zielgruppen angesprochen werden sollen. Die politische Bildung kann mit ansprechenden Angeboten einen Gegenpol zu rechtsextremen Inhalten im Netz bieten. Gleichzeitig wurde auf die Schwierigkeit hingewiesen, Personen mit Affinität zum rechtsextremen Spektrum im Internet zu erreichen. Generell herrschte bei vielen Teilnehmenden Unsicherheit vor, wie mit dem Thema Rechtsextremismus im Netz umgegangen werden sollte.

i Kritische Medienkompetenz ist eine gesellschaftliche Schlüsselkompetenz

Bei der Frage danach, welche Aufgaben sich daraus für die politische Bildung ergeben, ging es auch um kritische Medienkompetenz, die von den Teilnehmenden als gesellschaftliche Schlüsselkompetenz gewertet wurde. Studien zum Umgang mit Medien und zum Medienbewusstsein der Bürger_innen zeigen, dass Bürger_innen durchaus um Gefahren der digitalen Vernetzung wissen, hieraus aber oft kaum Konsequenzen ziehen. Politische Bildungsprozesse können hier ansetzen, sollten aber auch Potentiale digitaler Medien aufzeigen. Dies setzt – für Bürger_innen wie für politischen Bildner_innen – technische Kompetenzen und ein kritisches Bewusstsein voraus, um Inhalte im Netz oder Fragen der Datensicherheit bewerten zu können.

Ein Querschnitts-, aber auch ein Dialogthema war die Frage nach neuen Partizipationsmöglichkeiten durch digitale Kommunikation. Die Möglichkeiten, vom „Konsumenten“ zum „Produzenten“ von Informationen zu werden, werden vielfältiger und leichter zugänglich, kosten wenig Zeit und Vorwissen und erreichen mittlerweile viele Menschen. Kritisch wurde anhand einschlägiger Studien darauf hingewiesen, dass auch im Internet nicht alle Bürger_innen gleichermaßen partizipieren und es sich bei vielen Beteiligungsangeboten um eine Scheinpartizipation handelt. Man war sich allerdings darin einig, dass das Netz vielfältige Mittel bietet, um zur Beteiligung anzuregen und Selbstwirksamkeitserfahrungen zu ermöglichen. Politische Bildung kann Optionen zur Partizipation im Internet aufzeigen, kritische Urteile dazu fördern und zum Mitmachen anregen.

Die eigentlich nicht mehr „neuen“ Medien gelten auch als Türöffner und methodischer Anreiz in der politischen Bildung. Aus Forschung und Praxis wurde über Projekte und Wege berichtet, wie durch den Einsatz digitaler Medien neue und wenig erreichte Zielgruppen in der politischen Bildung adressiert werden können. Als erfolgreich stellte sich hierbei beispielsweise der Einbezug von Multiplikator_innen wie YouTuber_innen heraus. Positiv berichteten die Praktiker_innen auch vom Einsatz kurzer Texte und Videos. Neue Medien können insbesondere für Jugendliche einen ersten Anreiz für eine weitere thematische Beschäftigung bieten. Mehrheitlich wurde geäußert, dass ein Blick ins Feld dabei hilft, Jugendliche in ihrer Lebenswelt zu erreichen und Themen und Inhalte zu wählen, an denen politische Bildungsarbeit anknüpfen kann.

Politische Bildung sollte also auf Veränderungen des Lernens eingehen – durch das Netz kann Lernen kollaborativer und sozialer werden. Digitale Formate bieten die Option, unabhängig von Zeit und Ort zu lernen. Auch Möglichkeiten informellen Lernens wurden als Chance für die politische Bildung hervorgehoben. Die Teilnehmenden problematisierten die Beziehungen zwischen analoger und digitaler „Welt“. Analoge Methoden sollten nicht einfach ins Digitale übertragen werden. Stattdessen sei es wichtig, sich der jeweiligen Logik des Zusammenhangs, ebenso wie an die jeweilige Zielgruppe, deren Wahrnehmung, Vorkenntnissen und Erfahrungen, didaktisch und methodisch anzupassen.



Politische Bildung sollte die Perspektive der Lernenden einnehmen.

Herausforderungen für die Praxis

In allen Dialogrunden ging es darum, wissenschaftliche Erkenntnisse und Erfahrungen aus der Praxis dafür zu nutzen, Perspektiven für die politische Bildungsarbeit zu entwickeln. Dabei war der Katalog der Herausforderungen erwartungsgemäß lang.

Besonders im Bereich schulischer politischer Bildung wurden viele Entwicklungsaufgaben gesehen.

Als Thema sind digitale Medien im Schulunterricht angekommen. Ihre Nutzung etabliert sich aber in der Praxis mit erheblicher zeitlicher Verzögerung, so Vertreter_innen aus Praxis und Forschung. Einen Anstoß können die vielen Studien bieten, die sich mit digitalen Medien in der Schule beschäftigen. Darauf aufbauend wünschten sich die anwesenden Praktiker_innen mehr Aus- und Weiterbildung zur Medienkompetenz von Lehrkräften, um den alltäglichen Einsatz zu fördern. Hierfür wurde die Kooperation mit außerschulischen Trägern empfohlen, die bereits erfolgreich mit digitalen Medien arbeiten – erste Kontakte wurden geknüpft. Außerdem wurde der Wunsch nach staatlichen Regularien, die Lehrkräften Unsicherheiten beim Umgang mit internetbasierten Informations- und Kommunikationsformen nehmen können, diskutiert.



Digitale Medien werden im Politikunterricht nur zögerlich eingesetzt.

Auch bei Vertreter_innen aus dem außerschulischen Bereich war Zurückhaltung zu spüren, die vielfach einem mangelnden Wissen und fehlenden Umgang mit den Neuen Medien geschuldet war. Hier gibt es Spezialist_innen, vor allem aus der jüngeren Generation, die eigene Wege gehen, wie die vorgestellten Projekte zeigten. Viele Teilnehmende wünschten sich daher mehr Austausch zwischen den verschiedenen Einrichtungen aus Forschung und Praxis, wie er auf der Jahrestagung zustande kam. Auch im außerschulischen Bereich könnte man von gezielten Kooperationen profitieren, um Know-how und Erfahrungen in die Fläche zu bringen. Dies gilt besonders für die politische Erwachsenenbildung, für die das Thema kaum erschlossen ist.



Für die politische Erwachsenenbildung ist das Thema kaum erschlossen.

Neben Faktoren wie Interesse, Wissen und Medienkompetenz politischer Bildner_innen, sind es aber auch fachlich und persönlich begründete Vorbehalte, die während der Tagung zur Sprache kamen.

Viele politische Bildner_innen und Politiklehrkräfte fühlen sich unsicher, wenn sie damit rechnen müssen, dass vor allem jugendliche Teilnehmer_innen oder Schüler_innen in Sachen internet-basierte Kommunikation mehr wissen und können als sie. Eigene Kompetenzen sind also unabdingbar, um Bildungsangebote gestalten zu können. Ähnlich geht es ihnen in Kooperationen mit versierten Partnern wie YouTuber_innen, die neue Formate, eine eigene Sprache und Ästhetik mitbringen, und mit denen eine Verständigung über die Gestaltung von politischen Bildungsgelegenheiten sowie ein Voneinander-Lernen eine Herausforderung darstellt.

Neben dieser Fremdheit – die übrigens zwischen den anwesenden „alten Hasen“ und Internet-Nerds recht schnell überwunden wurde – ging es immer wieder um die Grenzen zwischen Meinungsbildung und politischem Handeln, zwischen einem theoretischen oder simulierten Umgang mit den Neuen Medien und dem tatsächlichen Einsatz. Der Übergang vom Einsatz des Internets zu Informationszwecken hin zur Nutzung als Plattform für eigene Aktivitäten und direkte Partizipation auch an politischen Prozessen ist fließend, entgrenzen aber in den Augen vieler Teilnehmender den Seminar- oder Schulraum unkontrollierbar. So wurde über alle Dialogrunden hinweg mit Bezug auf den Beutelsbacher Konsens diskutiert, über dessen Anwendungsgültigkeit und Anpassungsbedarf.

i
Kontrollverlust der
politischen Bildung?

Hier besteht noch viel Klärungsbedarf, der aber, auch darüber war man sich einig, möglichst entlang vorliegender Forschungsergebnisse und Praxiserfahrungen geführt werden sollte.

Forschung könnte viele Fragen beantworten

An viele dieser Überlegungen schlossen sich Wünsche und Erwartungen an die empirische Forschung an. Gerade im Bereich der nachhaltigen Wirkung der Nutzung und des Einsatzes digitaler Formate auf die Teilnehmenden im schulischen und außerschulischen Bereich reklamierte man mehr und gezieltere Forschungsvorhaben. So wurden umfassende Längsschnittstudien vorgeschlagen, aber auch kleinere Praxisforschungsprojekte, die schnell Auskunft über einzelne Fragestellung liefern können.

Neben der Frage, welche Formate bislang eingesetzt werden, interessierte die Teilnehmenden auch die Wahrnehmung der Arbeit mit digitalen Medien durch Erwachsene und Jugendliche. Als besonders vernachlässigtes Forschungsfeld wurde die (politische) Erwachsenenbildung gesehen. Es gibt zwar grundlegende Studien zur Mediennutzung und Rezeption von Erwachsenen, trotzdem ist der Einsatz digitaler Medien in politischen Bildungsprozessen kaum erforscht.

i
Forschungsbedarf: Wie
reagiert politische Bildung
auf diese Veränderungen?

Die Teilnehmenden waren sich ebenfalls einig, dass zu der Frage, wie sich Lernen verändert und politische Bildung auf diese Veränderungen reagieren und sie in Bildungsprozesse einbeziehen kann, Forschungsbedarf besteht.

Zuwendungsgeber_innen könnten unterstützen

Forschung im Themenfeld politischer Bildung und digitaler Medien trägt zur Qualitätsentwicklung bei und rechtfertigt den Einsatz gegenüber Zuwendungsgeber_innen. Von Letzteren wurde

mehr Offenheit gefordert, den Einsatz von digitalen Medien zu erproben, damit politische Bildung neue Formate und Möglichkeiten finden kann, um auf die Veränderungen im Bildungsbereich zu reagieren. Generell wünschten sich die Teilnehmenden eine Verstetigung von Projekten, damit aus Best-Practice regelmäßige Praxis wird.

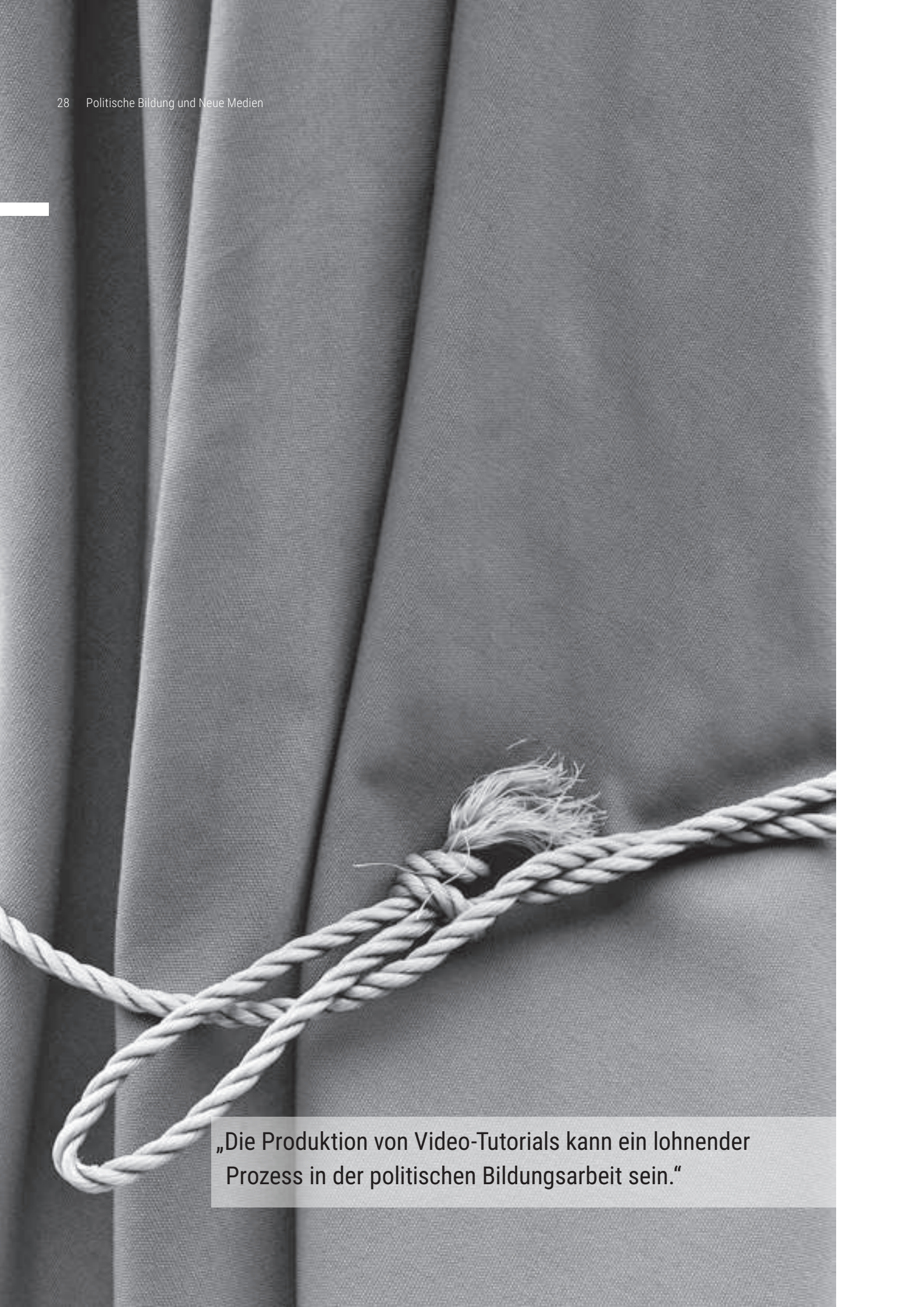
„Relaunch“?

Den Abschluss der Tagung bildete eine Podiumsrunde mit Ina Bielenberg (Arbeitskreis deutscher Bildungsstätten), Prof. Dr. Thomas Goll (Technische Universität Dortmund) und Thomas Krüger (Bundeszentrale für politische Bildung/bpb). Unter dem Titel „Relaunch? Konsequenzen für die politische Bildung“ diskutierten sie, welche Schlüsse sich für Wissenschaft, Praxis und Unterstützung politischer Bildung aus den Debatten der Tagung ziehen lassen. Neben inhaltlichen Fragestellungen gab es auch viel Lob für die Transferstelle und deren konzeptionellen Ansatz.

Thomas Krüger, Präsident der Bundeszentrale für politische Bildung/bpb zog zum Abschluss das Fazit, die Jahrestagung sei ein „gelungener und notwendiger Ansatz zur stärkeren Durchwirkung von Wissenschaft und Praxis“ gewesen. Mit dieser Einschätzung stand er nicht alleine da. Es wird nicht die letzte Dialogveranstaltung der Transferstelle bleiben.

Eine umfangreiche Dokumentation der Tagung finden Sie unter www.transfer-politische-bildung.de.





„Die Produktion von Video-Tutorials kann ein lohnender Prozess in der politischen Bildungsarbeit sein.“

„Die Produktion von Video-Tutorials kann ein lohnender Prozess in der politischen Bildungsarbeit sein.“

Interview mit Katrin Valentin

Dr. Katrin Valentin ist wissenschaftliche Mitarbeiterin an der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg am Lehrstuhl für Allgemeine Erziehungswissenschaft. In dem Forschungsprojekt „Video-Tutorials im Internet“ untersuchte sie gemeinsam mit Studierenden, welche Effekte Video-Tutorials bei Produzent_innen und Rezipient_innen erzielen. Bei Video-Tutorials werden in eigenproduzierten Videos Handlungen dargestellt, die für andere Nutzer_innen als Anleitung dienen sollen. Diese Videos werden dann beispielsweise auf „YouTube“ kostenlos veröffentlicht, wo sie für alle interessierten Nutzer_innen zugänglich sind.

Im Interview mit der Transferstelle berichtet Katrin Valentin über die zentralen Erkenntnisse der Untersuchung.

Transferstelle politische Bildung: Video-Tutorials scheinen vor allem „leichte“ Themen zu behandeln oder der Unterhaltung zu dienen. Stimmt diese Wahrnehmung?

Katrin Valentin: Wer sich mit dem Phänomen der Video-Tutorials im Internet beschäftigt, dem vermittelt sich tatsächlich zunächst der Eindruck, dass dort hauptsächlich junge Frauen über Styling reden und Schmink-Tipps geben. Die Bandbreite der Themen ist jedoch erheblich größer. Es finden sich Tutorials zu allen möglichen Fragestellungen: Handwerk, Schönheit, Sport, Kochen, Computer, Spaß-Tutorials, Soziales, Musik, abstrakte Themen und eine Menge Beiträge, die sich nicht eindeutig einordnen lassen – beispielsweise über das Züchten von Kristallen, Zaubertricks oder das Bauen von Schneemännern.

TpB: Werden in den Tutorials auch politische Themen aufgegriffen?

KV: Politische Themen kommen zunächst in schulbezogenen Tutorials vor. Da wird zum Beispiel die Weimarer Republik erklärt oder was das Wort „Gender“ bedeutet. Zum anderen gibt es eine Schnittmenge mit der Blogsphäre. Da erklärt zum Beispiel eine Brasilianerin, warum ihr Volk gegen die Fußball-WM demonstriert und gibt damit ein politisches Statement ab. Daneben findet politische Sozialisation auch in vielen Milieus statt, in denen es nicht in erster Linie um politische Themen geht. So kommentieren YouTube-Berühmtheiten die politische Lage oder erklären Parteien. Von den professionellen Fachkräften des Feldes der politischen Bildung hingegen wird das Format bislang nur wenig genutzt.

TpB: Wer produziert denn eigene Video-Tutorials? Und wer schaut sie sich an?

KV: In unserer Untersuchung konnten wir herausfinden, dass alle Altersstufen als Produzentinnen und Produzenten von Video-Tutorials vertreten sind und Männer etwas häufiger Videos einstellen als Frauen. Der erste Eindruck – dass Video-Tutorials vor allem von jungen Menschen erstellt werden – trügt aber nicht ganz, denn Jugendliche und junge Erwachsene stellen vergleichsweise häufiger Videos ein als Kinder oder ältere Erwachsene. YouTube – als am häufigsten genutzte Plattform für Video-Tutorials – mischt dieses Verhältnis durch seine Such-Algorithmen jedoch ordentlich auf: Videos von Personen, die auf YouTube bereits gut vernetzt sind und viele

Abonnentinnen und Abonnenten haben, tauchen in den Suchergebnissen weiter oben auf und werden folglich auch häufiger angesehen.

Über die Rezipientinnen und Rezipienten der Video-Tutorials hingegen weiß man noch nicht viel. Die Bitcom hat hierzu kürzlich eine repräsentative Umfrage veröffentlicht, nach der bereits mehr als ein Drittel der Bundesbürgerinnen und Bundesbürger Tutorials anschaut – und das über alle Altersgruppen hinweg. Selbst in der Gruppe der über 64-Jährigen nutzen mehr als 30 Prozent Video-Tutorials.

Welche Merkmale diese Menschen jedoch gemein haben, darüber wissen wir noch nicht sehr viel. Generell handelt es sich dabei um Personen mit einem konkreten Anliegen oder Problem, für das sie eine schnelle, effiziente Lösung suchen. Dass sie diese Lösung in Form von Videos im Internet suchen, deutet darauf hin, dass sie nicht nur eine gewisse Internet-Affinität besitzen, sondern bereits gute Erfahrungen mit dem Format des Video-Tutorials gemacht haben.

TpB: Aktuelle Studien warnen vor der Reproduktion sozialer Ungleichheit im Netz. Gilt das auch für die Tutorials?

KV: Derzeit ist davon auszugehen, dass sich soziale Ungleichheit auch im Handlungsfeld „Video-Tutorials“ reproduziert. Es gibt noch keine großen Studien dazu, aber die Eindrücke, die wir sammeln konnten, deuten in diese Richtung. So zeigt unsere Exploration beispielsweise auf, dass Frauen tendenziell „frauentypische“ Themen aufbereiten und Männer sich eher auf technische Inhalte konzentrieren. Als Sozialisationsinstanz von der Laienseite her sind hier also wenig positiv irritierende Impulse zu erwarten.

Zudem gehen wir aufgrund unserer Untersuchung davon aus, dass die Autorinnen und Autoren der Tutorials häufig über einen höheren Bildungsgrad, ein stützendes Elternhaus und ausgeprägte mediale Kompetenzen verfügen. Dadurch fällt es ihnen leichter, so einen Film zu produzieren und ins Netz zu stellen.

Das Format des Tutorials bietet jedoch auch die Möglichkeit, soziale Ungleichheit auszugleichen – durch Teilhabemöglichkeiten an informeller, non-formaler Lehre und durch offene Zugänge zu Wissen und Anleitungen für spezialisierte Tätigkeiten. Dazu müsste man das Format aber strukturell anders nutzen.

TpB: Welche Lernprozesse werden durch Video-Tutorials gefördert?

KV: Die Rezipientinnen und Rezipienten können von den Tutorials konkret das lernen, was sie gerade interessiert: wie sie die eigene Küchenmaschine reparieren können, was eine parlamentarische Demokratie ist – auf nahezu jede Frage gibt es eine Antwort. Das Interessante daran ist, dass die Nutzerinnen und Nutzer den Lernprozess selbst initiieren können. Sie sind unabhängig von anderen Personen, die sie kennen oder erreichen müssten.

Aber begeistert bin ich als Pädagogin vor allem von den möglichen Bildungsprozessen bei der Erstellung der Tutorials. Bei der Produktion lernt man nicht nur, ein Thema aufzubereiten, man muss sich auch mit seinem Körper und mit dem Raum, in dem gefilmt wird, sehr bewusst auseinandersetzen. Das bietet hervorragende Möglichkeiten, um Bildungsprozesse zu arrangieren und aufzugreifen.

TpB: Dann kann also auch die Erstellung von Video-Tutorials Selbstlernprozesse initiieren?

KV: Nur bedingt. Meist greifen die Autorinnen und Autoren der Video-Tutorials inhaltlich auf das zurück, was sie selber bereits wissen und können, worin sie gewissermaßen Expertin oder Experte

sind. Mein Eindruck ist daher, dass bei der Produktion von Tutorials wenig thematische Selbstbildung stattfindet. Wenn ich den Prozess aber pädagogisch begleite, bieten sich ganz tolle Möglichkeiten, Know-how zu vermitteln. Und das entlang eines Themas, das die Lernenden wirklich interessiert.

TpB: Wie sieht so eine pädagogische Begleitung aus? Wie können Video-Tutorials also didaktisch genutzt werden?

KV: Tutorials können in der Schule instruktiv und konstruktiv genutzt werden, als motivierender Einschub in eine Unterrichtseinheit oder aber in Form einer kritischen reflexiven Betrachtung, was und wie da eigentlich gelehrt wird. Bei einer pädagogischen Begleitung geht es dann im Wesentlichen darum, audiovisuelle Literarität zu fördern, also zu lernen, reflektiert zu rezipieren und Kompetenz zu produzieren.

Das Gleiche gilt für die außerschulische Kinder-, Jugend- und Erwachsenenbildung. Dabei stellen sich zwei zentrale Anforderungen an eine pädagogische Begleitung: Zum einen sollte sie Aufklärungsarbeit leisten, speziell über die Interessen kommerzieller Akteure. Wir haben hierzu eine Handreichung erstellt, die das für die Praxis aufbereitet. Und zum anderen geht es darum, vor allem benachteiligte Menschen durch die Vermittlung von Know-how und die Stärkung ihres Selbstvertrauens dazu zu befähigen, Filme als Ausdrucksmittel einsetzen zu können.

TpB: Solche Tutorials nutzen ja in der Regel eine direktive Form der Wissensvermittlung. In der Pädagogik geht der Trend jedoch schon seit Langem weg von direkter Wissensvermittlung, weg vom Frontalunterricht. Wie erklären Sie da den Erfolg dieses Formates?

KV: Die Erklärung hierfür ist recht einfach. Es geht hier in der Mehrzahl nicht um Bildungsprozesse im eigentlichen Sinne, es geht nicht darum, sich exemplarisch und über einen längeren Zeitraum ein komplexes Thema bis in die Tiefe zu erschließen. Zum großen Teil sind diese Tutorials einfach Anleitungen für ein bestimmtes, abgrenzbares Phänomen. Für solche Lernprozesse ist das Format des Video-Tutorials gut geeignet.

Die Frage nach dem Erfolg der Tutorials kann man jedoch aus unterschiedlichen Blickwinkeln beantworten. Denn gleichzeitig stehen die Tutorials für eine bestimmte ästhetische Praxis der Inszenierung. Die meisten Autorinnen und Autoren gehen mit viel Spaß an die Sache und folglich macht es auch Spaß, ihnen zuzusehen. Es geht für die Produzentinnen und Produzenten jedoch nicht nur darum, bestimmte Themen zu erklären, sondern auch darum, sich selbst in Szene zu setzen, sich selber zu erfinden durch die Art, wie sie dies tun.

TpB: Lässt sich der große Zuspruch für Video-Tutorials auch dadurch erklären, dass keine klassischen Lehrkräfte auftreten, sondern Jugendliche oder junge Erwachsene sich an Gleichaltrige wenden?

KV: Sicherlich trägt auch dieses „Lernen am Modell“ zur Popularität der Video-Tutorials bei. Wenn die Person, die ein Video erstellt hat, mir ähnlich ist, dann bin ich zugänglicher für die transportierten Inhalte und stimme meine Meinung leichter darauf ab. Diesen Effekt kann man etwa für den instruktiven Unterricht nutzen, um Interesse für Themen zu wecken, für die Schülerinnen und Schüler sich nicht von vornherein begeistern.

TpB: Sehen Sie noch weitere Möglichkeiten, wie Video-Tutorials auch in der politischen Bildung genutzt werden können?

KV: Eine begleitete thematische Rezeption könnte beispielsweise helfen, ein Verständnis für unterschiedliche Perspektiven zu entwickeln und die Grenzen der Toleranzfähigkeit auszuloten. Denn zu den meisten Fragestellungen finden sich verschiedene Video-Tutorials, die sich häufig auch in ihrer Perspektive und Herangehensweise an das Thema unterscheiden. Man kann an dem Format auch sehr gut aufzeigen, inwiefern vermeintlich unpolitische Statements eine politische Haltung transportieren.

Auch die Produktion von Video-Tutorials kann ein lohnender Prozess in der politischen Bildungsarbeit sein. Wenn die Teilnehmenden etwa ein Tutorial zu einem politischen Thema erstellen, sind sie gezwungen, sich fundiert damit auseinanderzusetzen. Denn die Öffentlichkeit gibt Rückmeldung dazu – durch Kommentare auf der Online-Plattform, auf der das Video veröffentlicht wird. Das zeitigt ganz andere Effekte als ein rein verbaler Meinungsaustausch. Und denkbar ist nicht nur, zu erklären, wie unser rechtsstaatliches System aufgebaut ist – so ein typisches Erklär-Video zu einem schulischen Thema – sondern auch, warum konkret die Süd-West-Tangente in unserer Stadt nicht gebaut werden sollte.

In der non-formalen politischen Bildung könnte die Erstellung von Video-Tutorials den Teilnehmenden folglich helfen, politische Meinungsbildung reflektiert zu betreiben und mit ihrer Meinung den Schritt in die Öffentlichkeit zu wagen – hierzu müssen sie noch nicht einmal vor einer realen Gruppe von Menschen sprechen, sondern haben sogar noch den Schutz der Kamera.

TpB: Also bieten Tutorials auch Möglichkeiten zur Meinungsbildung und Teilhabe?

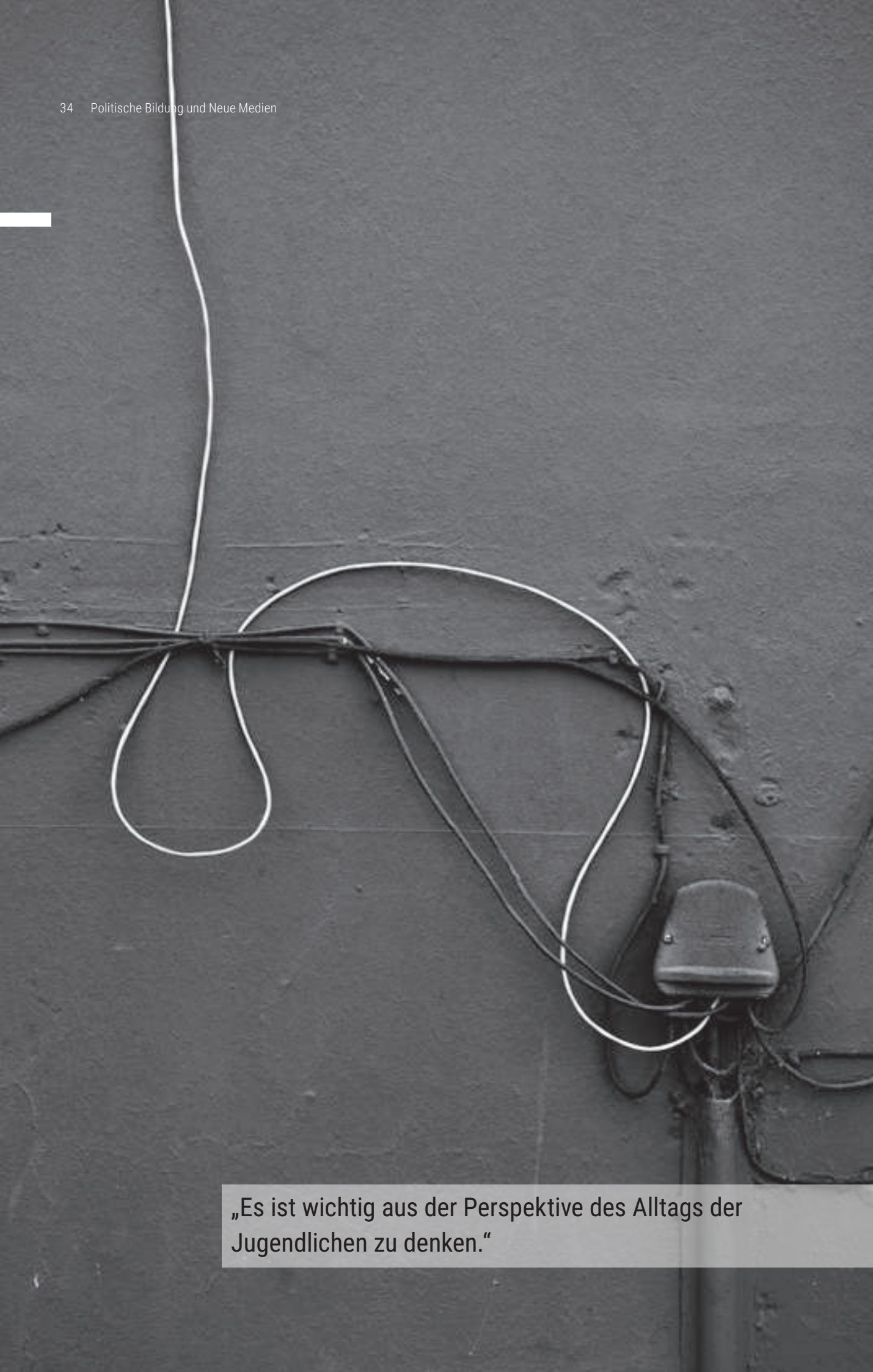
KV: Prinzipiell kann sich jeder an dieser audiovisuellen Enzyklopädie beteiligen. Dafür reicht ein aktuelles Mobiltelefon – und schon kann man Teil werden von informellen, non-formalen Lernprozessen und kann diese mitgestalten, sowohl didaktisch als auch inhaltlich. Diese Meinungsbildung kann unter Rückgriff auf sehr unterschiedliche Positionen erfolgen, da unterscheidet sich das Handlungsfeld Video-Tutorials nicht von anderen Bereichen des Internets.

Aber die Freiheit der Meinungsbildung wird auch in diesem Feld bedrängt. So wirken kommerzielle Anbieter stark auf das Handlungsfeld ein und beeinflussen die Rezipierenden auf verschiedene Weise, beispielsweise durch die Rankings der kommerziellen Plattformen YouTube und Google. Aber auch durch Schleichwerbung oder in Form von Videos, die nur scheinbar von Laien gedreht wurden und tatsächlich eine werbliche Absicht verfolgen. Leider sind die Rezipierenden häufig noch nicht sehr kompetent darin, das zu unterscheiden. Hier ist noch viel Aufklärungsarbeit zu leisten.

Das Projekt: „Empirische Exploration nichtkommerzieller Video-Tutorials im Internet“

In dem studentischen Forschungsseminar „Video-Tutorials von Jugendlichen“ der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg erforschte Dr. Katrin Valentin im Wintersemester 2014/2015 gemeinsam mit Lehramtsstudierenden das Feld der Video-Tutorials im Internet. Für ihre Exploration nutzten sie quantitative und qualitative Analysemethoden: Neben thematischen Auswertungen und Erhebungen zu Alter und Geschlecht der Autor_innen von Video-Tutorials ergänzten Introspektionen von Rezipient_innen und Produzent_innen, teilnehmende Beobachtungen von Produzent_innen der Video-Tutorials und Leitfadeninterviews mit Rezipient_innen zur Nutzung im Alltag die Datenerhebung.





„Es ist wichtig aus der Perspektive des Alltags der Jugendlichen zu denken.“

„Es ist wichtig aus der Perspektive des Alltags der Jugendlichen zu denken.“

Interview mit Nadia Kutscher

Prof.'in Dr. Nadia Kutscher ist Professorin für Soziale Arbeit und Ethik an der Universität Vechta mit den Arbeits- und Forschungsschwerpunkten Kindheit, Jugend und Internet. Für die Studie „Politische Partizipation Jugendlicher im Web 2.0“ des Deutschen Jugendinstituts und der Technischen Universität Dortmund hat sie die politische Beteiligung von Jugendlichen untersucht. Im Gespräch mit der Transferstelle politische Bildung berichtet sie über ihre Ergebnisse und deren Auswirkungen auf die politische Bildungsarbeit.

Transferstelle politische Bildung: Sehr geehrte Frau Kutscher, Sie haben zur politischen Partizipation Jugendlicher im Web 2.0 geforscht. Welche Formen der politischen Partizipation nutzen Jugendliche im Internet?

Nadia Kutscher: Die Frage ist zunächst: Was ist „politische Partizipation“ eigentlich? Ist Partizipation eher eng definiert, im Sinne von parteipolitischem Engagement, oder als die Organisation von Interessen in der Öffentlichkeit oder etwa als Ausdruck einer individuellen Forderung, die von der Politik zu lösen ist? In der Studie für das Deutsche Jugendinstitut haben wir uns für eine weite Definition entschieden, um die Nutzung digitaler Medien unterschiedlicher Zielgruppen bei der politischen Beteiligung zu sondieren.

TpB: Was haben Sie untersucht?

NK: Wir haben in unserer Studie Jugendliche aus Real-, Haupt-, und Förderschulen aus „offenen Türen“, also aus Jugendtreffs, kommunalen Kinder- und Jugendforen, Parteijugendorganisationen, Jugendverbänden und aus neuen sozialen Bewegungen wie Attac befragt. Es ging uns um Alltagspraktiken in der Nutzung digitaler Medien und wie sich die Jugendlichen politisch beteiligen. Dabei hat sich bestätigt, was schon andere Studien feststellten: Persönliche Beziehungen sind die entscheidende Grundlage für die Beteiligung von sozial benachteiligten Zielgruppen. Dabei zeigt sich, dass politische Partizipation zunächst ein Ungleichheitsproblem nach sich zieht, welches auch mit den Nutzungsformen zusammenhängt. Es existiert eine unterschiedliche Nähe zu der im bourdieuschen Sinn „legitimen“ Kultur von Beteiligung oder „legitimen“ Ausdrucksformen von Beteiligung. Viele Studien, aber auch praktische Erfahrungen, deuten darauf hin, dass vor allem die Jugendlichen aus der Mittelschicht erreicht werden.

TpB: Gibt es auch politische Beteiligungsräume für Jugendliche, die sich selbst nicht als politisch aktiv bezeichnen würden?

NK: Unsere Befragung bei benachteiligten Jugendlichen hat gezeigt, dass solche Räume kaum existieren. Beteiligung spielt sich bei ihnen vor allem außerhalb des Internets ab. Beteiligung wird in diesem Zusammenhang oft sehr beziehungsorientiert interpretiert. Die Jugendlichen kümmern sich also um bekannte Menschen aus dem lokalen Nahraum. Das ist wirklich sehr spannend, da es sich nicht um abstrakte Themen oder Ideen handelt, von denen wir zunächst ausgegangen sind.

TpB: Können soziale Netzwerke nicht diesen Beziehungscharakter annehmen und so das Engagement fördern?

NK: Hier stellt sich die Frage nach der Qualität der Beziehungen in sozialen Netzwerken. Man kann eine Form von „Pseudobeteiligung“ feststellen. Ein Klick oder das Ausfüllen einer Onlineumfrage lässt sich schnell machen, aber bei wirkmächtigerer Organisation von Beteiligung lässt sich feststellen, dass hier die ressourcenreicheren Jugendlichen deutlich stärker vertreten sind. Dies entspricht Ergebnissen der Beteiligungsforschung außerhalb des Netzes. Offensichtlich reproduziert sich die Offline-Beteiligung innerhalb der Online-Strukturen.

Für eine wirkmächtige Organisation von Interessen kommt es neben medienbezogenen Kompetenzen auch darauf an, Interessen zu organisieren und ein Anliegen zu formulieren, das auch durchsetzungsfähig ist. Allein eine Idee zu haben führt nicht automatisch dazu, dass sie dann auch von einer größeren Anzahl von Leuten mitgetragen wird. Auf kommunaler Ebene lässt sich beobachten, dass sich verschiedene Formen wie etwa der Ausdruck bzw. das Verwenden bestimmter Sprachcodes oder ob Anliegen für gerechtfertigt, durchsetzungswürdig oder unterstützungswert gehalten werden, aber auch ob man in der Lage ist, die etablierten Formen zu bedienen, auf die Beteiligung auswirken. Diese Vorgänge reproduzieren sich ebenfalls im Internet.

TpB: Welche Medienkompetenzen benötigen Jugendliche denn genau, um sich online an politischen Prozessen zu beteiligen?

NK: Dies ist abhängig vom Alltag der Jugendlichen, davon, was für sie und ihre Peers relevant ist und in welchen Kontexten sie ein Anliegen zu Gehör bringen wollen. Bei der Entwicklung dieser Fähigkeiten spielen das Elternhaus und die Peers eine wichtige Rolle. Wenn die gewählten (nicht nur) medialen Formen auch noch den so genannten „legitimen Formen“ in unserer Gesellschaft entsprechen, dann werden die Durchsetzungsspielräume größer. Wenn Jugendliche einen Lebensalltag haben, in dem ihnen die Ressourcen und die Möglichkeiten für die legitimen Formen nicht zugänglich sind und wo mediale Aktivitäten vor allem eine Entlastungsfunktion besitzen, dann ermöglicht dieser andere Alltagskontext auch keine größeren Erfolge in der Durchsetzung ihrer Interessen.

TpB: Bedeutet dies, dass auch der leichtere technische Zugang zu Onlinediensten, wie z. B. über mobile Endgeräte, keine Veränderung an den Beteiligungsformen bewirkt?

NK: Verschiedene Medienstudien zeigen klar, dass die Zugangsfrage nicht die Lösung des Problems ist, sondern die Ressourcen und die Anschlussfähigkeit an den eigenen Alltag und der Menschen, mit denen sie zu tun haben, entscheidend ist. Mit Bourdieu gesagt: das kulturelle, soziale und ökonomische Kapital.

TpB: Hätten Sie eine Empfehlung für die politische Bildung, wie sie speziell die politische Partizipation von bisher inaktiven Jugendlichen fördern kann?

NK: Es ist wichtig aus der Perspektive des Alltags der Jugendlichen zu denken, nicht etwa aus der Vermittlungsperspektive. So werden sich möglicherweise Themen auftun, die nur wenig mit politischer Bildung zu tun zu haben scheinen. Es geht aber zunächst darum, den Jugendlichen zu ermöglichen erste grundlegende Erfahrungen zu ihren Themen zu machen. Es wird eine Herausforderung bleiben, die etablierten Formen zu vermitteln, denn die Jugendlichen müssen

etwas lernen, dass aus ihrem Alltag heraus nicht unbedingt selbstverständlich ist. Es muss also zunächst an ihren Alltagspräferenzen angesetzt und aufgezeigt werden, dass sie sich in neuen Zusammenhängen bewegen und dort auch etwas verändern können. Anschließend könnte man Anknüpfungspunkte zur politischen Bildung schaffen. Der entscheidende Punkt wird aber die subjektive Betroffenheit bleiben, also die Erfahrung, dass Dinge, die sehr weit weg scheinen, Jugendliche auch ganz persönlich betreffen können. Vorerfahrungen müssen hier erst einmal durchbrochen werden, um aufzuzeigen, dass auch die Anliegen der Jugendlichen gehört werden, auch wenn unsere Gesellschaft bestimmte Hierarchisierungen dafür hat, was als legitim und anerkennenswert gilt. Diese Benachteiligung werden wir nicht einfach durch digitale Partizipationsformen überwinden, sondern dahinter liegen bestimmte Voraussetzungen und Inhalte, die sich auch mit den Neuen Medien nicht einfach ändern. Neue Medien könnten allerdings eine gewisse Sensibilisierung schaffen, als eine Form, wie das persönliche Anliegen Gehör bekommt. Ich glaube allerdings, dass die Jugendlichen hierbei begleitet werden müssen.

TpB: Der Einsatz von Medien bzw. die Mediennutzung ist also eher ein Vehikel, um die eigentlich relevanten Themen zu bearbeiten?

NK: Genau. Aus Stefan Wellings Studie über die Mediennutzung von Hauptschülern und Hauptschülerinnen lassen sich dahingehend Hinweise aus einem situativ orientierten Medien-Arbeitsmodell entnehmen. Es wird also zunächst an relevanten Themen aus dem Alltag gearbeitet und dann geschaut, wie Medien in diesem Bezug hilfreich sein könnten. Die Medien selbst verändern die Problemstellung allerdings nicht.





„Die politische Bildung sollte aus ihrer Komfortzone herauskommen.“

„Die politische Bildung sollte aus ihrer Komfortzone herauskommen.“

Interview mit Viktoria Spaiser

Dr. Viktoria Spaiser ist Soziologin und Politikwissenschaftlerin mit einem zusätzlichen Abschluss in Computer Science. Nach Stationen in Zürich, Stockholm und Uppsala ist sie seit August 2015 University Academic Fellow an der Universität von Leeds. Im Gespräch mit der Transferstelle politische Bildung stellt sie zentrale Ergebnisse Ihrer Studie „Neue Partizipationsmöglichkeiten? Wie Jugendliche mit und ohne Migrationshintergrund das Internet politisch nutzen“ vor.

Transferstelle politische Bildung: Welche Möglichkeiten zur Partizipation und Information bietet das Internet für Jugendliche?

Viktoria Spaiser: In meiner Arbeit beschreibe ich sieben Formen, wie Jugendliche das Internet zu politischen Zwecken nutzen können. Erstens können sie sich dort natürlich politisch informieren, sei es über Informationsportale, Nachrichten-Homepages, Blogs, Videos, Webseiten von politischen Gruppen oder ähnliche Angebote. Zweitens können sie auch selbst politische Informationen herstellen und diese in Form von Blogs oder Videos veröffentlichen. Drittens können Jugendliche sich über Kommentarfunktionen oder über explizite Online-Diskussionsgruppen an politischen Diskussionen beteiligen. Dann können sie das Internet viertens dazu nutzen, um für politische Aktionen zu mobilisieren, diese zu koordinieren und zu planen und politisches Networking zu betreiben. Das geschieht sehr häufig über Mailinglisten oder über Gruppen in verschiedenen Portalen. Fünftens können sie natürlich auch etablierte Formen der demokratischen Partizipation im Internet realisieren. Eine Möglichkeit wären beispielsweise Online-Wahlen – wobei diese sich bis jetzt nicht durchgesetzt haben, weil noch nicht geklärt ist, wie man beispielsweise geheime Wahlen online durchführen könnte. Andere Formen, wie Online-Petitionen, sind inzwischen etabliert und werden auch stark genutzt. Sechstens können auch Jugendliche im Internet selbst politische Aktionen/Kampagnen durchführen, also sehr prominent sind z. B. E-Mail-Protestaktionen, bei denen massenhaft Mails mit bestimmten Botschaften an Politiker oder Unternehmen verschickt werden. Und schließlich gibt es siebte noch einen Graubereich, quasi ein Äquivalent zu zivilem Ungehorsam oder direkten Aktionen, wie es sie offline im politischen Leben auch gibt. Beispiele hierfür sind etwa sogenannte „Distributed Denial of Service-Attacken“, die unter anderem von dem Hacker- und Aktivisten-Kollektiv „Anonymus“ durchgeführt werden und bei denen ein Server gezielt mit so vielen Anfragen bombardiert wird, dass das System die Aufgaben nicht mehr bewältigen kann und im schlimmsten Fall zusammenbricht. Ein anderes Beispiel ist die sogenannte „Online Direct Action“ bzw. „Web Displacement“, wenn also Webseiten gehackt werden und z. B. politische Botschaften auf diesen Webseiten veröffentlicht werden.

TpB: Welche Rolle spielt die mobile Internetnutzung, z. B. über die allgegenwärtigen Smartphones?

VS: Die gleichen Formen der politischen Beteiligung, die ich jetzt erwähnt habe, können natürlich auch über Smartphones realisiert werden. Was hinzukommt, ist, dass das viel mobiler, also zeit- und ortsunabhängig wird. Das trägt natürlich zu einer Beschleunigung bei. So kann ich beispielsweise Videos von einer Demonstration hochladen, während ich noch dort bin und muss nicht erst warten, bis ich zu Hause bin. Oder ich kann einen Tweet an alle meine Freunde schicken, um sie zu mobilisieren, auch zu der Demonstration zu kommen, an der ich gerade teilnehme. Ich kann auch sofort eine Nachricht verschicken an andere politische Beteiligte, um mich mit ihnen zu koordinieren. Zusätzlich kommt also die Echtzeit-Komponente ins Spiel, wenn man Smart-

phones als ein Mittel der politischen Internetnutzung anführt. Ansonsten gelten die gleichen Erkenntnisse wie für das Internet allgemein.

TpB: Welche Voraussetzungen brauchen Jugendliche, um politisch im Internet zu partizipieren?

VS: Die Internetkompetenz, also eben die Möglichkeit, das Internet kompetent zu nutzen, ist zentral – nicht nur für politische Partizipation, aber eben auch dafür. Und diese Internetkompetenz hängt zu einem gewissen Grad auch mit Bildung und sozialem Status zusammen. In der Tendenz ist es so, dass Jugendliche, die besser gebildet sind und aus einer sozial besser gestellten Familie stammen, eher diese Kompetenzen entwickeln und daher auch eher das Internet politisch nutzen können.

Es gibt natürlich auch andere Faktoren, die für ein politisches Engagement entscheidend sind. Es muss schon eine gewisse Motivation vorhanden sein, etwas zu tun. Sehr häufig ist das eine politische Unzufriedenheit. Es muss außerdem die Einstellung vorherrschen, dass man etwas bewirken kann mit seiner Aktion, also eine politische Wirksamkeitserwartung. Diese Faktoren sind zentral für politisches Engagement und kommen daher auch für die politische Internetnutzung zum Tragen.

TpB: Nutzen Jugendliche mit Migrationshintergrund das Internet anders als Jugendliche ohne Migrationshintergrund?

VS: Überraschenderweise nutzen Jugendliche mit Migrationshintergrund das Internet sogar häufiger als Jugendliche ohne Migrationshintergrund. Das ist deswegen überraschend, weil sie generell eher aus sozial benachteiligten Kontexten kommen. Allerdings gibt es Unterschiede zwischen den Migrantengruppen. Im Gegensatz zu Jugendlichen aus der ehemaligen Sowjetunion oder aus ost-europäischen Staaten nutzen vor allem Jugendliche mit türkischem und arabischem Hintergrund das Internet sehr stark politisch. In meiner Arbeit konnte ich feststellen, dass dies häufig mit eigenen Erfahrungen von Ausgrenzung und Diskriminierung zusammenhängt. Die Jugendlichen verspüren aufgrund dieser Erfahrungen eine sehr viel stärkere politische Unzufriedenheit. Sie haben also eine starke Motivationslage, aktiv zu werden und etwas zu tun, ihre Stimme zu erheben, weil sie von Ungerechtigkeit betroffen sind. Ein anderer Grund für die Unterschiede liegt natürlich auch in dem politischen und sozialen Umfeld der Jugendlichen. Viele Jugendliche mit einem türkischen oder arabischen Hintergrund kommen aus einem politisierten Umfeld, während beispielsweise Aussiedler-Jugendliche häufig in einem Umfeld aufwachsen, das politisch wenig interessiert ist. Auch die Themen, für die sich die Jugendlichen engagieren, unterscheiden sich. Bei deutschen Jugendlichen, die das Internet politisch nutzen, stehen vor allem Themen wie Internetfreiheit, Datenschutz und Bürgerrechte im Vordergrund, während sich Jugendliche mit Migrationshintergrund überwiegend für die eigene Migrant_innengruppe im Internet engagieren.

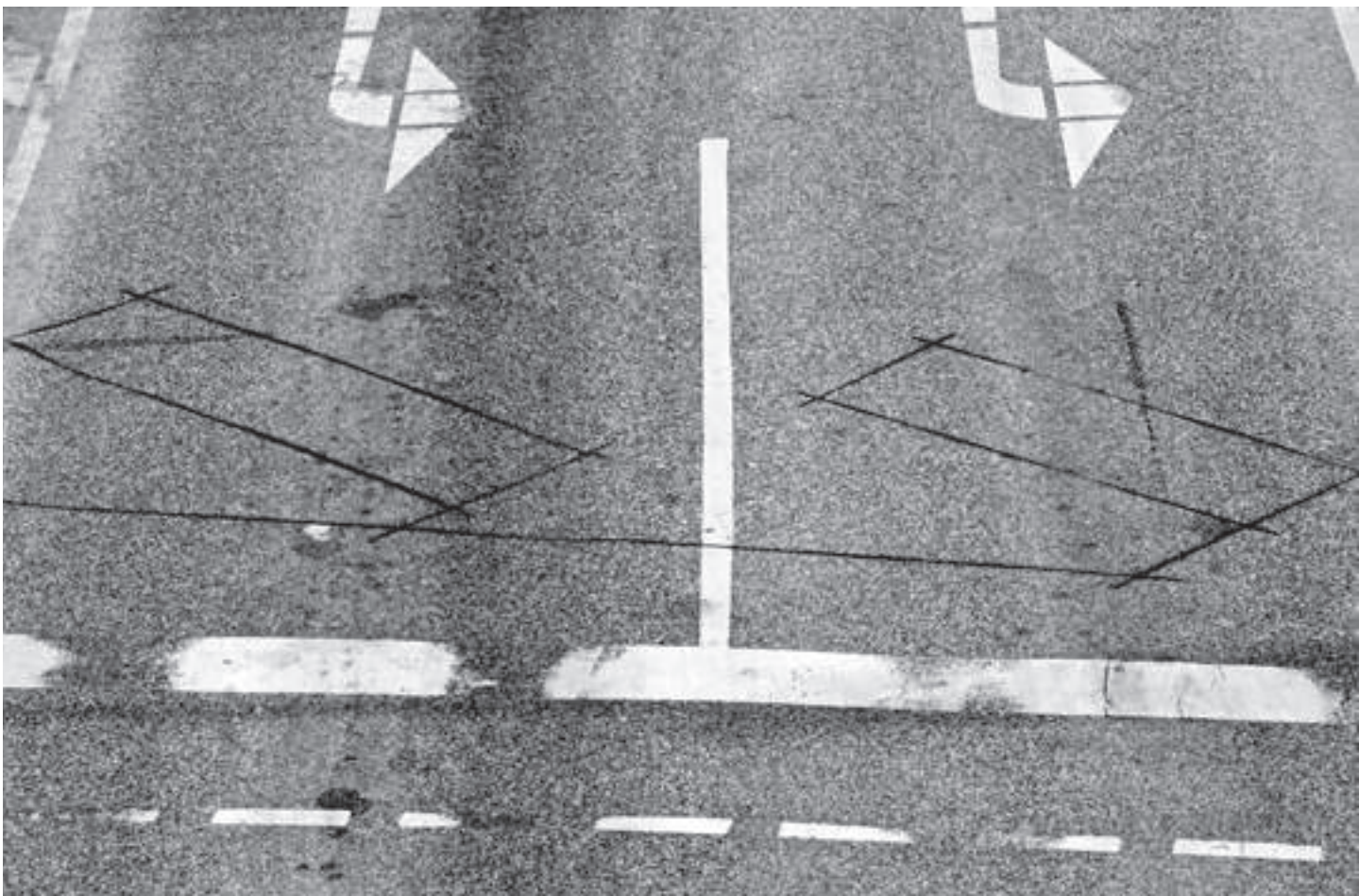
TpB: Welche Konsequenzen kann die politische Bildung aus Ihren Ergebnissen ziehen?

VS: Da das Internet auch für die Zukunft politischer Beteiligung immer zentraler wird, ist es wichtig, die Kompetenzen, die Bürgerinnen und Bürger hierfür mitbringen müssen, zu stärken. Computer- und Medienbildung sollten ein essentieller Bestandteil der Schulbildung werden. Auch der Politikunterricht sollte stärker diese neuen Beteiligungsformen, die das Internet bietet, diskutieren und auch aktiv üben, beispielsweise, indem man mit den Schülern Diskussionsbeiträge im

Internet schreibt oder schaut, welche Möglichkeiten der Partizipation es gibt und wie man sie nutzen kann. Allgemein sollte die politische Bildung aus ihrer Komfortzone herauskommen und nicht mehr darauf warten, dass die Leute auf ihr Angebot reagieren. Sie sollte sich sehr viel mehr einbringen, nämlich da, wo die Leute sind: in den Portalen, auf Plattformen wie YouTube, Facebook, Twitter und so weiter. Dort finden politische Diskussionen statt, in denen sich auch für die politische Bildung eine Einmischung lohnt, indem sie etwa reagiert, wenn Leute dort irreführende oder tendenziöse Beiträge zu politischen Themen posten, und falsch dargestellte Sachverhalte mit Fakten widerlegt oder eigene Beiträge schaltet. Also ich finde, dass politische Bildung im digitalen Zeitalter viel interaktiver und viel breiter aufgestellt sein muss, als es bisher der Fall ist.

TpB: Ist eine solche Form der politischen Bildung im Internet auch geeignet, schwer erreichbare Zielgruppen anzusprechen?

VS: Ja, ich denke schon. In meiner Untersuchung ließen selbst Jugendliche, die nicht politisch aktiv sind, durchaus politisches Interesse erkennen, wollten aber von politischen Akteuren anders angesprochen werden. So wie Unternehmen Werbung auf Facebook schalten, so könnten auch politische Institutionen dort für politische Themen und politische Aktionen werben. Die Jugendlichen können einfach draufklicken. Wenn die hinterlegten Inhalte dann auch verständlich aufbereitet sind, also die Jugendlichen nicht wieder recherchieren müssen, um überhaupt zu verstehen, um was es da geht, dann würde sie das auch ansprechen. Aber natürlich gilt auch bei diesen schwer erreichbaren Gruppen, dass man ihre Kompetenzen stärken muss, damit sie sich überhaupt im Internet beteiligen können. Hier ist die Schulbildung gefragt, denn diese Kompetenzentwicklung sollte möglichst früh beginnen.





Aktuelle Forschung auf einen Blick

Im Folgenden finden Sie eine kommentierte Liste aktueller empirischer Forschungsarbeiten, die relevante Ergebnisse zum Thema „politische Bildung und Neue Medien“ enthalten. Die Arbeiten wurden in verschiedenen Wissenschaftsdisziplinen zu heterogenen Forschungsschwerpunkten erstellt.

Der Fokus unserer Recherche lag auf den Jahren 2010 bis 2015. Ausnahmen machen Arbeiten, die Forschungsfragen behandeln, die danach (bis 2015) kaum oder nicht mehr thematisiert wurden.

Unsere Recherche und Analyse richtete sich zunächst auf Untersuchungen, die politische Bildung (Jugend- und Erwachsenenbildung sowie Schulbildung) als Forschungsgegenstand berücksichtigen. Um aber einen breiten Überblick über wissenschaftliche Erkenntnisse zu liefern, die für die Praxis politischer Bildung relevant sein können, wurde sie um Arbeiten erweitert, die möglichst direkt zu der Beantwortung von Fragen politischer Bildung beitragen.

Die Liste ist daher wie folgt gegliedert:

- Politische Kommunikation mit digitalen Medien
- (Politische) Partizipation durch digitale Medien
- Erwachsene und digitale Medien
- Kinder und Jugendliche und digitale Medien
- Digitale Medien in der schulischen und außerschulischen politischen Bildung
- Digitale Medien in der Erwachsenen- und Weiterbildung
- Schulische Bildung und digitale Medien

Alle angegebenen Titel finden Sie auch in unserer Datenbank unter: <http://transfer-politische-bildung.de/datenbank>

■ Politische Kommunikation mit digitalen Medien

Bauer, Mathias (2015): Klicks gegen TTIP. Netzaktivismus als Mittel zur Massenmobilisierung, Sankt Augustin. (17 S.)

Wie funktioniert
Netzaktivismus als Mittel zur
Massenmobilisierung?

i Basierend auf einer Auswertung der Online-Medienberichterstattung über TTIP vom 30. Juni bis 15. Dezember 2014 untersucht Mathias Bauer, wie Netzaktivismus als Mittel zur Massenmobilisierung funktionieren kann. Insgesamt konnten Anti-TTIP-Protestbündnisse die Potenziale der Online-Kommunikation besser nutzen als Befürworter. „Der Erfolg der Anti-TTIP-Kampagnen im Internet basiert im Wesentlichen auf der viralen Verbreitung einseitiger Darstellungen in den sozialen Netzwerken und der niedrigschwelligen Unterstützung von Online-Petitionen.“ (Bauer 2015, S. 1).

Download: <http://www.kas.de/wf/de/33.41601>

Bieber, Christoph/Härthe, Constantin/Thimm, Caja (2015): Erregungskampagnen in Politik und Wirtschaft – digitale Öffentlichkeit zwischen Candy- und Shitstorms, Bonn. (72 S.)

Der Bericht zum Forschungsprojekt, das 2013 bis 2014 durchgeführt wurde, zeigt auf, wie „Erregungskampagnen“ im Netz entstehen und was diese Kampagnen ausmacht. Zudem wurden Interviews geführt, die sich damit beschäftigen, wie Vertreter_innen aus den Bereichen Wirtschaft und Politik hiermit umgehen. „Was ein »Shitstorm« ist oder als solcher thematisiert wird, darüber entscheiden vor allem die etablierten Medien, die das Thema auf ihre eigene Agenda setzen oder aber völlig ignorieren.“ (Bieber/Härthe/Thimm 2015, S. 63).

Download: <http://www.bapp-bonn.de/publikationen/forschungsergebnisse/528-forschungsergebnisse-erregungskampagnen-in-politik-und-wirtschaft>

Freedom House (2015): Freedom on the Net 2015. Privatizing Censorship, Eroding Privacy, o.O. (40 S.)

Zum sechsten Mal analysierte Freedom House im Jahr 2015 die Netzfreiheit in 65 Ländern u. a. auf Grundlage von Gesetzen und Praktiken im Umgang mit dem Internet. Neben einer vergleichenden Analyse beinhaltet der Bericht auch einzelne Länderanalysen. Im deutschen Länderbericht wird u. a. die generelle Verbreitung des Internets und wer dieses bereitstellt aufgezeigt. Die Autor_innen weisen beispielsweise auf Entwicklungen bei der Vorratsspeicherung, Copyright und des Datenschutzes hin. Insgesamt weist der Bericht jedoch auf geringe Einschränkungen hin und schätzt Deutschland als „freies“ Land in Bezug auf das Netz ein.

Download: <https://freedomhouse.org/report/freedom-net/freedom-net-2015>

jugendschutz.net (Hrsg.) (2015): Rechtsextremismus online beobachten und nachhaltig bekämpfen. Bericht über Recherchen und Maßnahmen im Jahr 2014, Mainz. (24 S.)

Rechtsextremismus online
findet sich überwiegend im
Social Web.

i jugendschutz.net informiert in einem jährlichen Bericht über die eigenen Recherchen und Maßnahmen und zeigt Entwicklungen im Bereich des Rechtsextremismus online auf. Im Jahr 2014

wurden insgesamt über 6.100 rechtsextreme Webangebote gesichtet, hiervon 97 Prozent auf Facebook, YouTube, Twitter etc. Insgesamt wurden 1.762 Rechtsverstöße registriert, ein Großteil im Social Web. Dort, so die Studie, könne durch Rechtsextreme mit geringen Mitteln eine große Zahl an Jugendlichen erreicht werden. „Die vermeintliche Anonymität, die ausländische Plattformen gewähren, hat mit dazu beigetragen, dass immer häufiger zu Hass gegen Juden, Muslime, Sinti und Roma, Flüchtlinge oder Homosexuelle angestachelt wird. Immer häufiger finden sich aber auch volksverhetzende Beiträge oder Gewaltaufrufe, die User scheinbar für salonfähig halten und unter ihrem eigenen Namen veröffentlichen.“ (jugendschutz.net 2015, S. 18).

Download: <http://www.jugendschutz.net/politischer-extremismus>

Thimm, Caja et al. (2014): #Gehwählen: Der Bundestagswahlkampf 2013 auf Twitter, Bonn. (28 S.)

Die Autor_innen zeigen in ihrer Analyse des Bundestagswahlkampfes 2013 auf Twitter die Vielfalt des Zusammenhangs zwischen Twitter und der politischen Sphäre auf. Twitter erfüllt in diesem Bezug vier zentrale Funktionsbereiche: Informationsfunktion, Mobilisierungsfunktion, Stimmungsmessung sowie Interaktions- und Diskursfunktion. Es wird hervorgehoben, dass Twitter eine Erweiterung des politischen Kommunikationsrepertoires darstellt.

i Twitter stellt eine Erweiterung des politischen Kommunikationsrepertoires dar.

Download: <http://www.bapp-bonn.de/publikationen/forschungsergebnisse/382-studie-der-bundestagswahlkampf-2013-auf-twitter>

Wolf, Fritz (2015): „Wir sind das Publikum“. Autoritätsverlust der Medien und Zwang zum Dialog, Frankfurt am Main. (92 S.)

Durch das Internet und das Web 2.0 verändert sich auch die Rolle des Publikums gegenüber den Medien. In seiner Studie „Wir sind das Publikum“ beschäftigt sich Fritz Wolf mit dem „Autoritätsverlust“ der öffentlich-rechtlichen Medien und der Anforderung, mit dem Publikum in einen Dialog zu treten. Hierzu wurden Interviews mit Expert_innen geführt und die Aktivitäten von drei öffentlich-rechtlichen Sendern in die Analyse einbezogen. Eines der Ergebnisse ist, dass das Verhältnis zwischen Publikum und Medien zwar schwierig ist, dass das veränderte Verhältnis aber Chancen zur demokratischen Partizipation des Publikums bietet. Hierzu müssten öffentlich-rechtliche Medien und Politik auf Kritiker_innen zugehen und Räume für Programmkritik und Beteiligung schaffen, so der Autor.

Download: <https://www.otto-brenner-stiftung.de/otto-brenner-stiftung/aktuelles/wir-sind-das-publikum-autoritaetsverlust-der-medien-und-zwang-zum-dialog.html>

Wolling, Jens/Seifert, Markus/Emmer, Martin (Hrsg.) (2010): Politik 2.0? Die Wirkung computervermittelter Kommunikation auf den politischen Prozess, Baden-Baden. (263 S.)

Die Beiträge im Sammelband beschäftigen sich mit dem Einfluss computervermittelter Kommunikation auf Politik und politische Kommunikation. Themen sind beispielsweise die Nutzung des Internets durch Bürger_innen und politische Repräsentant_innen für politische Ziele, Barrieren medialer Partizipation und die Rolle des Netzes in Wahlkämpfen. Betrachtet werden beispielsweise Politiker_innen- und Regierungshomepages sowie neue Öffentlichkeiten im Web 2.0.

i Welchen Einfluss hat computervermittelte Kommunikation auf Politik und politische Kommunikation?

Bezugsquelle: Nomos Verlagsgesellschaft

■ (Politische) Partizipation durch digitale Medien

Alexander von Humboldt Institut für Internet und Gesellschaft (Hrsg.) (2014): Online Mitmachen und Entscheiden. Partizipationsstudie 2014, Berlin. (48 S.)

- i** Die repräsentative Studie, die in Zusammenarbeit mit TNS Infratest durchgeführt wurde, bietet einen Überblick über 13 Partizipationsangebote wie Online-Petitionen und die Beratung von Bürgerhaushalten. Dafür wurden im Jahr 2014 504 Personen online befragt. Untersucht wurde das politische Partizipationsverhalten von Internetnutzer_innen im politischen und wirtschaftlichen Bereich. Die Autor_innen liefern Informationen über die Nutzer_innen, wie und wo sie aktiv sind sowie über die Gründe der Online-Partizipation. Eines der Ergebnisse ist, dass sich rund 50 Prozent der Befragten schon einmal online an einem politischen Vorhaben beteiligt hatten.

Große Online-Beteiligung an politischen Vorhaben.

Download: <http://www.hiig.de/online-mitmachen-und-entscheiden-die-partizipationsstudie-2014>

Biermann, Ralf/Fromme, Johannes/Verständig, Dan (Hrsg.) (2014): Partizipative Medienkulturen. Positionen und Untersuchungen zu veränderten Formen öffentlicher Teilhabe, Wiesbaden. (305 S.)

- i** In dem Sammelband wird der Wandel der (politischen) Partizipation durch Internet und Web 2.0 beschrieben und eingeschätzt. „Die Grundlage für den damit angesprochenen Wandel bilden neue Technologien, die den durchschnittlichen Mediennutzer in die Lage versetzen, Medieninhalte zu archivieren, zu annotieren, zu bearbeiten und verändern, selbst zu produzieren und in Umlauf zu bringen – kurz: sich in neuartiger Weise aktiv an öffentlicher (medial vermittelter) Kommunikation und Interaktion zu beteiligen.“ (Biermann/Fromme/Verständig 2014, S. 10). Die im Band versammelten theoretischen Reflexionen und empirischen Forschungsergebnisse befassen sich u. a. mit den Implikationen der neuen Partizipationsformen für politische Bürger_innenbeteiligung.

Wie verändert sich politische Partizipation durch das Internet und das Web 2.0?

Bezugsquelle: Springer Verlag

BITKOM (2013): Demokratie 3.0. Die Bedeutung des Internets für die politische Meinungsbildung und Partizipation von Bürgern – Ergebnisse einer repräsentativen Befragung von Wahlberechtigten in Deutschland, Berlin. (27 S.)

- i** Im Jahr 2013 wurden im Auftrag von BITKOM (Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e. V.) rund 1000 Erwachsene ab 18 Jahren nach der Bedeutung des Internets für die politische Meinungsbildung und Partizipation von Bürger_innen befragt. Die Studie zeigt auf, dass sich zwar immer noch 91 Prozent der Gesamtbevölkerung überwiegend im Fernsehen, aber bereits 60 Prozent im Web informierten. Im Internet dominierten die Angebote klassischer Medien bei der Informationssuche (84 Prozent), nur eine Minderheit nutzte die Online-Angebote von Parteien, Politiker_innen und Ministerien. Im Internet politisch aktiv waren bereits 41 Prozent der Befragten, bei den jüngeren Erwachsenen lag dieser Anteil bei 55 Prozent. Am häufigsten wurden E-Petitionen genutzt. Dreiviertel der Befragten sahen das Internet als Möglichkeit, in einen direkten Dialog mit Politiker_innen zu kommen. 55 Prozent konnten sich vorstellen online wählen zu gehen. 37 Prozent glaubten auch, dass die Internetnutzung von Parteien und Politiker_innen wahlentscheidend sein kann. Dennoch hatten nur 54 Prozent geringes

Viele Bürger_innen können sich vorstellen online wählen zu gehen.

Vertrauen in die Internetkompetenz von Parteien. Sie wünschten sich zu 96 Prozent bzw. 95 Prozent, dass sich die Bundesregierung mehr um die Themen Datenschutz und Cyberkriminalität kümmert.

Download: <https://www.bitkom.org/Bitkom/Publikationen/Studie-Demokratie-30.html>

Hanel, Katharina/Marschall, Stefan (2014): Der Einsatz von Online-Tools durch Parteien. Am Beispiel von onlineantrag.spd.de. In: Voss, Kathrin (Hrsg.) (2014): Internet und Partizipation. Bottom-up oder Top-down? Politische Beteiligungsmöglichkeiten im Internet, Wiesbaden, S. 193-201.

Im Sammelbandeintrag beschreiben die Autor_innen die Ergebnisse der Fallstudie zur kooperativen Online-Plattform onlineantrag.spd.de. Im Jahr 2011 konnten hier Parteimitglieder und Nichtmitglieder bei der Erstellung eines Leitantrags mitwirken. Es wird aufgezeigt, dass die Möglichkeit der Mitsprache von Parteimitgliedern effektiv ermöglicht wurde, trotzdem sei das Online-Antragsverfahren von top-down-Strukturen geprägt gewesen. Es sei daher fraglich, ob es sich nur um eine symbolische Öffnung handele oder um eine Stärkung der „party on the ground“, so die Autor_innen.

Bezugsquelle: Springer Verlag



Koch, Giordano/Rapp, Maximilian/Hilgers, Dennis (2014): Open Innovation für Parteien. Wie politische Parteien von neuen Formen der Mitglieder- und Bürgerpartizipation profitieren können. In: Voss, Kathrin (Hrsg.) (2014): Internet und Partizipation. Bottom-up oder Top-down? Politische Beteiligungsmöglichkeiten im Internet, Wiesbaden, S. 203-222.

i Im Sammelbandeintrag stellen die Autoren die wissenschaftliche Begleitung und Evaluation eines Online-Konsultationsverfahrens der CSU unter www.meine-zukunftoberbayern.de aus dem Jahr 2012 vor. Hierbei handelte es sich um ein Experiment zur systematischen Öffnung im virtuellen Raum. Auch distanziertere und bislang eher gering involvierte Personen brachten sich nach einem offenen Aufruf ein. „Der hier beschriebene Fall zeigt eindrucksvoll, dass Open Innovation-Ansätze von den Bürgern positiv angenommen, nachhaltig genutzt werden und in kürzester Zeit zu einem Rücklauf von 271 Ideen führte.“ (Koch/Rapp/Hilgers 2014, S. 218).

Wie können Parteien von neuen Formen der Mitglieder- und Bürger_innen-partizipation profitieren?

Bezugsquelle: Springer Verlag

Scherer, Sabrina/Wimmer, Maria (2015): Vertrauensförderung in E-Partizipation. Analyse von Gefahrenpotentialen und Sicherheitsanforderungen. In: Datenschutz und Datensicherheit. 39/5 2015, Wiesbaden, S. 295-302.

Im Beitrag von Sabrina Scherer und Maria Wimmer wird untersucht, welchen Einfluss mangelhafte IT-Sicherheits- und Datenschutzmaßnahmen auf das Vertrauen in E-Partizipationsanwendungen haben. In ihre IT-Sicherheitsanalyse wurden eine Literaturanalyse, sowie eine Analyse unterschiedlicher E-Partizipationsportale (u. a. Bürgerhaushalte, Parteiennetzwerke und die E-Partizipationsplattform des Bundestags) einbezogen. Sie zeigen auf, welche schützenswerten Güter und potentielle Risiken es gibt, um hieraus Sicherheitsanforderungen und Maßnahmen zu entwickeln. Hierzu zählen u. a. Integrität, Authentizität, Verfügbarkeit und Vertraulichkeit. Daneben sind eine Transparenz des Beteiligungsverfahrens und der Moderation sowie eine seriöse Beteiligung zu gewährleisten. Nicht zuletzt darf die Beteiligung nicht beeinflusst werden.

Bezugsquelle: Springer Verlag

Schmidt, Jan-Hinrik/Johnsen, Katharina (2014): On the Use of the E-Petition Platform of the German Bundestag, Berlin. (49 S.)

i Jan-Hinrik Schmidt und Katharina Johnsen beschreiben die Ergebnisse ihrer Untersuchung zur E-Petitionsplattform des Deutschen Bundestags, in der Daten aus dem Zeitraum 2008 bis 2013 analysiert wurden. 2013 wurde zudem eine Umfrage der Plattformnutzer_innen durchgeführt. Es wird aufgezeigt, dass die Möglichkeiten eine Petition einzureichen oder zu unterzeichnen nicht von allen Bürger_innen gleichermaßen genutzt wurden. Im Vergleich zur Gesamtbevölkerung, aber auch zur Gruppe der Internetnutzer_innen, waren bei den Plattformnutzer_innen Männer, jüngere Personen und solche mit einem formal höheren Bildungshintergrund überrepräsentiert. Zudem waren die Nutzer_innen politisch aktiver als die Gesamtbevölkerung.

Die Möglichkeiten von E-Petitionen werden nicht von allen gleichermaßen genutzt.

Bezugsquelle: Springer Verlag

Schütte, Christian (2012): Zur Funktion von Hass-Zuschreibungen in Online-Diskussionen: Argumentationsstrategien auf islamkritischen Websites. In: Meibauer, Jörg (Hrsg.) (2012): Hassrede/Hate Speech. Interdisziplinäre Beiträge zu einer aktuellen Diskussion, Gießen, S. 121-142.

Christian Schütte analysiert in seinem Beitrag Hass-Zuschreibungen in Online-Diskussionen auf Grundlage von Argumentationsstrategien auf zwei islamkritischen Websites. Er arbeitet drei Grundformen der Begründung von Hass heraus: (1) Hass als Reaktion auf den Hass der Anderen, (2) Hass als Reaktion auf Brutalität, (3) Hass begründet durch negative persönliche Erfahrungen. Er stellt heraus, dass der Hass oft nicht offen geäußert wurde und es keine homogene Masse der Islamkritiker_innen gab. „Hass scheint als ein Gefühl zu gelten, das so wenig gesellschaftsfähig ist, dass man sich zum einen davon distanziert und zum anderen stattdessen der Gegenseite dieses Gefühl zuschreibt.“ (Schütte 2012, S. 139).

Download: <http://geb.uni-giessen.de/geb/volltexte/2013/9251>

i
Wie werden Hass-Zuschreibungen in Online-Diskussionen begründet?

Vowe, Gerhard (2014): Digital Citizens und Schweigende Mehrheit: Wie verändert sich die politische Beteiligung der Bürger durch das Internet? Ergebnisse einer kommunikationswissenschaftlichen Langzeitstudie. In: Voss, Kathrin (Hrsg.) (2014): Internet und Partizipation. Bottom-up oder Top-down? Politische Beteiligungsmöglichkeiten im Internet, Wiesbaden, S. 25-52.

Der Beitrag enthält die Ergebnisse eines Panels, das zwischen 2002 und 2009 in Form einer repräsentativen Bevölkerungsumfrage durchgeführt wurde. Hierbei wurden die Personen zu allen ihren politischen Kommunikationsaktivitäten befragt. Auf individueller Ebene zeigten sich nur kleine Veränderungen in der individuellen politischen Kommunikation, aber insgesamt gab es starke Veränderungen in der politischen Information. Diese Veränderungen sind beeinflusst von Alter, Bildung und politischem Interesse. Etwa die Hälfte der Bevölkerung wird der „Schweigenden Mehrheit“ zugeordnet. Diese Gruppe macht „um jegliche politische Kommunikation einen weiten Bogen“ (Vowe 2014, S. 40). Das Alter in dieser Gruppe liegt dabei über dem Durchschnitt, der Bildungsgrad darunter. Eine weitere Gruppe, die laut Autor ein besonderes Augenmerk verdient, sind die „Digital Citizens“ (15 Prozent), deren politische Kommunikationsaktivitäten stark durch die Online-Medien bestimmt sind. Diese eher junge Gruppe informiert sich größtenteils im Netz und partizipiert dort zum Teil auch, wobei das politische Engagement unterschiedlich ausgeprägt ist. Vowe zeigt auf, dass sich hier ein neues Elite-Segment entwickelt, diese Personen in gesellschaftliche Schlüsselpositionen hereinwachsen und so die politische Kommunikation zunehmend verändern werden. Der Autor geht davon aus, dass die spezifische Logik der Online-Medien an Bedeutung für die politische Kommunikation zunimmt. Ein schnellerer Takt, eine Themensetzung, die sich daran orientiert, dass Themen geliked, geshared und kommentiert werden können, sowie veränderte Akteurskonstellationen sieht er als Konsequenzen.

Bezugsquelle: Springer Verlag

i
Etwa die Hälfte der Bevölkerung gehört zur „Schweigenden Mehrheit“.

Valentin, Katrin (Hrsg.) (2015): Empirische Exploration nichtkommerzieller Video-Tutorials im Internet. Dokumentation eines Studentischen Forschungsprojektes, Nürnberg. (235 S.)

Das studentische Forschungsprojekt unter Leitung von Katrin Valentin beschäftigte sich mit dem Thema Video-Tutorials. Aus der Forschung kann geschlossen werden, dass nicht nur junge Menschen Tutorials produzieren, auch wenn der Anteil der jüngeren Produzent_innen überwiegt.

i
Nicht nur junge Menschen nutzen Video-Tutorials.

Der Forschungsbericht gibt einen ersten Überblick über das Phänomen, wer zu welchen Themen Tutorials produziert. Hierzu zählen auch politische Themen.

Download: <http://www.paed2.phil.uni-erlangen.de/mitarbeiter/personal.shtml/katrin-valentin.shtml>

■ Erwachsene und digitale Medien

Deutsches Institut für Vertrauen und Sicherheit im Internet (DIVSI) (Hrsg.) (2012): DIVSI Milieu-Studie zu Vertrauen und Sicherheit im Internet, Hamburg. (167 S.)

i Die Milieu-Studie zu Vertrauen und Sicherheit im Internet aus dem Jahr 2012 stellt auf Grundlage einer Befragung von rund 2.000 Personen dar, wie neue interaktive Möglichkeiten des Netzes gelebt und verstanden werden. Untersucht wurden auch der Umgang mit Daten und den einhergehenden Risiken. Anhand des Milieu-Ansatzes wird aufgezeigt, wie sich verschiedene Bevölkerungsgruppen hierbei unterscheiden. Insgesamt fühlten sich 39 Prozent mit dem Thema Sicherheit im Internet überfordert, wobei diese Unsicherheit je nach Milieu unterschiedlich ausgeprägt war. Die von den Autor_innen definierten Milieus reichen von „Digital Outsiders“ 39 Prozent (offline oder verunsichert im Umgang mit dem Internet) über „Digital Immigrants“ 20 Prozent (selektive Internetnutzung) bis „Digital Natives“ 41 Prozent (digitale Welt als wesentlicher Lebensbereich).

Unsicherheiten im Netz sind je nach Milieu unterschiedlich.

Download: <https://www.divsi.de/publikationen/studien/divsi-milieu-studie>

Emmer, Martin/Vowe, Gerhard/Wolling, Jens (2012): Bürger online – Die Entwicklung der politischen Online-Kommunikation in Deutschland, Konstanz. (346 S.)

Die Veröffentlichung zur Langzeitstudie „Politische Online-Kommunikation“ zeigt auf, wie Bürger_innen und Bürger das Internet zur politischen Kommunikation nutzen. Die Autoren sehen darin einen grundlegenden Wandel der gesellschaftlichen Kommunikation. Hierbei geht es nicht nur um die Fragen, wie Information und Diskussion stattfinden, sondern auch darum, wie Menschen ihre politische Meinung im Internet öffentlich machen. Daneben wird die Kommunikation von Parteien und Medien beschrieben.

Bezugsquelle: UVK Verlagsgesellschaft

Frees, Beate/Koch, Wolfgang (2015): Internetnutzung: Frequenz und Vielfalt nehmen in allen Altersgruppen zu. Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2015. In: Media Perspektiven 9/2015, Frankfurt am Main, S. 366-377.

i Im Auftrag der ARD/ZDF-Medienkommission wird seit 1997 eine Befragung zur Onlinenutzung durchgeführt. Im Jahr 2015 nutzten 79,5 Prozent aller Personen ab 14 Jahren das Internet, wobei fast 100 Prozent der 14- bis 49-Jährigen das Internet nutzen. Die allgemein zunehmende Nutzung des Internets geht vor allem auf die steigenden Zahlen bei älteren Erwachsenen zurück. Zudem wuchs die Nutzungsintensität. 63 Prozent der Bevölkerung ging täglich ins Netz. Es gab eine besondere Intensität bei Nutzer_innen, die über einen mobilen Zugang ins Internet gehen. Durchschnittlich gingen die Befragten 108 Minuten online, mit mobilem Zugang erhöhte

63 Prozent der Bevölkerung gingen 2015 täglich ins Internet.

sich die Nutzungsdauer auf 158 Minuten. Die meiste Zeit wurde im Internet für Kommunikation genutzt, gefolgt von Informationssuche und Medieninhalten wie Videos.

Download: <http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/index.php?id=535>

Hohmann, Daniela/Faas, Thorsten (2014): Politik – gefällt mir?! Soziale Online-Netzwerke als neue Quelle politischer Information. In: Voss, Kathrin (Hrsg.) (2014): Internet und Partizipation. Bottom-up oder Top-down? Politische Beteiligungsmöglichkeiten im Internet, S. 247-261.

Thorsten Faas und Daniela Hohmann untersuchten auf der Grundlage von Daten einer Panel Bevölkerungsumfrage aus den Jahren 2011 und 2012 die politische Nutzung von Facebook. Die Autor_innen zeigen auf, dass besonders jüngere Nutzer_innen hier politisch aktiv waren. „Soziale Online-Netzwerke öffnen also einen Spalt für politische Akteure, um mit einer Zielgruppe in Kontakt zu treten, die generell für Politik und klassische Massenmedien als schwer erreichbar gilt.“ (Hohmann/Faas 2014, S. 258). Insgesamt war jedoch das politische Interesse ausschlaggebend für die politische Facebooknutzung. Die formale Bildung hatte zwar Einfluss darauf, ob Personen häufiger politische Beiträge anderer Nutzer_innen wahrnahmen, jedoch nicht auf das Posten politischer Beiträge oder die Zahl politischer Likes.

Bezugsquelle: Springer Verlag

i Besonders jüngere Nutzer_innen sind politisch auf Facebook aktiv.

Initiative D21 (2015): D21-Digital-Index 2015. Die Gesellschaft in der digitalen Transformation, Berlin/München. (68 S.)

Seit 2013 untersucht die Initiative D21 den Digitalisierungsgrad in Deutschland. Auch 2015 wurden rund 33.000 Personen zu Zugang, Offenheit, Kompetenzen und Nutzungsvielfalt befragt. Der Anteil der Internetnutzer_innen lag bei rund 78 Prozent. Dennoch sei es alarmierend, dass weiterhin die wenig erreichten Zielgruppen durch Alter, Geschlecht und geringeres Bildungsniveau gekennzeichnet seien, so die Autor_innen. Sie folgern, dass zielgruppenspezifische Angebote ausgebaut werden sollten.

Download: <http://www.initiaved21.de/portfolio/d21-digital-index-2015>

Initiative D21 (2014): Mobile Internetnutzung 2014. Gradmesser für die digitale Gesellschaft, Berlin. (24 S.)

Ergänzend zum Digital-Index der Initiative D21 wurden 2014 rund 1000 Interviews zur mobilen Internetnutzung durchgeführt. Die Befragung stellte heraus, dass über die Hälfte der deutschen Bevölkerung (54 Prozent) das mobile Internet nutzte, auch wenn die meisten Anwendungen über das stationäre Internet genutzt wurden. Trotz der massiven Nutzung gaben 67 Prozent an, dass durch das mobile Internet die Kommunikation zwischen Menschen immer oberflächlicher werde. Hierneben sahen rund die Hälfte aber auch positive Effekte wie einen Einfluss auf die deutsche Wirtschaft und die Möglichkeit zur besseren Information.

Download: <http://www.initiaved21.de/portfolio/mobile-internetnutzung-2014>

i Über die Hälfte der Bevölkerung nutzte 2014 das mobile Internet.

Rammstedt, Beatrice et al. (2012): PIAAC 2012: Die wichtigsten Ergebnisse im Überblick, Münster. (28 S.)

Die internationale PIAAC Studie aus dem Jahr 2012 gibt einen Überblick über Lese- und alltagsmathematische Kompetenzen sowie technologiebasierte Kompetenzen von 16- bis 65-jährigen Erwachsenen. „Fokussiert wird hierbei auf die Bewältigung alltäglicher Probleme, die typischerweise durch die Nutzung von Informations- und Kommunikationstechnologien gelöst werden oder sich in diesem Zusammenhang erst ergeben können, zum Beispiel die passende Information aus dem Internet auswählen oder Daten in einer Tabelle übersichtlich sortieren.“ (Rammstedt et al. 2012, S. 61). Deutschland lag bei diesen Kompetenzen im Mittelfeld und hatte einen eher geringen Anteil an Personen, die nicht mit dem PC umgehen konnten (12 Prozent). Personen mit eher geringen Kompetenzen beteiligten sich auch weniger an Weiterbildungsmaßnahmen. Nur 7 Prozent der deutschen Studienteilnehmer_innen verfügten über Kompetenzen auf der höchsten Stufe.

Download: <http://www.gesis.org/piaac/piaac-home>

Schenk, Michael/Jers, Cornelia/Gölz, Hanna (2013): Die Nutzung des Web 2.0 in Deutschland. Verbreitung, Determinanten und Auswirkungen, Baden-Baden. (289 S.)

Wer nutzt das Web 2.0 und in welchem Ausmaß?

i In der Publikation zum Forschungsprojekt „Die Diffusion der Medieninnovation Web 2.0: Determinanten und Auswirkungen aus der Perspektive des Nutzers“ geht es um die Verbreitung des Web 2.0 in der deutschen Gesellschaft. Neben der individuellen Nutzung wurden in dem Projekt das Verhalten in sozialen Netzwerken und Auswirkungen auf die Gesellschaft analysiert, d. h. Nutzer_innengruppen, deren Motive und Nutzungsintensität sowie deren Einstellung zur Offenbarung von Daten. Insgesamt war die lebensweltliche Relevanz des Web 2.0 hoch und vor allem jüngere Befragte waren sehr aktiv in den sozialen Medien. Die Nutzung von Web 2.0 steht in einem zum Teil starken Zusammenhang mit der Gestaltung und Pflege von Online- und Offline-Beziehungen. Eine große Gruppe der befragten Personen partizipierte und produzierte im Web 2.0. Sie wünschten sich unter anderem Informationen, Unterhaltung und wollten etwas Neues erfahren. Ein wesentlicher Einflussfaktor für die Aktivität im Web 2.0 ist das Vertrauen in die eigene Selbstwirksamkeit. Weder Geschlecht noch Bildungshintergrund hatten einen starken Einfluss auf die Nutzung.

Bezugsquelle: Nomos Verlagsgesellschaft

■ Kinder und Jugendliche und digitale Medien

Aufenanger, Stefan/Gerlach, Franz/Brandt, Alexandra (2008): Vorschulkinder und Computer. Sozialisationseffekte und pädagogische Handlungsmöglichkeiten in Tageseinrichtungen für Kinder, o.O. (74 S.)

Der Einsatz von Computern im Vorschulalter kommt vielen Bildungszielen entgegen.

i Die Studie im Auftrag der Hessischen Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien (LPR Hessen) beschäftigte sich mit Fragen der Mediensozialisation und Bildungsprozessen von Vorschulkindern im Umgang mit Computern in Kindertageseinrichtungen. Hierzu wurden in insgesamt sechs Einrichtungen Kinder, Eltern und Erzieher_innen in die Forschung einbezogen sowie die verwendete Software analysiert. Die Projektergebnisse zeigen, „dass ein gezielter

Einsatz des Computers – neben anderen Medien – vielen Bildungs- und Erziehungszielen entgegenkommt und geeignet ist, die Kinder in ihrer Entwicklung voran zu bringen (Aufenanger/Gerlach/Brandt 2008, S. 71).

Download: http://www.lpr-hessen.de/files/Forschungsbericht_VersionInternet.pdf

BITKOM (2014): Jung und vernetzt. Kinder und Jugendliche in der digitalen Gesellschaft, Berlin. (82 S.)

In der Studie „Jung und Vernetzt“ von BITKOM (Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e. V.) aus dem Jahr 2014 wurden das Nutzungsverhalten und die Erfahrungen im Web von 6 bis 18-jährigen Kindern und Jugendlichen erfragt. In der Veröffentlichung werden die Veränderungen in Nutzung und Umgang mit dem Web in den verschiedenen Altersstufen aufgezeigt. So stieg die Dauer der Internetnutzung mit wachsendem Alter von 11 Minuten bei 6- bis 7-Jährigen auf 115 Minuten bei 16- bis 18-Jährigen. Von den 16- bis 18-Jährigen konnten 26 Prozent eigene Websites erstellen, 24 Prozent programmieren. Insgesamt nutzten Kinder und Jugendliche zu 75 Prozent das Internet um Filme und Videos online anzuschauen, 55 Prozent um zu spielen und 53 Prozent um Informationen zu ihren Hobbys zu suchen. Kinder näherten sich dem Internet eher über die Mediennutzung (zum Beispiel über Videos und Musik), bei Jugendlichen (16 bis 18 Jahre) war die Internetnutzung vielfältiger, sie teilten auch häufiger Informationen im Internet (72 Prozent). Nach dem Fernsehen (81 Prozent) gaben 63 Prozent der Jugendlichen zwischen 16 und 18 Jahren an, soziale Netzwerke als wichtigste Informationsquelle zu nutzen.

Download: <http://bit.ly/1Nk0yag>



Die Dauer der Internetnutzung wächst mit steigendem Alter.



Bos, Wilfried et. al. (Hrsg.) (2014): ICILS 2013. Computer- und informationsbezogene Kompetenzen von Schülerinnen und Schülern in der 8. Jahrgangsstufe im internationalen Vergleich, Münster/New York. (328 S.)

In der internationalen Vergleichsstudie aus dem Jahr 2013 wurden die computer- und informationsbezogenen Kompetenzen von Schüler_innen der achten Klasse erfasst. Diese lagen in Deutschland im OECD-Durchschnitt, wobei viele Schüler_innen Kompetenzen im mittleren Bereich aufwiesen. 30 Prozent besaßen Kompetenzen, die sich auf den unteren Kompetenzstufen befanden. Die Studie stellt zudem heraus, dass der Einfluss der sozialen Herkunft groß ist. Von den Autor_innen wird gefordert, diesen Einfluss durch das Bildungssystem auszugleichen. Empfohlen werden hierzu beispielsweise Kooperationen von schulischen und außerschulischen Bildungseinrichtungen.

Download: <http://bit.ly/1RJcWC0>

Deutsches Institut für Vertrauen und Sicherheit im Internet (DIVSI) (Hrsg.) (2015): DIVSI U9-Studie. Kinder in der digitalen Welt, Hamburg. (148 S.)

i Auf das Milieu kommt es an: nicht alle Kinder sind „Digital Natives“.

Die Studie des Deutschen Instituts für Vertrauen und Sicherheit im Internet aus dem Jahr 2015 beschäftigt sich mit der digitalen Sozialisation von 3- bis 8-jährigen Kindern. Mit Hilfe des Milieu-Ansatzes wird aufgezeigt, dass nicht alle Kinder „Digital Natives“ sind. Es kommt hierbei auf das Milieu an, in dem die Kinder aufwachsen, denn vorherrschende soziale Ungleichheiten reproduzieren sich im Netz. Zwar konnte herausgefunden werden, dass alle Kinder gerne spielen, was sie spielen unterscheidet sich jedoch nach dem Bildungshintergrund der Eltern. Der Umgang mit digitalen Medien war für die befragten Eltern sehr wichtig: 65 Prozent glaubten, dass Kinder den Umgang mit Neuen Medien von klein auf lernen müssen. In Familien mit geringem formalem Bildungsgrad wurde mehr Zeit mit digitalen Medien verbracht, bei der gleichzeitigen Überzeugung, dass Kinder nur wenig Anleitung und Begleitung dafür benötigen.

Download: <https://www.divsi.de/publikationen/studien/divsi-u9-studie-kinder-der-digitalen-welt>

Deutsches Institut für Vertrauen und Sicherheit im Internet (DIVSI) (Hrsg.) (2014): U25 Studie - Kinder, Jugendliche und junge Erwachsene in der digitalen Welt, Hamburg. (179 S.)

i 2014 nutzten 98 Prozent der 14- bis 24-Jährigen das Internet.

Für die Studie, durchgeführt vom Sinus-Institut Heidelberg, wurden rund 1.500 Kinder, Jugendliche und junge Erwachsene zwischen 9 und 24 Jahren computergestützt online interviewt. Themen waren unter anderem Nutzungsformen, Denk- und Handlungslogiken sowie der lebensweltliche Hintergrund der Befragten. Die Studie zeigt Veränderungsprozesse im Lebensalltag und bezüglich des Vertrauens in die Sicherheit des Internets auf. Ein Ergebnis ist, dass circa 98 Prozent der 14- bis 24-Jährigen das Internet nutzten, bei den 9- bis 13-Jährigen waren es 86 Prozent. Die Befragten nutzten das Internet vorrangig für Kommunikation und Unterhaltung. Formal höher gebildete Kinder und Jugendliche nutzten das Internet vermehrt zu Informations- und Bildungszwecken. Viele waren überfordert bei Sicherheits- und Privatsphärenfragen und wiesen zugleich ein differenziertes Risikobewusstsein auf. Auch Souveränität und Sicherheit stellten sich als abhängig vom Bildungsgrad heraus. Bei Fragen wendeten sich die Jugendlichen häufig an Gleichaltrige und schrieben sich schon früh eine höhere Internetkompetenz als Eltern und Lehrkräfte zu.

Download: <https://www.divsi.de/publikationen/studien/divsi-u25-studie-kinder-jugendliche-und-junge-erwachsene-in-der-digitalen-welt/1-einfuehrung-3>

Kutscher, Nadia et. al. (2015): Politische Netzwerkaktivitäten junger Menschen. In: Forschungsverbund Deutsches Jugendinstitut e. V./Technische Universität Dortmund (Hrsg.): Politische Partizipation Jugendlicher im Web 2.0 – Chancen, Grenzen, Herausforderungen, Dortmund, S.109-176.

Im Teilbericht zur Expertise stellen die Autor_innen ihre Ergebnisse von Gruppendiskussionen und Interviews mit Jugendlichen aus verschiedenen Milieus dar. Die Exploration sollte Aufschluss darüber geben, was politische Netzaktivitäten Jugendlicher sind und wie sich deren politische Bildungsaktivitäten vollziehen. Hierbei werden unterschiedliche (online und offline) Beteiligungsweisen vorgestellt und auch der Politik- und Engagementbegriff der Jugendlichen diskutiert. Die Autor_innen weisen auf habituelle Prägungen hin, wie Engagement und politisches Handeln von den Jugendlichen verstanden wurden. Ressourcenbenachteiligte Jugendliche nutzten das Internet außerdem besonders oft zu Unterhaltungszwecken und waren fokussiert auf Anbieter wie YouTube oder Facebook.

Download: http://www.forschungsverbund.tu-dortmund.de/fileadmin/Files/Freiwilliges_Engagement/2015-01_Expertisen_Polit_Partizipation_WEB_2-0.pdf

Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (Hrsg.) (2014): JIM 2014. Jugend, Information, (Multi-) Media. Basisstudie zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger in Deutschland, Stuttgart. (71 S.)

Die JIM-Studie, die seit 1998 jährlich durchgeführt wird, beschäftigt sich mit dem Umgang 12- bis 19-jähriger Jugendlicher mit Informationen und Medien. 2014 besaßen 88 Prozent der Jugendlichen ein Smartphone, 76 Prozent einen eigenen PC oder Laptop. Spielen war eine besonders verbreitete Nutzungsform: 69 Prozent spielten regelmäßig PC-Spiele. Auch konnte beobachtet werden, dass der mobile Zugang eine immer größere Rolle spielt. Die Jugendlichen vertrauten am wenigsten der Internetberichterstattung (17 Prozent) gegenüber der Berichterstattung in der Tageszeitung (40 Prozent). Trotzdem bezogen 42 Prozent ihr Weltwissen und Informationen über andere Länder aus dem Internet.



88 Prozent der Jugendlichen besaßen 2014 ein Smartphone.

Download: <http://www.mpfs.de/index.php?id=631>

Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (Hrsg.) (2014): KIM Studie 2014. Kinder+Medien, Computer+Internet. Basisuntersuchung zum Medienumgang 6- bis 13-Jähriger, Stuttgart. (81 S.)

In der als Langzeitprojekt angelegten Basisstudie des Medienpädagogischen Forschungsverbunds Südwest wird der Stellenwert von Medien bei Kindern im Alter zwischen 6 und 13 Jahren untersucht. Seit 1999 werden jeweils 1.200 Kinder und deren Mütter befragt. Hieraus resultiert ein jährlicher Bericht. Die Themen sind unter anderem Computer- und Internetnutzung, Einstellungen zu Computer und Internet, Lernprogramme, Medienausstattung und Medienbindung. Einige der Ergebnisse sind, dass 2014 fast jedes zweite Kind ein Handy oder Smartphone besaß, 21 Prozent besaßen einen PC oder Laptop. Rund 76 Prozent nutzten selten ein Handy oder einen Laptop, 30 Prozent hatten Kontakt mit PCs in der Schule. 71 Prozent der Kinder suchten einmal

pro Woche nach Informationen in Suchmaschinen, außerdem besuchten 48 Prozent einmal pro Woche oder häufiger soziale Netzwerke. Auch PC- oder Konsolenspiele waren für Kinder wichtig; 62 Prozent spielten wöchentlich.

Download: <http://www.mpfs.de/?id=646>

Schnetzer, Simon (2014): Toleranz Online 2014. Eine Jugendstudie über Respekt, Sicherheit und Freiheit im Internet, Hamburg. (48 S.)

Für die Studie wurden 2014 insgesamt 872 junge Menschen zwischen 14 und 34 Jahren befragt. Das Open Science-Projekt beschäftigt sich mit Respekt, Sicherheit und Freiheit im Internet. Die Jugendlichen und jungen Erwachsenen wurden selbst in die Studienentwicklung einbezogen. Themen waren unter anderem das Nutzungsverhalten, Meinungsbildung und Meinungsäußerung online vs. offline sowie Einstellungen und Verhalten bezüglich Respekt und Toleranz. Eines der Ergebnisse ist, dass 58 Prozent der 14- bis 17-jährigen Studienteilnehmer_innen schon negative Erfahrungen im Internet gemacht haben, wobei 49 Prozent der Befragten beleidigt, 14 Prozent gestalkt und 12 Prozent bedroht wurden.

Bezugsquelle: Diplomica Verlag

Shell Deutschland (2015): Jugend 2015. 17. Shell Jugendstudie, Frankfurt am Main. (448 S.)

- i** Für die Shell Jugendstudie wurden 2015 2.558 Jugendliche im Alter von 12 bis 25 Jahren befragt. Ein Befragungsteil nimmt auch deren Internetnutzung in den Blick. Insgesamt nutzten fast alle befragten Jugendlichen (99 Prozent) Internetzugänge, wobei 47 Prozent der Jugendlichen aus der oberen Schicht drei oder mehr Zugänge nutzten. Die Jugendlichen waren durchschnittlich 18 Stunden online. In der Studie werden drei Bereiche jugendlicher Internetaktivitäten herausgearbeitet: Unterhaltung, Information und interaktiver Austausch. Jüngere Jugendliche waren eher im Bereich Unterhaltung aktiv. Das Nutzungsverhalten differenziert sich mit steigendem Alter aus. Informationen werden für ältere Jugendliche wichtiger, wobei Jugendliche aus höheren Herkunftsschichten das Internet besser und häufiger in diesem Hinblick nutzten. Alle Jugendlichen, so die Autor_innen, möchten im Sozialraum Internet dabei sein. Trotzdem äußerten sie sich zum Teil kritisch zu Angeboten im Netz, zum Beispiel gab die Mehrheit an, dass Konzerne wie Google oder Facebook mit ihren Angeboten das Internet beherrschen wollen.

Bezugsquelle: S. Fischer Verlag

Spaiser, Viktoria (2013): Neue Partizipationsmöglichkeiten? Wie Jugendliche mit und ohne Migrationshintergrund das Internet politisch nutzen, Weinheim/Basel. (356 S.)

- i** In ihrer quantitativen und qualitativen Analyse untersucht Viktoria Spaiser, „ob das Internet dazu beiträgt, dass junge Menschen an politischen Prozessen teilnehmen und [...] welche Möglichkeiten insbesondere junge Menschen mit Migrationshintergrund haben, das Internet politisch zu nutzen.“ (Spaiser 2013, S. 14). Im Fokus lagen Jugendliche und junge Erwachsene zwischen 14 und 27 Jahren. Alle befragten Jugendlichen nutzten das Internet, viele zur Information über Politik, aber auch für ein direktes politisches Engagement. Junge Menschen nutzen das Internet politisch eher, wenn sie das Gefühl hatten, damit etwas erreichen zu können. Auch die Internetkompetenz hatte einen Einfluss auf die politische Internetnutzung. Die Gruppe der Nichtaktiven

Das Nutzungsverhalten von Jugendlichen differenziert sich mit steigendem Alter aus.

Junge Menschen nutzen das Internet politisch eher, wenn sie das Gefühl hatten, damit etwas erreichen zu können.

zeichnete sich u. a. durch Unsicherheit und Skepsis aus, wie das Internet politisch zu nutzen wäre. In der Gruppe der aktiven Jugendlichen befanden sich besonders viele Jugendliche mit Migrationshintergrund. Insgesamt war das jeweilige Nutzungsverhalten sehr divers. Die Autorin schlägt vor, besonders schwer erreichbare Zielgruppen über öffentliche und populäre Netzwerke zu erreichen.

Bezugsquelle: Beltz Juventa Verlag

Wagner, Ulrike/Gebel, Christa (2014): Jugendliche und die Aneignung politischer Information in Online-Medien, Wiesbaden. (208 S.)

Die Studie betrifft das Projekt „Rezeption und Produktion von Information durch Jugendliche in der konvergenten Medienwelt“. Dabei wurden 12- bis 20-Jährige zu ihrem Umgang mit medialer Information von politischer und gesellschaftlicher Relevanz befragt. Die Publikation zeigt auf, wie Jugendliche sich Informationen aneignen und welche Schwerpunkte sie dabei setzen. Erfragt wurde „wie Jugendliche einschlägige Informationen suchen, bewerten, rezipieren, selbst weiterverteilen oder produzieren sowie veröffentlichen.“ (Wagner/Gebel 2014, S. VI). Die Themen, mit denen sich die Jugendlichen in den Medien am meisten beschäftigten, waren Krieg, Umwelt/Klima/Natur, Ausbildung/Bildung/Beruf, Kinder-/Jugend-/Menschenrechte sowie Schutz vor Kriminalität und Gewalt. Ein auffallendes Ergebnis der Studie sind die Unterschiede in der Nutzung verschiedener Formate, bei denen eigene Beteiligung gefragt ist. Formal niedrig gebildete Jugendliche hatten eine höhere Aktivität in Communitys und Blogs, aber auch auf Videoportalen wie YouTube. Jugendlichen mit Migrationshintergrund war es dabei besonders wichtig, möglichst viele Menschen mit ihren Beiträgen zu erreichen und Personen zu informieren, die ein besonderes Interesse an ihrem Thema haben. Politisch interessierte Jugendliche waren bei der themenbezogenen Nutzung aktiver, nutzten z. B. viele unterschiedliche Online-Strukturen und verwiesen häufig auf solche Inhalte. In Bezug auf ihre politische Beteiligung engagierten sich die befragten Jugendlichen besonders häufig, wenn nur wenig Eigeninitiative oder Aktivität verlangt waren (z. B. Beitritt zu einer Gruppe in einer Community oder Online-Diskussion). Zudem stellen die Autorinnen einen Zusammenhang zwischen Offline- und Online-Engagement heraus, diese ergänzen sich auch häufig. Neben diesen Ergebnissen gibt ein weiterer Teil der Studie einen Überblick über Online-Informationen und Online-Beteiligung aus Sicht politisch interessierter Jugendlicher und zeigt Bedingungen für souveränes informationsbezogenes Medienhandeln auf.

Bezugsquelle: Springer Verlag

Walter, Cornelia/Rentsch, Mathias (2014): Alles außer Nachrichten. In: Friedrichsen, Mike/Kohn, Roland A. (Hrsg.) (2014): Digitale Politikvermittlung. Chancen und Risiken interaktiver Medien, Wiesbaden, S. 59-83.

Im Sammelbandeintrag beschreiben die Autor_innen die Ergebnisse zum Informationsverhalten von Jugendlichen im digitalen Zeitalter. Im Jahr 2010 wurden hierzu 1.800 Personen ab 14 Jahren zur Nachrichtennutzung befragt sowie eine quantitative Inhaltsanalyse zur Nachrichtenqualität durchgeführt. Trotz der hohen Qualität von Online-Nachrichten nutzten die befragten Jugendlichen das Netz kaum, um sich über das aktuelle Nachrichtengeschehen zu informieren. „Zum einen hat nur eine Minderheit der Jugendlichen in Deutschland überhaupt einen Eindruck davon, über welche politischen und gesellschaftlichen Themen gerade berichtet wird. Zum anderen spielt das Internet als Quelle für Informationen für Jugendliche zwar eine wichtige, aber

i Wie eignen sich Jugendliche politische Informationen in Online-Medien an?

keineswegs dominante Rolle.“ (Walter/Rentsch 2014, S. 78). Es wird zudem auf die geringe Qualität der Information in Blogs hingewiesen sowie das wachsende Potenzial von Social Media hervorgehoben, Aufmerksamkeit für Nachrichten zu erzeugen.

Bezugsquelle: Springer Verlag

■ *Digitale Medien in der schulischen und außerschulischen politischen Bildung*

Besand, Anja/Bierkenhauer, Peter/Lange, Peter (2013): Politische Bildung in digitalen Umgebungen. Eine Fallstudie zum Projekt DU HAST DIE MACHT, Dresden. (204 S.)

i Jugendliche mögen vor allem Videos und kurze Texte.

Im Projekt DU HAST DIE MACHT wurden eine Website und Auftritte in sozialen Netzwerken wie YouTube oder Facebook entwickelt, um Jugendliche zu erreichen, die der Politik (im engeren Sinne) fern stehen. In der Fallstudie sollte untersucht werden, inwieweit die neuen digitalen Formate zur politischen Bildung diese Zielgruppe in ihrer Lebenswelt erreichen konnten. Zusätzlich wurde von den Forscher_innen die Plattform und der Einbezug in (soziale) Netzwerke bewertet. Die befragten Jugendlichen sollten Stellung dazu nehmen, ob eine angemessene Sprache und Augenhöhe gegeben waren. Die Autor_innen präsentieren die Ergebnisse der Befragung und analysierten Produktions- und Hintergrundbedingungen. Zudem formulieren sie Perspektiven, Chancen und offene Aufgaben für die politische Bildung mit Blick auf das Web 2.0. Insgesamt konnte das Projekt die Zielgruppe von Jugendlichen zwischen 13 und 24 Jahren erreichen. Einige der Ergebnisse des Projekts sind, dass die Jugendlichen vor allem Videos und kurze Texte mochten. Die Jugendlichen wollten im Web 2.0 vor allem kommunizieren. Die Autor_innen empfehlen eine Medienintegration, da vor allem YouTube und Facebook für die Jugendlichen wichtig waren. Die Studie zeigt aber auch, welche Probleme es im Web 2.0 gibt, um bestimmten klassischen Beurteilungskriterien politischer Bildung, wie Handlungsorientierung bzw. Kontroversität oder dem Überwältigungsverbot zu genügen.

Download: <http://bit.ly/1QXR8mD>

Manzel, Sabine (2007): Kompetenzzuwachs im Politikunterricht. Ergebnisse einer Interventionsstudie zum Kernkonzept Europa, Münster. (284 S.)

In ihrer Studie aus dem Jahr 2007 untersucht Sabine Manzel den Kompetenzzuwachs durch den Einsatz von WebQuests im Politikunterricht. Mit WebQuests recherchieren Schüler_innen, ausgehend von einer realen politischen Problemstellung oder einem authentischen Fallbeispiel und verknüpft mit Fragen und Arbeitsaufträgen selbständig im Internet. Die Autorin stellt heraus, dass hierdurch ein höherer Kompetenzzuwachs entstand und besonders Interpretieren, Abwägen und politisches Urteilen durch den Einsatz der internetbasierten Lehr-Lernumgebung geschult werden konnten.

Bezugsquelle: Waxmann Verlag

Motyka, Marc (2012): Persuasion und Wissenserwerb durch Serious Games im Politikunterricht, Kassel. (131 S.)

Die Studie aus dem Jahr 2012 zeigt, dass der Wissenserwerb durch Serious Games im Politikunterricht gelingen kann, zudem steigerte der Einsatz von Computerspielen die Motivation. Es wird auch aufgezeigt, dass PC-Spiele nicht stärker beeinflussen (im Sinne von manipulieren) können als traditionelle Medien. Dennoch weist Motyka darauf hin, dass zur Einschätzung der Beeinflussung durch Computerspiele spezifische Kriterien entwickelt werden müssten und es weitere Forschung zur Didaktik bedarf.

i Wissenserwerb durch Serious Games kann im Politikunterricht gelingen.

Download: <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:hebis:34-2012080741585>

Philosophische Fakultät der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf (2015): Ergebnisse der Online-Befragungen zum Wahl-O-Mat. URL: <http://www.phil-fak.uni-duesseldorf.de/wahl-o-mat/online-befragungen/> (abgerufen am 22.12.2015).

Der Wahl-O-Mat wird als Instrument immer wieder evaluiert. Auf der Projektseite der Universität Düsseldorf finden sich die Nutzer_innenbefragungen für Landtags-, Europa und Bundestagswahlen seit 2004. Etwa 13,3 Millionen Mal wurde das Tool allein bei der Bundestagswahl 2013 genutzt und wird im Rahmen der begleitenden Evaluation weiterentwickelt. Die Forschung beschäftigt sich unter anderen mit den Gründen der Nutzung, demografischen Daten der Nutzer_innen und den Wirkungen, die aus der Nutzung des Wahl-O-Mat entstehen.



Schaumburg, Heike (2011): Politische Bildung und das Web 2.0. In: MedienPädagogik. Zeitschrift für Theorie und Praxis in der Medienbildung. Themenheft Nr. 21: Partizipationschancen im Kulturraum Internet nutzen und gestalten – Das Beispiel Web 2.0, Zürich, S. 1-19.

- i** Welche Verbreitung haben Web 2.0-Angebote in der politischen Bildung.
- Heike Schaumburg fasst in ihrem Artikel eine Analyse des Internetangebots von Anbietern politischer Bildung sowie von Internetportalen politischer Bildung zusammen. Die Autorin geht der Frage nach, welche Verbreitung Web 2.0-Angebote in der politischen Bildung haben. Zum anderen beschreibt sie eine Nutzer_innenbefragung von 300 Teilnehmenden politischer Bildung bei einer politischen Stiftung aus dem Jahr 2008. Gefragt wurde, wie die Angebote des Web 2.0 aus Nutzer_innensicht beurteilt wurden. 70 Prozent der Befragten äußerten sich positiv. In beiden Analysen wird das (beginnende) Potenzial des Web 2.0 für die politische Bildung sichtbar. „Die Ergebnisse von Angebotsanalyse und Nutzerbefragung machen jedoch auch offensichtlich, dass Politische Bildung mehr bedeutet als eine Plattform für die Diskussion politischer Themen im Internet oder zur Vernetzung politisch Interessierter bereitzustellen, und zwar sowohl aus Sicht der Anbieter wie auch aus Sicht der Nutzer.“ (Schaumburg 2011, S. 16).

Download: <http://www.medienpaed.com/de/Themenhefte/21>

■ Digitale Medien in der Erwachsenen- und Weiterbildung

Bundesinstitut für Berufsbildung (Hrsg.) (2014): Datenreport zum Berufsbildungsbericht 2013. Informationen und Analysen zur Entwicklung der beruflichen Bildung, Bonn. (504 S.)

- i** 2013 arbeiteten 80,9 Prozent aller Erwerbstätigen mit Computern.
- Der Berufsbildungsbericht 2013 mit dem Schwerpunktthema „Digitale Medien – Entgrenzung von Lernen und Arbeiten“ beschäftigt sich unter anderem mit Kooperation im Netz durch Social Media, dem Einsatz digitaler Medien in der Aus- und Weiterbildung sowie mit Innovationen für lernortübergreifendes Lehren und Lernen. Der Bericht gibt einen breiten Überblick über die Entwicklungen in Aus- und Weiterbildung. Es wird aufgezeigt, dass 80,9 Prozent aller Erwerbstätigen mit Computern arbeiteten, bei rund 10 Prozent ging die Nutzung über die reine Anwendung hinaus.

Download: <https://datenreport.bibb.de/html/dr2013.html>

Ehlers, Ulf-Daniel (2011): Qualität im E-Learning aus Lernaltersicht, Wiesbaden. (376 S.)

In der Publikation stellt Ulf-Daniel Ehlers die Ergebnisse einer qualitativen Exploration und einer quantitativen Befragung zur Qualität im E-Learning aus Lernaltersicht aus dem Jahr 2002 vor. Insgesamt wurden bei der quantitativen Online-Befragung 1.944 Personen befragt, die E-Learning Angebote von Bildungsanbietern nutzten. Der Autor stellt subjektive Qualitätsanforderungen, wie zum Beispiel Praxisbezug, Lernkompetenzvermittlung und Transparenz, dar, zeigt aber auch, dass Qualität besonders auch durch die Lernkompetenzen der Lerner zustande kommt. Außerdem werden vier verschiedene Qualitätstypen und ihre Merkmale entwickelt. Bezüglich der Entwicklung didaktischer Lernarrangements folgert der Autor: „Lehrkonzepte sind i.d.S. nicht gut oder schlecht, sondern nur für eine Situation angemessen oder nicht. Die Bewertung ist insofern an einen Prozess gebunden ist, der die jeweils spezifische Situation berücksichtigt.“ (Ehlers 2011, S. 306).

Bezugsquelle: Springer Verlag

MMB-Institut für Medien- und Kompetenzforschung (Hrsg.) (2014): Weiterbildung und Digitales Lernen heute und in drei Jahren. Individuelles Lernen: Plädoyer für den mündigen Nutzer. Ergebnisse der Trendstudie MMB Learning Delphi 2014, Essen. (18 S.)

Das MMB-Institut für Medien- und Kompetenzforschung befragte 2014 E-Learning Expert_innen zu ihren Prognosen über künftige digitale Lernszenarien. Insgesamt stellte sich Blended Learning in der Befragung als wichtigste Lernform der kommenden drei Jahre heraus, gefolgt von Virtuellen Klassenräumen und Mobile Learning. Zudem steige die Zukunftsfähigkeit von Communities und sozialer Netzwerke, wobei Wikis an Relevanz verlieren würden, stellt die Studie fest. „Eine deutliche Mehrheit der Experten sieht das Potenzial von Open Educational Resources (OER) zur Markttöffnung.“ (MMB-Institut für Medien- und Kompetenzforschung 2014, S. 3).

Download: <http://www.mmb-institut.de/mmb-monitor/trendmonitor.html>

i Expert_innen prognostizieren Blended Learning als wichtigste Lernform.

■ Schulische Bildung und digitale Medien

BITKOM (2015): Digitale Schule – vernetztes Lernen. Ergebnisse repräsentativer Schüler- und Lehrerbefragungen zum Einsatz digitaler Medien im Schulunterricht, Berlin. (61 S.)

Die Studie von BITKOM (Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e. V.), für die Lehrer_innen und Schüler_innen im Jahr 2015 befragt wurden, bietet einen aktuellen Überblick zum Thema Einsatz digitaler Medien im Schulunterricht. Die grundsätzliche Einstellung zum Einsatz digitaler Medien in Schulen war bei fast allen Lehrer_innen positiv, nur 5 Prozent waren skeptisch. Bei einer Lehrer_innenbefragung von BITKOM aus dem Jahr 2011 war die Ablehnung noch mehr als viermal so hoch (23 Prozent). Dass sich 60 Prozent der befragten Lehrer_innen zum Thema digitale Medien in Schulen weitergebildet haben, werten die Autor_innen als weiteres Indiz für deren Aufgeschlossenheit. Jedoch wünschten sich 80 Prozent der Schüler_innen eine bessere Ausbildung ihrer Lehrkräfte. Nur wenige Lehrer_innen setzten digitale Medien für vielfältige Zwecke ein. 95 Prozent der Lehrer_innen nutzten digitale Medien als Unterstützung des Lehrer_innenvortrags; mit 91 Prozent überwogen Internetrecherchen als Methode. 76 Prozent der Lehrer_innen, die mit ihren Schüler_innen in sozialen Netzwerken befreundet waren, wiesen dort auf Online-Artikel hin. Weitere zentrale Ergebnisse sind, dass 67 Prozent der Schüler_innen in ihrer Freizeit mit digitalen Medien lernten. Zudem fand der Austausch zwischen Lehrer_innen und Schüler_innen häufig per E-Mail statt, acht von zehn Schüler_innen nutzten digitale Kommunikation, um sich mit ihren Lehrer_innen auszutauschen. Für den Lehrplan wünschten sich sowohl Lehrer_innen wie Schüler_innen mehr digitale Themen (u. a. Medienkompetenz, Verhalten im Internet). Die Mehrzahl der Schüler_innen wünschte sich mehr Lernvideos.

Download: <http://bit.ly/1Q2PnTs>

i Nur 5 Prozent der Lehrer_innen standen 2015 dem Einsatz digitaler Medien in der Schule skeptisch gegenüber.

Breiter, Andreas/Stolpmann, Björn Eric/Zeising, Anja (2015): Szenarien lernförderlicher IT-Infrastrukturen in Schulen. Betriebskonzepte, Ressourcenbedarf und Handlungsempfehlungen, Gütersloh. (56 S.)

i In der Studie aus dem Jahr 2015 beschreiben die Autor_innen auf Basis von Ergebnissen internationaler und nationaler Fallstudien, welche organisatorischen, technischen und finanziellen Strukturen geschaffen werden können, um eine lernförderliche IT-Infrastruktur an Schulen zu implementieren. Die Ausstattung der Schulen hängt dabei aber erheblich von den jeweiligen pädagogischen Zielen und Einsatzformen ab, so die Autor_innen. Es wird entsprechend kein bestimmtes Szenario favorisiert, sondern drei unterschiedliche Möglichkeiten und eine jeweilige Kostenschätzung vorgestellt. „Im ersten Szenario wird eine Schüler-Computer-Relation von 5:1 umgesetzt. Im zweiten Szenario verfügen alle Schülerinnen und Schüler über ein individuelles Endgerät. Außerdem thematisieren die Autoren die Möglichkeit der Nutzung privater Endgeräte im Unterricht (Bring Your Own Device)“ (Breiter/Stolpmann/Zeising 2015, S. 2). Die Kosten reichen von 95,00 € (5:1-Relation) und 465,00 € (1:1-Relation).

Download: <https://www.bertelsmann-stiftung.de/de/publikationen/publikation/did/szenarien-lernfoerderlicher-it-infrastrukturen-in-schulen>

Breiter, Andreas/Welling, Stefan/Stolpmann, Björn Eric (2010): Medienkompetenz in der Schule. Integration von Medien in den weiterführenden Schulen in Nordrhein-Westfalen, Düsseldorf. (350 S.)

In der Untersuchung aus dem Jahr 2010 wurde die Integration von Medien in Schule und Unterricht an weiterführenden Schulen in Nordrhein-Westfalen untersucht. Hierbei stellte sich heraus, dass die Hälfte der Lehrkräfte einmal im Monat bis einmal wöchentlich digitale Medien im Unterricht nutzten, wobei der Lehrer_innenvortrag und digitale Unterrichtsmaterialien überwogen. 40 Prozent der Schüler_innen nutzten gelegentlich digitale Medien im Unterricht, als Methode überwog die Internetrecherche.

Download: <http://www.lfm-nrw.de/foerderung/forschung/abgeschlossene-projekte/schriftenreihe-medienforschung>

Ganz, Alexander/Reinmann, Gabi (2007): Blended Learning in der Lehrerfortbildung. Evaluation einer Fortbildungsinitiative zum Einsatz digitaler Medien im Fachunterricht. In: Unterrichtswissenschaft. Zeitschrift für Lernforschung, Jg. 35, 2/2007, Weinheim, S. 169-191.

i Der Artikel beschreibt die Evaluation und wissenschaftliche Begleitung eines Blended Learning Kurses zum Erwerb mediendidaktischer Kompetenzen für den Fachunterricht. Die Fortbildungsinitiative, die von Bundesländern und der Intel Education Group durchgeführt wurde, hatte insgesamt positive Ergebnisse. Neben Medien- und Methodenkompetenz waren Lehrer_innen, die als Mentor_innen agierten, im Kurs motiviert, ihre Kolleg_innen zu unterstützen. „Zudem wird deutlich, dass sich Lehrer mit bereits bestehender Medienaffinität stärker mit didaktischen Fragen des Medieneinsatzes auseinandersetzen und höhere Fortbildungsbereitschaft zeigen als Lehrer mit wenig Interesse an und Erfahrung mit neuen Medien.“ (Ganz/Reinmann 2007, S. 169).

Download: http://www.pedocs.de/frontdoor.php?source_opus=5491&la=de

Heinen, Richard/Kerres, Michael (2015): Individuelle Förderung mit digitalen Medien. Handlungsfelder für die systematische, lernförderliche Integration digitaler Medien in Schule und Unterricht, Gütersloh. (62 S.)

In ihrer Expertise aus dem Jahr 2015 zeigen Richard Heinen und Michael Kerres Kriterien auf, wie individuelle Förderung mit digitalen Medien an Schulen gelingen kann. Hierbei betrachten sie das Zusammenspiel von Schulentwicklung, Digitalisierung und individueller Förderung. Grundlage für die Überlegungen zur Schulentwicklung und stufenweisen Integration bildet u. a. der aktuelle Forschungsstand zum Thema. Außerdem werden drei Fallbeispiele von Schulen dargestellt. Hierfür wurden Interviews mit Schulleitungen geführt und Dokumente und Daten aus dem Projektkontext analysiert. Im Anschluss werden Handlungsempfehlungen für die unterschiedlichen Schritte im Integrationsprozess gegeben, wobei die Autoren darauf hinweisen, dass es hierfür einer langfristigen und kontinuierlichen Gestaltung bedarf.

Download: <https://www.bertelsmann-stiftung.de/de/publikationen/publikation/did/individuelle-foerderung-mit-digitalen-medien>

Heinen, Richard/Schiefner-Rohs, Mandy/Kerres, Michael (2013). Auf dem Weg zur Medienschule: Begleitung der Integration von privaten, mobilen Endgeräten in Schulen. In: Schulpädagogik heute, 2013/7, S. 1-14.

In der Studie aus dem Jahr 2013 wurden Pilotklassen an Gymnasien dabei begleitet private, mobile Endgeräte in den Unterricht zu integrieren. Es wird aufgezeigt, dass die Schüler_innen häufig mehrere Geräte besaßen, hierzu zählten Smartphones, Tablets, Laptops und Notebooks. Im Unterricht wurden die Geräte vielfältig eingesetzt, z. B. für die Internetrecherchen, Text und Bildbearbeitung, Aufnahmen von Audiodateien oder die Arbeit an Dokumenten und Präsentationen. Der Gerätesupport war nicht mehr in dem bisherigen Umfang erforderlich und Ressourcen wurden frei, um den Fokus auf den didaktischen Einsatz digitaler Medien im Unterricht zu legen. Die beteiligten Lehrer_innen schätzten die didaktische Vielfalt, aus der sich kreative Szenarien ergeben konnten. Für die Schüler_innen spielte vor allem die Vertrautheit mit den eigenen Geräten eine positive Rolle. Für die Lehrkräfte ergaben sich aus den unterschiedlichen technischen Gegebenheiten der Geräte Unsicherheiten.

Download: <http://mediendidaktik.uni-due.de/publikationen/1583>

i Durch private, mobile Endgeräte können Ressourcen frei werden, um den Fokus auf den didaktischen Einsatz digitaler Medien im Unterricht zu legen.

Schaumburg, Heike (2015): Chancen und Risiken digitaler Medien in der Schule. Medienpädagogische und -didaktische Perspektiven, Gütersloh. (60 S.)

In ihrer Studie aus dem Jahr 2015 stellt Heike Schaumburg den aktuellen Forschungsstand zu Risiken und Chancen digitaler Medien in der Schule dar. Hierfür werden die individuellen Wirkungen digitaler Medien auf Ebene der Schüler_innen als auch Einflüsse auf der Ebene des Unterrichts betrachtet. „Die Expertise schließt mit einer Zusammenfassung, in der die sich aus den diskutierten Chancen und Risiken ergebenden Herausforderungen für eine medienbezogene Schulentwicklung skizziert werden.“ (Schaumburg 2015, S. 5). Die Autorin plädiert dafür, Medienkompetenz und digitale Medien gerade aufgrund der damit verbundenen Risiken ins Zentrum des Unterrichts zu stellen. Dafür brauche es neben technischer Infra- und Supportstrukturen auch Kompetenzen und Bereitschaft auf Seiten der Lehrkräfte.

Download: <https://www.bertelsmann-stiftung.de/de/publikationen/publikation/did/chancen-und-risiken-digitaler-medien-in-der-schule>



Bildnachweise

Werner Liesenhoff:
S. 22, 27

Christoph Honig:
Umschlag,
S. 2, 4, 6, 13, 28, 33, 34,
37, 38, 41, 47, 53, 59, 64



Ein Projekt von:

TRANSFER
FÜR BILDUNG

Transferstelle
politische
Bildung



Gefördert
durch die

bpb:
Bundeszentrale für
politische Bildung