

Medien und politische Kommunikation



Georg Lauss
Mediendemokratie

Steve Kenner/Dirk Lange
Digital Citizenship Education.
Digitale Medienkompetenz als Aufgabe
der Politischen Bildung



Elmar Mattle
Mediendemokratie 2.0 – Politische
Kommunikation in Neuen Medien im
Spannungsfeld zwischen Filterblasen
und Deliberation

Simon Mörwald
Wie kann man politisch kommunizieren?
Videos, Twitter und mehr



Alexander Preisinger
Digitale Nachrichten zwischen
Fakt und Fake

Christine Ottner
Zum Verhältnis zwischen Medien und
Politik am Beispiel von Karikaturen



Christoph Bramann
Populismus in politischen
Manifestationen erkennen – Ein
Unterrichtskonzept für die Sekundarstufe I

Stefan Schmid-Heher: „Verschwörung
Flache Erde“: Harmlose Spinnerei oder
Gefahr für die Demokratie?

Redaktionsadresse:

Forum Politische Bildung
A-1010 Wien, Hegelgasse 6/5
Tel.: 0043/1/512 37 37-11
Fax: 0043/1/512 37 37-20
E-Mail: office@politischebildung.com
www.politischebildung.com

Die Deutsche Bibliothek – CIP-Einheitsaufnahme
Medien und politische Kommunikation
Forum Politische Bildung (Hrsg.). Wien 2018
(Informationen zur Politischen Bildung; Bd. 43)
ISBN: 9783950423457
Alle Rechte vorbehalten

Satz & Layout: Katrin Pflieger Grafikdesign
Lektorat: Paul Winter, MA
Druck: Wograndl Druck GmbH, 7210 Mattersburg

Offenlegung gemäß §25 Mediengesetz
Grundlegende Richtung der Halbjahresschrift
Informationen zur Politischen Bildung: Fachzeitschrift für Politische
Bildung mit fachwissenschaftlichen und fachdidaktischen Beiträgen zum
Thema und konkreten Umsetzungen für den Unterricht.
Die veröffentlichten Beiträge geben nicht notwendigerweise die Meinung
der HerausgeberInnen wieder.

Bildnachweis Umschlag:
Bild 1: Pixabay / Gerd Altmann
Bild 2: Pixabay / Thomas Ulrich
Bild 3: Pixabay / Gerd Altmann
Bild 4: Flickr

Wir haben uns bemüht, alle InhaberInnen von Bildrechten ausfindig zu
machen. Sollten dennoch Urheberrechte verletzt worden sein, werden
wir nach Anmeldung berechtigter Ansprüche diese entgelten.

Die *Informationen zur Politischen Bildung* werden
von folgenden Institutionen unterstützt



Informationen zur Politischen Bildung

Nr. 43 • 2018

Medien und politische Kommunikation

Forum Politische Bildung:

Mag. Barbara-Anita Blümel *MAS Parlamentsdirektion*

Prof. Mag. Wolfgang Buchberger *Pädagogische Hochschule Salzburg*

Em. Univ.-Prof. Dr. Herbert Dachs *Abteilung Politikwissenschaft, Universität Salzburg*

Mag. Gertraud Diendorfer *Demokratiezentrum Wien*

Mag. Petra Dorfstätter, *Politikwissenschaftlerin*

Mag. Irene Ecker M.Ed. Msc. *FDZ GSK/PB der Universität Wien, HTL Ettenreichgasse*

Univ.-Prof. Dr. Heinz Fassmann *Institut für Geografie und Regionalforschung, Vizerektor der Universität Wien (bis 18.12.2017)*

Em. Univ.-Prof. Dr. Hans-Georg Heinrich *Institut für Politikwissenschaft, Universität Wien*

Univ.-Prof. Dr. Thomas Hellmuth *Institut für Geschichte/Zentrum für LehrerInnenbildung, Universität Wien*

Ao. Prof. i.R. Dr. Otmar Höll *Universität Wien*

Univ.-Prof. Dr. Christoph Kühberger *Fachbereich Geschichte, Universität Salzburg*

Univ.-Prof. Dr. Dirk Lange *Zentrum für LehrerInnenbildung, Universität Wien*

Prof. Mag. Dr. Philipp Mitnik *Zentrum für Politische Bildung, Pädagogische Hochschule Wien*

Univ.-Prof. Dr. Anton Pelinka *Central European University Budapest*

Mag. Herbert Pichler *Schulzentrum Ungargasse, FDZ Geographie und Wirtschaftskunde, Universität Wien*

Univ.-Prof. Dr. Sonja Puntcher-Riekmann *Abteilung Politikwissenschaft, Universität Salzburg*

Univ.-Prof. Dr. Wolfgang Sander *Abteilung Didaktik der Sozialwissenschaften, Universität Gießen*

Em. Univ.-Prof. Dr. Dieter Segert *Institut für Politikwissenschaft, Universität Wien*

Dr. Gabriele Schmid *Abteilung Bildungspolitik, AK Wien*

Em. Univ.-Prof. Dr. Emmerich Tálos *Institut für Staatswissenschaft, Universität Wien*

Mag. Dr. Gerhard Tanzer *Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft und Forschung*

Univ.-Prof. Dr. Brigitte Unger *Utrecht School of Economics*

Em. Univ.-Prof. DDr. Manfred Welan *Universität für Bodenkultur Wien*

Mag. Dr. Elfriede Windischbauer *Rektorin der Pädagogischen Hochschule Salzburg*

In Zusammenarbeit mit

MR Mag. Manfred Wirtitsch *BMBWF, Abteilung Unterrichtsprinzipien und überfachliche Kompetenzen*

Redaktion:

Mag. Gertraud Diendorfer (Gesamtredaktion)

Mag. Simon Usaty (Redaktionelle Mitarbeit)

Inhalt

3 Einleitung

Informationsteil

5 Georg Lauss

Mediendemokratie

13 Steve Kenner/Dirk Lange

Digital Citizenship Education.
Digitale Medienkompetenz als Aufgabe
der Politischen Bildung

Für den Unterricht

19 Elmar Mattle

Mediendemokratie 2.0 – Politische Kommunikation in Neuen Medien im Spannungsfeld zwischen Filterblasen und Deliberation

47 Christine Ottner

Zum Verhältnis zwischen Medien und Politik am Beispiel von Karikaturen

29 Simon Mörwald

Wie kann man politisch kommunizieren? Videos, Twitter und mehr

54 Christoph Bramann

Populismus in politischen Manifestationen erkennen – Ein Unterrichtskonzept für die Sekundarstufe I

41 Alexander Preisinger

Digitale Nachrichten zwischen Fakt und Fake

64 Stefan Schmid-Heher:

„Verschwörung Flache Erde“: Harmlose Spinnerei oder Gefahr für die Demokratie?

Grafiken, Tabellen, Materialien

4 Erklärung der Menschen- und Bürgerrechte

5 Fünf Funktionen von Medien für die Demokratie

22 Arbeitswissen Politische Kommunikation

28 Arbeitswissen Filterblase, Echokammer und Mehrheitsillusion

32 Mediennutzung Jugendlicher zur Beschaffung politischer Informationen

40 Leitfäden für die Produktion von politischen Manifestationen

46 Concept Map

50 Arbeitswissen Besonderheiten von Karikaturen

68 Arbeitswissen „Flache Erde“

70 Was ist eine Verschwörungstheorie?

71 Glossar

72 AutorInnen

Einleitung

Seit dem Schuljahr 2016/17 liegt ein neuer modularisierter Lehrplan für das Fach „Geschichte und Sozialkunde/Politische Bildung“ vor, in welchem sechs Module für die Politische Bildung vorgesehen sind. Die Schriftenreihe „Informationen zur Politischen Bildung“ legt zu jedem dieser Module ein Themenheft vor, das die Lehrerinnen und Lehrer bei der Umsetzung des Lehrplans im Unterricht unterstützen möchte.

Das vorliegende Heft „Medien und politische Kommunikation“ beschäftigt sich mit den Inhalten des Moduls 9 der 4. Klasse (Politische Bildung), wo es u. a. darum geht, politische Medien bzw. medial vermittelte politische Informationen analysieren und ganz allgemein die Rolle der Medien in einer Demokratie einschätzen zu können.

Der fachwissenschaftliche Beitrag von *Georg Lauss* führt in das Thema Mediendemokratie ein und verweist auf die generelle Bedeutung unabhängiger Medien für eine Demokratie. Sie schaffen Öffentlichkeit und berichten über politische Prozesse und Entscheidungen, üben aber auch Kontrolle gegenüber PolitikerInnen und politischen Aktivitäten aus. Ein weiterer Aspekt im Beitrag ist die Veränderung im Mediensystem an sich und die damit einhergehenden Probleme und Herausforderungen. Daraus begründet sich auch die immer bedeutender werdende Rolle der Politischen Bildung für diesen Themenbereich, um mit diesem medien- und gesellschaftspolitischen Wandel besser umgehen zu können.

Daher beschäftigt sich der fachdidaktische Beitrag von *Steve Kenner* und *Dirk Lange* mit der digitalen Medienkompetenz als Aufgabe der Politischen Bildung. Zunächst wird analysiert, welchen Stellenwert digitale Medien im Leben von Kindern und Jugendlichen haben und wie diese auch genutzt werden. Medien bieten Vorteile, aber auch Nachteile, die insbesondere durch die „Verstärkerfunktion“, die neue Medien haben, eine noch bedeutendere Rolle spielen. Neben der Reflexion der eigenen Mediennutzung ist also der kritische Umgang mit diesen essenziell, um ein kritisches Bürgerbewusstsein entwickeln zu können. Dieses Bewusstsein erlaubt einem, sich mittels der Medien auch selbst in den politischen Diskurs einbringen sowie die Machtkonstellationen in der politischen Kommunikation verstehen zu können.

Aufgrund der allseits nachgewiesenen Bedeutung neuer Medien beschäftigen sich die Unterrichtsbeispiele mit diesen anhand ganz konkreter Beispiele. *Elmar Mattle* und *Alexander Preisinger* befassen sich mit den Vor- und Nachteilen der neuen Medien im politischen Kommunikationsprozess sowie mit Facebook-Postings, Filterblasen, Echo-kammern und Fake News. *Simon Mörwald* bietet ein Rollenspiel, mit dem das Erstellen eigener politischer Äußerungen (Manifestationen) eingeübt werden und somit politikbezogene Medienkompetenz angebahnt werden kann. *Christine Ottner* beleuchtet am Beispiel des Mediums Karikatur das Verhältnis zwischen Politik und Medien. Anleitung zur Analyse von einem populistischen Politikstil liefert *Christoph Bramann*. *Stephan Schmid-Heher* rundet die thematische Breite der Unterrichtsbeispiele ab, indem er sich mit Verschwörungstheorien wie z. B. der „Flachen Erde“ auseinandersetzt.

Kopierfähige Arbeitsblätter und Analysebögen, Leitfäden zur Medienproduktion, Rollenspiele und Tippkarten sind nützliche Utensilien für die Unterrichtsarbeit. Web- und Literaturtipps bzw. Arbeitswissen und ein Glossar ergänzen das Themenheft.

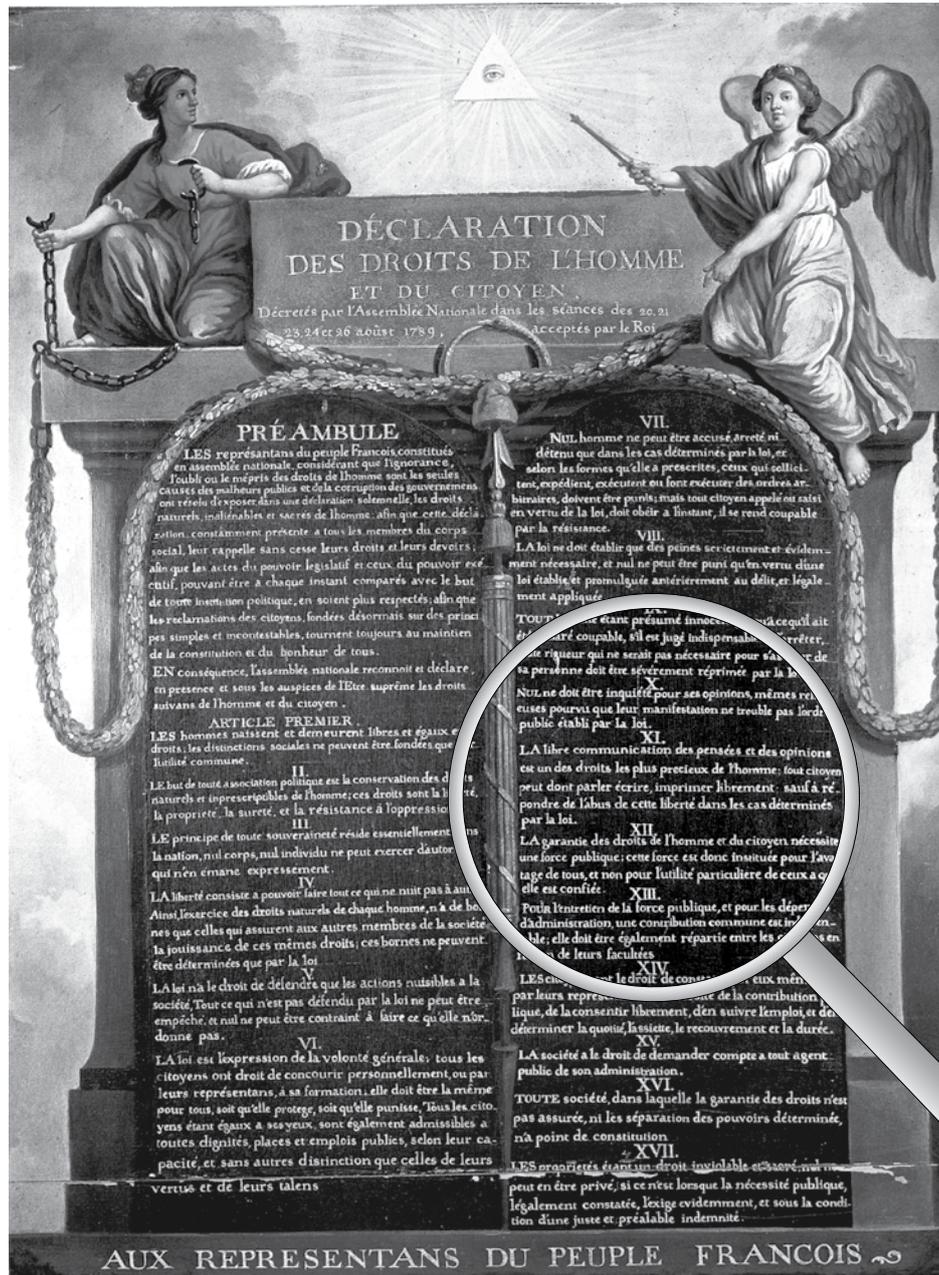
Gertraud Diendorfer

Juni 2018

Erklärung der Menschen- und Bürgerrechte

Art. 11:

Die freie Äußerung von Gedanken und Meinungen ist eines der kostbarsten Menschenrechte: Jeder Bürger kann also frei reden, schreiben und drucken, vorbehaltlich seiner Verantwortlichkeit für den Missbrauch dieser Freiheit in den durch das Gesetz bestimmten Fällen.



Die im Zuge der Französischen Revolution verkündete „Erklärung der Menschen- und Bürgerrechte“ forderte bereits 1789 die Pressefreiheit, da die wichtige Rolle freier Medien für Demokratien erkannt worden war.

Quelle: Jean-Jacques-Francois Le Barbier, Wikimedia Commons

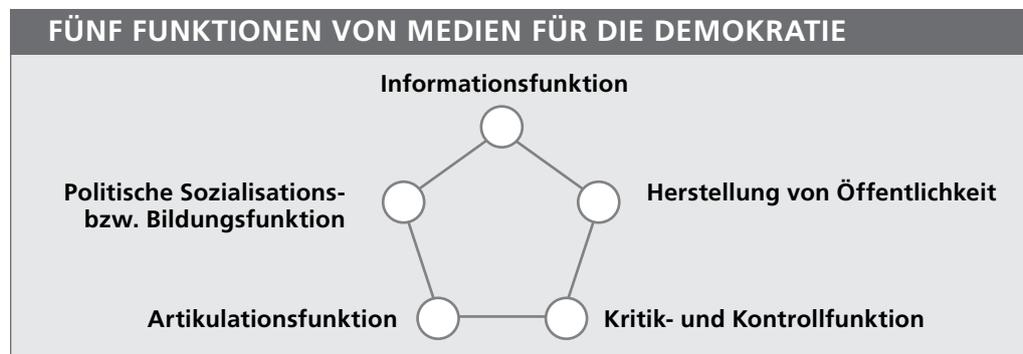
Georg Lauss

Mediendemokratie

Einleitung: Rolle und Funktion der Medien im demokratischen Prozess

Legitimität demokratischer Politik entsteht, indem sich Entscheidungsfindung im öffentlichen Raum vollzieht.¹ Die Herstellung von Öffentlichkeit ist dabei auf Medien angewiesen. Sie erfüllen für demokratische Systeme fünf grundlegende Funktionen. Neben der Informationsfunktion sind das die Herstellung von Öffentlichkeit, die Artikulationsfunktion, die politische Sozialisations- bzw. Bildungsfunktion und die Kritik- und Kontrollfunktion.²

Legitimität durch Öffentlichkeit



Demokratien ermöglichen und fördern öffentliche Kontroversen. Was wir über diese Kontroversen, die Gesellschaft und überhaupt „die Welt in der wir leben, wissen, wissen wir durch die Massenmedien“.³ Die Proklamation der Pressefreiheit gehörte schon deshalb zu den ersten Beschlüssen der französischen Nationalversammlung nach der Revolution im Jahre 1789 (siehe S. 4). Auch die Verfassung der Vereinigten Staaten von Amerika garantierte sofort die Freiheit der Presse. Mit der Massenpresse bildet sich die sogenannte öffentliche Meinung aus und wird in der Politikwissenschaft von den meisten als „vierte Gewalt“ neben Legislative, Exekutive und Judikative bezeichnet und anerkannt.⁴ Durch die Verbreitung von miteinander konkurrierenden Zeitungen und anderer Massenmedien musste das Publikum lernen, dass es unterschiedliche Versionen gibt, die Welt zu beschreiben und die Verhältnisse zu beurteilen.⁵ Demokratien müssen die Herausforderung bewältigen, trotz dieser Vielzahl an Perspektiven zu tragfähigen, gemeinsamen Entscheidungen zu kommen.

Medien als „vierte Gewalt“

Historisch betrachtet, bildet sich im 18. Jahrhundert zunächst eine kleine aber kritisch diskutierende Öffentlichkeit von Privatleuten heraus. Immer mehr LeserInnen stehen einer immer größeren Produktion von Druckerzeugnissen gegenüber.⁶ Diskussionen in Klubs, Vereinen, Kirchen, Verbänden und in weiterer Folge Parteien verdichteten die im sozialen Nahraum entstandenen Perspektiven zu unterscheidbaren politischen Alternativen. Zu guter Letzt kommt den parlamentarischen Debatten die Aufgabe zu, diese diversen gesellschaftlichen Diskussionsprozesse zu repräsentieren und zu verdichten. Im 20. Jahrhundert kommt es zu einem weiteren „Strukturwandel der Öffentlichkeit“.⁷ Diese wird in Massendemokratien nicht mehr nur über Druckerzeugnisse wie Zeitungen und Magazine etc., sondern zunehmend über elektronische bzw. audiovisuelle Informationsmedien wie Radio und Fernsehen hergestellt. Moderne Gesell-

**Drei
Grundsätze:
Autonomie,
Medien-
vielfalt, Aus-
gewogenheit**

schaften sind aufgrund der Anzahl ihrer Mitglieder und ihrer räumlichen Ausdehnung „unversammelbare Kollektive“.⁸ Medien bilden unter diesen Voraussetzungen Öffentlichkeit nicht nur ab, sondern machen ihre Herstellung erst möglich. Medien konstituieren Realität und sind Teil der Realität. Während sie politische und gesellschaftliche Prozesse abbilden, bleiben ihre eigenen Funktionsweisen und ihre Abhängigkeiten zumeist unsichtbar. Massenmedien bilden – metaphorisch gesprochen – ein Podium, auf dem gesellschaftliche Konflikte zur allgemeinen Betrachtung ausgestellt und dadurch durchschaubar werden.⁹ Ihr Funktionszweck ist es, größtmögliche Aufmerksamkeit für gemeinsame Themen zu erzeugen.¹⁰ Ausgestellt werden nicht nur die getroffenen Entscheidungen, sondern auch der unter Umständen viel Zeit benötigende Willensbildungsprozess, der den Austausch von unterschiedlichen Standpunkten sowie die Diskussion von unterschiedlichen Meinungen beinhaltet. Darüber hinaus müssen Regierungen und Parlamente ihre Entscheidungen nicht nur massenmedial kommunizieren, sondern auch rechtfertigen, nachdem Medien ihre Kritik- und Kontrollfunktion erfüllen.¹¹ Damit Medien ihrer demokratiepolitischen Aufgabe nachkommen können, sind drei kommunikationspolitische Leitideen von entscheidender Bedeutung: Erstens „Autonomie“, also die Freiheit der Medien von staatlicher Zensur und ihre möglichst große Unabhängigkeit von wirtschaftlichen Interessen. Zweitens „Medienvielfalt“ im Hinblick auf Plattformen und Inhalte. Drittens die „Ausgewogenheit“ von Themen, Inhalten und Standpunkten.¹²

Probleme der Mediendemokratie

**Freie Zugäng-
lichkeit**

Medien – allen voran das Fernsehen – haben ein ambivalentes Verhältnis zur Demokratie. Auf der einen Seite ist die Entstehung einer globalen Informationsgesellschaft eine essentielle Triebfeder der Demokratisierung.¹³ Massenmedien haben den Vorrat an Wissen, das gesellschaftliche Gruppen voneinander verinnerlichen, erheblich erweitert.¹⁴ Außerdem ist vor allem das Fernsehen in gewisser Hinsicht antiautoritär und egalitär. Es bringt auch die größten Persönlichkeiten in die Wohnzimmer der ZuseherInnen und lässt sie somit weniger unnahbar erscheinen. Außerdem ist es nahezu voraussetzungslos zugänglich. Man muss nicht wie bei Buch oder Zeitung jahrelang in die Kulturtechnik des Lesens eingeführt werden, um sich Inhalten anzunähern.¹⁵ Bei allen zivilisatorischen und demokratisierenden Effekten gibt es aber auch problematische Effekte bzw. Tendenzen.

Die Isolation der ZuseherInnen vor den Massenmedien

**Interaktion
nimmt ab**

Massenmedien stellen auf effiziente Weise Nachrichten für eine große Zahl an anonymen EmpfängerInnen zur Verfügung. Zugleich haben sie den wirklichen Kontakt zwischen sozialen Gruppen weniger wichtig gemacht. Massenmedien wie Fernsehen und Radio werden zumeist alleine oder im Kreis der Familie konsumiert. Der Soziologe Richard Sennett spricht vom Paradox der Isolation und Sichtbarkeit. Dieses besteht darin, dass man mehr von der Welt sieht, hört oder liest, aber dafür in ihr weniger mit anderen interagiert.¹⁶ Die Problematik wird noch durch den Umstand verstärkt, dass die Gruppe der JournalistInnen im Zeitalter der Massenmedien lange ein Monopol über die Instrumente zur Herstellung und Verbreitung von Informationen hatte. Damit kam ihnen eine große und demokratisch nicht direkt legitimierte Bedeutung in der sozialen Welt zu.¹⁷

Symbolpolitik wird wichtiger als Sachpolitik

Die Logik der Massenmedien zwingt PolitikerInnen, die ZuschauerInnen als Masse von gleichen StaatsbürgerInnen anzusprechen. Je diverser das Publikum, desto stärker die Neigung, wirkliche Kontroversen auszublenden und sich Scheinproblemen

zuzuwenden.¹⁸ Ein Massenpublikum ist für programmatische Auseinandersetzung und sachpolitische Detailfragen nur schwer zu begeistern. Die Botschaften von PolitikerInnen verbleiben deshalb oft notgedrungen im Ungefähren und die Berichterstattung konzentriert sich auf deren Motive und ihre Persönlichkeit. Der politische Diskurs wird so auf ohne Vorkenntnis zu vermittelnde und leicht emotionalisierbare Themen gelenkt, die die Neugier kitzeln und keine spezifische politische Kompetenz voraussetzen.¹⁹ Auf der Strecke bleiben zumeist die Themen, die unseren Alltag am nachdrücklichsten prägen. Sennet konkretisiert: „*Das Floating der Staatsanleihen, Energieprobleme, die unausgeglichene Handelsbilanz, das Gesundheitswesen und Fragen der öffentlichen Sicherheit werden [...] erst wahrgenommen, wenn sie sich krisenhaft zugespitzt haben [...].*“²⁰

**Vereinfachte
Botschaften**

In der wachsenden Informationsflut entscheidet dann immer seltener die Richtigkeit einer Maßnahme über politischen Erfolg bzw. Misserfolg, sondern zunehmend die Art und Weise ihrer Inszenierung. Wenn es um Wahlentscheidungen geht, werden diffuse Gruppenzugehörigkeitsmotive tendenziell wichtiger als rationale Kalküle.²¹

**Inszenierung
vor Inhalt**

Politik als mediale Inszenierung

In der pluralistischen Parteiendemokratie waren Medien die längste Zeit hauptsächlich kritische Beobachter von politischen Geschehnissen. In modernen Mediendemokratien, die sich seit den 1980er-Jahren verstärkt herausbilden, haben sich die Verhältnisse zum Teil insofern verkehrt, als politische AkteurInnen zu professionellen BeobachterInnen des Mediensystems geworden sind. Um ihre Botschaften über die Massenmedien an ihre potentiellen UnterstützerInnen zu vermitteln, müssen sie sich medienkompatibel in Szene setzen. Dies gelingt insbesondere dann, wenn Debatten personalisiert und unterhaltsam dramatisiert werden.²² PolitikerInnen und ihre BeraterInnen haben gelernt, die Spielregeln moderner Informationskanäle für sich zu nutzen. PR-gesteuerte Kommunikation – vor allem in Wahlkampfzeiten – versucht Aufmerksamkeit auf Nebenschauplätze zu lenken. Und immer öfter gelingt es auch von wirklich entscheidenden Themen abzulenken.²³ Erleichtert wird dies durch eine politische Diskussionskultur, die in den Massenmedien zunehmend von Talkshows und Meinungsforschung geprägt ist. Hinzu kommt die steigende Wichtigkeit des Internets als Medium der politischen Meinungsbildung. Resultat ist eine Debattenkultur, die gleichzeitig von „Nervosität und Erwartbarkeit“ geprägt ist. Unter diesen Umständen konnte sich eine Sprechweise ausbreiten, die vor allem den Zweck verfolgt die öffentliche Diskussion zu stören und für Skandale zu sorgen.²⁴ Insbesondere die Kommunikationsstrategie autoritärer und sogenannter (neu-)rechter Parteien²⁵ versucht, mit einem „Marketingverfahren der kalkulierten Grenzüberschreitung“²⁶ Aufmerksamkeit für ihre Positionen in den Medien zu generieren. Diese Strategie zielt darauf ab, Aussagen zu tätigen, die skandalisierbar sind und in der Folge so häufig in den medialen Echokammern von PolitikerInnen und JournalistInnen wiedergegeben werden, bis ZuschauerInnen sich an sie gewöhnt haben. Nach einiger Zeit verfestigt sich dadurch bei immer mehr Menschen der Eindruck, dass die große Mehrheit der Bevölkerung keine AusländerInnen in der Nachbarschaft will und Migration das dringlichste politische Problem unserer Zeit ist.²⁷

**PR-gesteuerte
Politik**

Mediale Geschwindigkeit dominiert zunehmend die Politik

Das große Gewicht der Massenmedien führt zu einer Neuausrichtung des Politischen. Die Medien mit ihren immer schneller werdenden Produktionszyklen entwerten den Neuigkeitswert jeder Nachricht innerhalb kürzester Zeit. Wenigen Themen – und insbesondere diejenigen, die sich wie z. B. der Klimawandel Skandalisierung und Personalisierung hartnäckig entziehen – gelingt es über längere Zeiträume, im medialen Fokus zu bleiben. Außerdem verlieren Strukturen und Organisationen, die auf Dauer-

**Langfristige
Prozesse
schwer
vermittelbar**

haftigkeit angelegt bzw. der „langfristigen politische[n] Prozesszeit“ verhaftet bleiben – wie Parteien, Vereine und Verbände – an Relevanz.²⁸ Gerade der Verlust an Langfristigkeit ist allerdings demokratiepolitisch problematisch. Politische Lösungen, die von einer größtmöglichen Zahl an BürgerInnen mitgetragen werden, benötigen Zeit für kollektive und individuelle Lernvorgänge. Diese beruhen wiederum darauf, dass viele AkteurInnen bereit sind, sich in der kommunikativen Auseinandersetzung mit anderen auf neue Perspektiven einzulassen. In den politischen Diskussionen einer demokratischen Öffentlichkeit sucht man nicht nur nach den sachgerechtesten Lösungen für vorher definierte Probleme, vielmehr verändern sich im Laufe der Diskussion Problemdefinitionen, Überzeugungen, Bewertungen von Handlungsoptionen und sogar Selbstwahrnehmung bzw. Identitätszuschreibungen von AkteurInnen. Langfristige gesellschaftliche Lern- und Veränderungsprozesse sind allerdings von Medien, die auf den Neuigkeitswert von politischen „Ereignissen“ angewiesen sind, kaum noch darstellbar. PolitikerInnen fällt es zunehmend schwer, eine weniger medienkompatible Themensetzung zu verfolgen. Da sie um mediale Aufmerksamkeit konkurrieren, müssen sie schon bei der Auswahl politischer Themen deren mediale Vermittelbarkeit mitbedenken.²⁹

Der Warenwert von Information

**Finanzielle
Abhängigkeit**

Massenmediale Erzeugnisse sind – sofern sie nicht öffentlich-rechtlich organisiert sind – zumeist privatwirtschaftliche und profitorientierte Organisationen. Eine Nachricht, die niemand liest, hört oder sieht, macht keinen Sinn. Eine Zeitung, die niemand kauft, lässt sich nicht finanzieren. Nachrichten, die niemand wahrnimmt, sind für Unternehmen, die über Inserate auf ihre Produkte aufmerksam machen wollen, um KundInnen zu gewinnen, uninteressant. Deshalb ist die Reichweite eines Mediums gemessen an LeserInnenzahlen, Verkaufszahlen bzw. Einschaltquoten von wirtschaftlicher Relevanz für Medienunternehmen. Über die Einschaltquote ist der Journalismus der Medien an wirtschaftliche Kalküle gekoppelt.³⁰ Finanzierungskanäle von Medien haben zumindest indirekten Einfluss auf Art und Inhalt der Berichterstattung. Als die ersten Zeitungen aufkamen, waren sie ein Luxusgut. Erst durch Werbeanzeigen wurden sie zum für die breiten Bevölkerungsmassen erschwinglichen Produkt.³¹ Medien, die für ihre Finanzierung auf AnzeigenkundInnen angewiesen sind, können es sich aber auf Dauer kaum leisten, in ihrer Berichterstattung nachhaltig Interessen von Unternehmen und Verbänden, die bei ihnen regelmäßig Anzeigen schalten, zu beschädigen. Selbst die Finanzierung durch Verkaufserlöse macht ein Medium nicht „unabhängig“, denn in diesem Fall besteht ein wirtschaftlicher Anreiz, Perspektiven zu vertreten, die den Interessen und Weltanschauungen ihrer LeserInnenschaft entgegenkommen.

**Information
als Ware**

Der Druck zur Profitmaximierung ist in den letzten Jahren deutlich gestiegen. Durch diesen Umstand kam es in der Medienlandschaft einerseits zu Zusammenschlüssen bzw. Medienkonzentration und andererseits zur Kommerzialisierung der Information.³² Durch Ersteres kommt die Meinungsvielfalt unter Druck. Letzteres führt dazu, dass Information zunehmend als Ware verstanden wird, die an möglichst viele KonsumentInnen „verkauft“ werden muss. Redaktionen müssen ihre Kosten immer weiter senken. Unter diesen Umständen ist es verführerisch, sekundäre Medienrecherche zu betreiben und kostenintensive Vorortrecherche zurückzufahren. Auch andere Kriterien des Qualitätsjournalismus, wie das Heranziehen mehrerer Quellen, Reflexion der eigenen Standpunkte und die Offenlegung von Kriterien von Themen und Bildauswahl, finden seltener Berücksichtigung.³³

Strukturwandel der demokratischen Öffentlichkeit durch Soziale Medien

Unter Jugendlichen haben Handy und Tablet das Fernsehen als Leitmedium bereits abgelöst.³⁴ Jugendliche zwischen 12 und 19 Jahren informieren sich immer häufiger

im Internet und nutzen dazu ihr Smartphone. 80 % nutzen es täglich und weitere 13 % mehrmals die Woche. Das Medium Fernsehen ist allerdings immer noch von hoher Relevanz. 80 % nutzen es regelmäßig und insbesondere dann, wenn sie sich über politische Themen und das Weltgeschehen informieren.³⁵ In der Gesamtbevölkerung ist das Vertrauen in traditionelle Medien weiterhin höher als das Vertrauen in Informationen, die aus reinen Online-Angeboten kommen. 70 % vertrauen Informationen aus dem Radio, 66 % dem Fernsehen und gedruckten Tageszeitungen und Magazinen vertrauen immerhin noch 63 % der befragten EuropäerInnen. Dagegen vertrauen lediglich 26 % auf Informationen aus Sozialen Netzwerken, Messaging Apps, Online Videos oder Podcasts. 83 % der EuropäerInnen sind der Meinung, dass „Fake News“ eine Gefährdung der Demokratie darstellen.³⁶

**Vertrauen
in (neue)
Medien**

Die alten Massenmedien wie Radio und Fernsehen verlangten Millionen von Menschen zur gleichen Zeit Aufmerksamkeit für dieselben Themen ab. Das frühe 21. Jahrhundert ist davon geprägt, dass jeder „sieht, hört, schreibt, spricht, liest, spielt, fotografiert und filmt [...] was er gerade will.“³⁷ Die mediale Fokussierung der gesellschaftlichen Aufmerksamkeit ist verloren gegangen und hat sich in eine Vielzahl gesellschaftlicher Filterblasen aufgelöst. Das Internet ermöglicht rasend schnelle Übertragung größter Datenmengen zwischen verschiedensten AbsenderInnen und EmpfängerInnen und integriert damit einen dezentralen Medienverbund.³⁸ Es ist individualistisch, antizentralistisch, im Prinzip antiautoritär und in gewisser Weise demokratischer als Presse, Rundfunk und Fernsehen. Dies gilt selbst dann, wenn bestimmte Personengruppen die Möglichkeiten des Internets für autoritäre und antidemokratische Zwecke verwenden. Zumindest so lange die technischen Möglichkeiten für autoritäre Zensur nicht vorhanden sind.³⁹ Außerdem machen sie potentiell eine breite Beteiligung von Vielen zu relativ geringen Kosten möglich. Darüber hinaus bieten sich nicht nur neue Möglichkeiten, Entscheidungen allen zugänglich zu machen, sondern auch die zu ihnen führenden Diskussionen transparent und unter breiter Beteiligung zu abzuhalten. Außerdem verändern sie die politische Kommunikation. Die Rolle von ZuschauerInnen und handelnden AkteurInnen bzw. Konsum auf der einen und Rede auf der anderen Seite lösen sich zunehmend auf. Interaktion nimmt zu und es wird möglich, an unterschiedliche EmpfängerInnengruppen (je nach Alter, Schicht, Bildungshintergrund, Geschlecht, Konsumverhalten, etc.) unterschiedliche Botschaften zu versenden. Der Preis ist allerdings steigende Komplexität und es gibt auch eine Reihe von bedenklichen Entwicklungspotentialen.⁴⁰

**Bedenkliche
Entwicklungs-
potentiale:**

Erstens sind viele (Informations-)Angebote im Internet zwar kostenlos, aber die NutzerInnen zahlen dann doch, indem sie Zugriff auf persönliche Daten gewähren.

**Zugriff auf
persönliche
Daten**

Zweitens ist die Anonymität des Internets nicht nur ein Schutz für kritische bzw. investigative Beiträge, sondern auch für diejenigen, die provozieren und antidemokratische Inhalte verbreiten wollen.

**Antidemo-
kratische
Inhalte**

Drittens wird es gerade durch das Überangebot an Informationen und nicht-institutionalisierten Informationsquellen immer schwieriger und zeitaufwendiger, zwischen richtigen und falschen Meldungen zu unterscheiden. Die Verbreitung von Falschnachrichten und die damit verbundenen Gefahren für die Demokratie werden in den letzten Jahren immer häufiger thematisiert. Und es scheint in der Tat so zu sein, dass sich Falschnachrichten in den Sozialen Medien schneller und weiter verbreiten als Wahrheiten.⁴¹

**Falschnach-
richten**

Viertens besteht die Gefahr, dass NutzerInnen die Fülle an neuen medialen Ausdrucksformen mit demokratischen Mitbestimmungsrechten verwechseln. Sehr oft bieten näm-

lich Debattenforen Gelegenheiten zur Meinungsäußerung, ohne in der Folge einen realen Einfluss auf politische Geschehnisse zu nehmen. Dies kann den Frust und das antidemokratische Ressentiment noch steigern.

Echokammern und Filterblasen *Fünftens* verstärken soziale Medien auch durch ihre Neigung, die Bildung von Echokammern zu befördern, politische Ressentiments: Wer sich über Soziale Medien informiert, bekommt ein Bild davon, was in seiner sozialen Welt geschieht. Dieses Bild unterscheidet sich allerdings oftmals stark von dem, was in anderen Nachrichtenfilterblasen vor sich geht.

Skandale und Polarisierung *Sechstens* bilden Soziale Medien (wie z.B. YouTube, Facebook oder Twitter) die Spaltung zwischen sozialen Gruppen nicht nur ab, sie verstärken sie noch durch ihren Hang zur Polarisierung. Um NutzerInnen so lange wie möglich auf ihrer Plattform zu halten, dürfen diese nicht gelangweilt werden. Wieder bieten sich insbesondere Skandale und Extrempositionen an, um die Aufmerksamkeit zu fesseln. Unterschiedliche Gruppen bekommen also nicht nur unterschiedliche Nachrichten, sondern auch noch solche, die einer Polarisierung förderlich sind.⁴²

Individualisierung *Siebtens* treibt die Revolution der Mediennutzung eine massenhafte Individualisierung voran.⁴³ Individualisierung wurde sozusagen zum Massenprodukt. Alle sind sich heutzutage gerade darin gleich, dass sie sich voneinander unterscheiden, sozusagen unverwechselbar sein wollen.⁴⁴ Dies führt zwar durchaus zu einem demokratieförderlichen Anstieg der Kritikbereitschaft. Andererseits birgt diese Entwicklung auch teilweise die Gefahr, ins Reflexhafte zu verfallen und die Politikverdrossenheit ins Irrationale zu befördern. Nämlich dann, wenn der stärkste gemeinsame Nenner einer Gesellschaft ist, dass der Staat, die Politik oder die PolitikerInnen – als „klassische Gegenseite der Individualisierung“ – auf einmal, für alles, was besser hätte laufen sollen oder können, alleinig verantwortlich gemacht werden kann.⁴⁵

Politische Kompetenzen in der zeitgenössischen Mediendemokratie: Von mündigen RezipientInnen zu ProduzentInnen politischer Manifestationen

Jede/r hat Verantwortung Bei aller berechtigten Kritik an Mediensystemen: Wenn man sich von Medien insgesamt abwendet, hat man sich dazu entschieden, an der Welt, wie sie ist, nicht mehr teilzunehmen.⁴⁶ Schlimmer als den „liberaltotalitären Imperativen der Mediengesellschaft ausgeliefert zu sein“ ist nur, von ihr auf Dauer ausgeschlossen zu sein.⁴⁷ Medienkritik bedeutet nicht die undifferenzierte Ablehnung von medial vermittelter Information. Es bedeutet, die Funktionen, die Medien für die Demokratie erfüllen, zu kennen und zu würdigen. Gleichzeitig gilt es aber auch, die Funktionsweisen, Abhängigkeiten und Produktionsbedingungen von medialen Erzeugnissen einschätzen und erkennen zu lernen. In der heutigen Mediendemokratie haben zunehmend schon MediennutzerInnen eine Verantwortung für die Medienlandschaft einer Demokratie. Fähigkeiten zur kritischen Bewertung von politischen Manifestationen werden immer wichtiger und müssen vermittelt werden. Vermittelt werden muss aber auch Wissen über die politischen Ausrichtungen von Medienerzeugnissen, ihre Besitzverhältnisse und ihre Finanzierungsmodelle. Nur mit diesem Hintergrundwissen wird es in Zukunft möglich sein, offene und subtile Werbung bzw. Beeinflussungen wahrnehmen zu können.⁴⁸ Wer Medien nutzt, trifft immer eine Entscheidung. Man wendet sich bestimmten vorselektierten Inhalten zu und schenkt damit anderen Dingen keine oder weniger Aufmerksamkeit. Die *Selektionsfunktion* bzw. das *Agenda Setting* von Medien sollte

reflektiert werden. Bedacht werden sollten insbesondere die immer bestehenden politischen und ökonomische Abhängigkeiten von Medienkanälen. Nachrichten zu machen und Informationen aufzubereiten und zu übermitteln, benötigt immer Ressourcen. Es gibt deshalb keine völlig unabhängigen Medien. Die Freiheit besteht darin, unterschiedlichen Medienerzeugnissen mit unterschiedlichen Abhängigkeiten vergleichen zu können und Medieninhalte auch nach Interessens- und Standortgebundenheit zu analysieren. Politische Bildung darf sich deshalb nicht darauf beschränken, Inhalte von Medien kritisch zu analysieren. Es gilt Eigentumsverhältnisse von Medien erkennbar zu machen und auch den Einfluss von Subventionen bzw. die Interessen von AnzeigenkundInnen zu thematisieren. Zudem sollte der Druck der Quote im Unterricht angesprochen werden. Wie viele Exemplare werden verkauft und wie müssen Themen ausgewählt und in welcher Sprache über sie berichtet werden, damit sich ein Medienerzeugnis in hoher Zahl verkaufen kann?

**Medienkritik
erlernen**

Methodenkompetenz in der Politischen Bildung umfasst allerdings nicht nur das reflektierte Entschlüsseln von Informationen und die Analyse von Daten, Bildern und Texten. Es geht darum zu lernen, sich mündlich, schriftlich und visuell im politischen Diskurs vernehmbar zu machen und dabei ein breites Spektrum von Medien zu nutzen. Eigene politische Interessen sollen nachvollziehbar argumentiert und entsprechende Darstellungsformen in geeigneten Medien gefunden werden. Dabei ist jeweils die Eigenlogik des gewählten Mediums zu berücksichtigen und die Wirkung der gewählten Medien auf die AdressatInnen der politischen Kommunikation mitzudenken.⁴⁹ Nachdem Internet und insbesondere die Sozialen Medien die Möglichkeiten zur politischen Kommunikation deutlich erweitert haben, wird es immer wichtiger werden, den Senderaspekt der Methodenkompetenz stärker zu betonen. Immer mehr Menschen sind heute nicht nur kritische EmpfängerInnen von politischen Nachrichten, sondern auch NachrichtenproduzentInnen. Im Internet gibt es keine ausschließlich passive Mediennutzung. Werden Beiträge geteilt, „geliked“ oder kommentiert, hat man sich aktiv eingebracht. Selbst das Lesen einer Nachricht in Sozialen Medien hinterlässt schon Spuren. Wenn Beiträge, die von vielen Menschen aufgerufen werden, in der Folge von Suchmaschinen höher gelistet werden und von Online-RedakteurInnen prominenter platziert werden, ist die Trennung zwischen Nachrichtenkonsum und Nachrichtenproduktion endgültig eine graduelle.⁵⁰

**Methodenkompetenz
als EmpfängerIn
und SenderIn**

Die Kompetenz, Dynamiken zu Meinungsbildungsprozessen zu erkennen, rückt damit noch stärker in den Mittelpunkt. Aktuelle Studien deuten darauf hin, dass Themensetzungen und Themenbesetzungen in Sozialen Medien oft viel weniger repräsentativ für die öffentliche Meinung sind, als es den Anschein haben mag. So stammt z. B. die überwiegende Anzahl von diffamierenden oder verhetzenden Facebookpostings von einer kleinen Minderheit von vielschreibenden NutzerInnen. Diesen gelingt es aber in teilweise abgesprochenen Aktionen, den Algorithmen von Sozialen Medien zu suggerieren, dass ein Thema sich gerade schnell ausbreitet, wodurch der Eindruck entsteht, dass es sich um Information von hohem Nachrichtenwert handelt. In der Folge wird eine Minderheitendebatte und deren Stil immer mehr Menschen prominent präsentiert und es entsteht der Eindruck, es handele sich um ein Anliegen von größerer Tragweite.⁵¹ Um Manipulationsversuchen zu entgehen, muss man lernen Strategien zu erkennen, mit denen versucht wird, einen falschen Eindruck zu erwecken. Hier liefert das Online-Spiel Bad News⁵² einen interessanten Ansatz zum politischen Lernen. Spielt man Bad News, wird man in die Rolle versetzt, selbst zum/zur erfolgreichen „Fake-News“-ProduzentIn zu werden. Dies bedeutet, Desinformation an so viele EmpfängerInnen wie möglich zu bringen. Dies gelingt nur dann, wenn man davon Abstand nimmt, offensichtlich zu lügen und damit seine Follower zu enttäuschen. Um erfolgreich zu sein, muss man beobachten, was im Netzwerk gut ankommt und was die eigene Glaubwürdigkeit erhöht. Das Konzept geht davon aus, dass es

**Strategien
von Fake
News
erkennen**

Gegenposition suchen und Quellen überprüfen

leichter fällt Desinformation zu identifizieren, wenn man selbst einmal bewusst Strategien angewendet hat, um andere Menschen zu täuschen. Das Grundprinzip im Kampf gegen den Verfall der politischen Öffentlichkeit im Zeitalter von Sozialen Medien und „Fake News“ bleibt aber der regelmäßige Versuch, die eigenen Filterblasen zu verlassen, aktiv nach Gegenpositionen zur eigenen Meinung zu suchen und Fakten und Quellen zu überprüfen. Dies gilt insbesondere dann, wenn man Beiträge übernimmt, bewertet oder sogar weiterleitet.

- 1 Meyer, Thomas: Mediokratie: Auf dem Weg in eine andere Demokratie, in: Aus Politik und Zeitgeschichte. B 15-16/2002. S. 7–14. Hier: S. 7.
- 2 Burkart, Roland: Kommunikationswissenschaft. Wien/Köln/Weimar 1998, S. 382ff.
- 3 Luhmann, Niklas: Die Realität der Massenmedien. Opladen 1996, S. 9.
- 4 Hörisch, Jochen: Eine Geschichte der Medien: Vom Urknall bis zum Internet. Frankfurt am Main 2004, S. 186f.
- 5 Hörisch, Jochen: Eine Geschichte der Medien, S. 185.
- 6 Habermas, Jürgen: Strukturwandel der Öffentlichkeit. Frankfurt am Main, S. 13ff.
- 7 Habermas, Jürgen: Strukturwandel, S. 337ff.
- 8 Sloterdijk, Peter: Über Aktualität: Eine Fußnote der Medientheorie – und mehr, in: Hörisch Jochen/Kammann Uwe (Hrsg.) Organisierte Phantasie: Medienwelten im 21. Jahrhundert – 30 Positionen. Paderborn 2014, S. 101–108. Hier: S. 102f.
- 9 Hundertmark, Gisela: Politisches System und Massenkommunikationssystem, in: Decker, Horst/Hömburg, Walter/Langenbacher, Wolfgang (Hrsg.) Einführung in die Kommunikationswissenschaft: Der Prozess der politischen Meinungs- und Willensbildung. München 1983, S. 193–224. Hier: S. 202.
- 10 Luhmann, Niklas: Die Realität der Massenmedien. Opladen 1996, S. 9.
- 11 Burkart, Roland: Kommunikationswissenschaft. Wien/Köln/Weimar 1998, S. 380.
- 12 Ronneberger, Franz: Kommunikationspolitik: Institutionen, Prozesse, Ziele. Mainz 1978, S. 215ff.
- 13 Giddens, Anthony: Entfesselte Welt: Wie die Globalisierung unser Leben verändert. Frankfurt am Main 2001, S. 99.
- 14 Sennett, Richard: Verfall und Ende des öffentlichen Lebens: Die Tyrannei der Intimität. Frankfurt am Main 2004, S. 358
- 15 Postman, Neil: The Disappearance of Childhood. New York 1994. Hier: S. 73ff.
- 16 Sennett, Richard: Verfall und Ende des öffentlichen Lebens: Die Tyrannei der Intimität. Frankfurt am Main 2004, S. 358f.
- 17 Bourdieu, Pierre: Über das Fernsehen. Frankfurt am Main 1998, S. 65.
- 18 Bourdieu, Pierre: Über das Fernsehen, S. 63.
- 19 Bourdieu, Pierre: Über das Fernsehen, S. 73.
- 20 Sennett, Richard: Verfall und Ende des öffentlichen Lebens: Die Tyrannei der Intimität. Frankfurt am Main 2004, S. 362.
- 21 Burkart, Roland: Kommunikationswissenschaft. Wien/Köln/Weimar 1998, S. 381.
- 22 Meyer, Thomas: Mediokratie: Auf dem Weg in eine andere Demokratie, in: Aus Politik und Zeitgeschichte. B 15–16/2002. S. 7–14. Hier: S. 7.
- 23 Schiffer, Sabine: Informationsmedien in der Postdemokratie, in: Aus Politik und Zeitgeschichte, 1/2011. S. 27–36. Hier: S. 28.
- 24 Leo, Per/Steinbeis, Maximilian/Zorn, Daniel-Pascal: Mit Rechten reden: Ein Leitfaden. Stuttgart 2017, S. 13.
- 25 Unter dem Begriff „Neue Rechte“ versteht man rechtsextreme politische Strömungen, die an der Erneuerung des völkischen Nationalismus arbeiten, sich aber im Gegensatz zu „alten Rechten“ vom Nationalsozialismus distanzieren. Die neue Rechte sucht zwar in den meisten Ländern Querverbindungen zu konservativen Milieus, betreibt allerdings Fundamentalkritik an zentralen Verfassungsnormen wie beispielsweise dem Schutz von Minderheiten und der Gewaltenteilung.
- 26 Welzer, Harald: Wir sind die Mehrheit: für eine offene Gesellschaft. Frankfurt am Main 2017, S. 64.
- 27 Welzer, Harald: Wir sind die Mehrheit, S. 63f.
- 28 Meyer, Thomas: Mediokratie: Auf dem Weg in eine andere Demokratie, in: Aus Politik und Zeitgeschichte. B 15–16/2002. S. 7–14. Hier: S. 9.
- 29 Meyer, Thomas: Mediokratie, S. 12.
- 30 Bourdieu, Pierre: Über das Fernsehen. Frankfurt am Main 1998, S. 76.
- 31 Hörisch, Jochen: Eine Geschichte der Medien: Vom Urknall bis zum Internet. Frankfurt am Main 2004, S. 183.
- 32 Schiffer, Sabine: Informationsmedien in der Postdemokratie. In: Aus Politik und Zeitgeschichte, 1/2011. S. 27–36. Hier: S. 29.
- 33 Schiffer, Sabine: Informationsmedien, S. 27f.
- 34 Heinzlmaier, Bernhard/Ikrath, Philipp: Generation Ego: Die Werte der Jugend im 21. Jahrhundert. Wien 2013, S. 163ff.
- 35 Feierabend, Sabine/Plankenhorn, Theresa/Rathgeb, Thomas: JIM-Studie 2015: Jugend, Information, (Multi-) Media. Stuttgart 2015.
- 36 Eurobarometer: Fake News and Disinformation Online. DG Comm (Hrsg.) Brussels 2018.
- 37 Hörisch, Jochen: Massenhafte Individuen; In: Hörisch Jochen/Kammann Uwe (Hrsg.) Organisierte Phantasie: Medienwelten im 21. Jahrhundert – 30 Positionen. Paderborn 2014; S. 109–118: S. 112.
- 38 Hörisch, Jochen: Eine Geschichte der Medien: Vom Urknall bis zum Internet. Frankfurt am Main 2004, S. 199 u. 386.
- 39 Hörisch, Jochen: Eine Geschichte der Medien, S. 389.
- 40 Schiffer, Sabine: Informationsmedien in der Postdemokratie, in: Aus Politik und Zeitgeschichte, 1/2011. S. 27–36. Hier: S. 31.
- 41 Vosoughy, Soroush/Roy, Deb/Aral, Sinan: The spread of true and false news online, in: Science 359/2018, S. 1146–1151.
- 42 Spiewak, Martin: Nachhilfe in Skepsis, in: Die Zeit 10/2018, S. 35f.
- 43 Hörisch, Jochen: Eine Geschichte der Medien: Vom Urknall bis zum Internet. Frankfurt am Main 2004, S. 368.
- 44 Reckwitz, Andreas: Die Gesellschaft der Singularitäten: Zum Strukturwandel der Moderne. Frankfurt am Main 2017.
- 45 Hörisch, Jochen: Massenhafte Individuen, in: Hörisch Jochen/Kammann Uwe (Hrsg.) Organisierte Phantasie: Medienwelten im 21. Jahrhundert – 30 Positionen. Paderborn 2014; S. 109–118. Hier: S. 113.
- 46 Luhmann, Niklas: Warum haben Sie keinen Fernseher, Herr Luhmann? Frankfurt am Main 2008. Hier: S. 84
- 47 Hörisch, Jochen: Massenhafte Individuen, in: Hörisch Jochen/Kammann Uwe (Hrsg.) Organisierte Phantasie: Medienwelten im 21. Jahrhundert – 30 Positionen. Paderborn 2014, S. 109–118. Hier: S. 111.
- 48 Schiffer, Sabine: Informationsmedien in der Postdemokratie, in: Aus Politik und Zeitgeschichte, 1/2011. S. 27–36. Hier: S. 32.
- 49 Krammer, Reinhard: Kompetenzen durch Politische Bildung. Ein Kompetenz-Strukturmodell, in: Forum Politische Bildung (Hrsg.): Informationen zur Politischen Bildung 29/2008, S. 5–14. Hier: S. 10f.
- 50 Spiewak, Martin: Nachhilfe in Skepsis, in: Die Zeit 10/2018, S. 35f.
- 51 Eckert, Svea/Gensing Patrick: Lautstarke Minderheit: Analyse von Hass Kommentaren, in: tagesschau.de 2018, <http://faktenfinder.tagesschau.de/inland/hasskommentare-analyse-101.html>, 27.03.2018
- 52 www.getbadnews.com

Steve Kenner/Dirk Lange

Digital Citizenship Education

Digitale Medienkompetenz als Aufgabe der Politischen Bildung

Welchen Einfluss haben digitale Medien auf Kinder und Jugendliche?

Digitale Medien nehmen immer häufiger die Rolle öffentlicher Versammlungsorte ein, an denen Kommunikation stattfindet, Informationen beschafft, ausgetauscht und diskutiert sowie neue Formen von gesellschaftlicher und politischer Teilhabe praktiziert werden können. Der Einfluss, den sie auf das Politische ausüben, ist dabei jedoch umstritten. Die Forschung steht diesbezüglich noch in den Anfängen. Digitale Medien können auf der einen Seite als Organisationsstruktur für einen Protest,¹ auf der anderen aber auch der bloßen Selbstdarstellung² dienen. Dennoch bedarf es einer kritisch-reflektierten Auseinandersetzung mit der digitalisierten Lebenswelt, denn die Nutzung dieser digitalen Medien ist für einen Großteil der Kinder und Jugendlichen zu einem selbstverständlichen Bestandteil des Alltags geworden.

Rolle digitaler Medien

Doch welche Folgen kann dies auf ihre Entwicklung haben und welchen Einfluss haben Global Player des Digitalisierungsmarktes wie Google, Facebook und YouTube auf politische Analyse- und Urteilskompetenz? In diesem Aufsatz wird sich diesen komplexen Fragen gewidmet. Zunächst werfen wir einen Blick auf empirische Befunde zur Bedeutung digitaler Medien für Kinder und Jugendliche sowie deren Nutzungsverhalten.³

Auswirkungen auf die Urteilskompetenz

Welchen Stellenwert haben digitale Medien im Leben von Kindern und Jugendlichen?

In der BLIKK-Studie 2017⁴ wird aufgezeigt, dass bereits im Kindergartenalter digitale Medien einen wesentlichen Platz im Leben der Kinder einnehmen. So nutzen knapp 70% der Kinder in diesem Alter das Smartphone ihrer Eltern mehr als eine halbe Stunde täglich. Dies könne zu nachhaltigen Entwicklungsstörungen führen – so die AutorInnen der Studie. Darüber hinaus belegt die BLIKK-Studie einen Zusammenhang zwischen intensiver Mediennutzung von Kindern bis zum 6. Lebensjahr und vermehrt auftretenden Sprachentwicklungsstörungen sowie motorischer Hyperaktivität.

Digitale Medien und Kleinkinder

Doch stellen digitale Medien nicht nur ein Risiko für die Entwicklung von Kindern und Jugendlichen dar. Sie bieten zugleich die Möglichkeit der Vernetzung in Sozialen Medien mit Freundinnen und Freunden über das direkte Umfeld aus Schule und Nachbarschaft hinaus. Sie können so beispielsweise auch zu einer sozio-ökonomischen Vielfalt im Freundeskreis führen, die durch eine Beschränkung auf das Wohnviertel deutlich schwieriger zu erreichen wäre. Digitale Medien schaffen nahezu unbegrenzte Möglichkeiten der Unterhaltung und das Internet ist Zugang zu vielfältigen Informationsquellen. Dies geht auch mit einer steigenden Anzahl an Nutzerinnen und Nutzern einher. Die aktuelle ARD/ZDF-Onlinestudie⁵ kommt zu dem Ergebnis, dass über 97% der 14- bis 29-Jährigen in Deutschland das Internet täglich nutzen. Die

Risiken und Chancen

Nutzungsdauer ist dabei in den letzten Jahren deutlich angestiegen und liegt bei den 14- bis 29-Jährigen mittlerweile bei 274 Minuten am Tag. Der Gesamtschnitt aller Nutzerinnen und Nutzer beträgt etwa 149 Minuten. Das Smartphone hat vor allem in der jungen Generation klassische Medien wie das Fernsehen längst abgelöst.

Wofür nutzen Kinder und Jugendliche digitale Medien?

Unterhaltung und Infor- mation

Für Demokratiebildung sind die Zusammenhänge von Mediennutzung und Mündigkeit sowie Selbstbestimmung von großer Bedeutung. Insbesondere ist relevant, wie intensiv Kinder und Jugendliche das Internet und digitale Medien als Informationsmedium nutzen. Eine aktuelle Befragung von Jugendlichen im Rahmen der JIM-Studie des Medienpädagogischen Forschungsverbundes Südwest⁶ ergab, dass die Zwölf- bis 19-Jährigen in Deutschland nach eigener Einschätzung nur etwa elf Prozent ihrer Onlinenutzung mit gezielter Recherche und der Informationssuche verbringen. Etwa 68% der Zwölf- bis 13-Jährigen nutzen dafür täglich Google. Bei den 18- bis 19-Jährigen sind es bereits 94%. Kinder und Jugendliche nutzen außerdem regelmäßig YouTube und knapp ein Drittel greift auf Soziale Netzwerke wie Facebook und Twitter sowie Wikipedia zur Informationsbeschaffung zurück. Digitale Medien werden von Jugendlichen vor allem für den Austausch mit Freundinnen und Freunden über Nachrichtendienste wie WhatsApp und zur Selbstdarstellung über Soziale Netzwerke wie Facebook, Instagram und Snapchat genutzt. Diese steigende Bedeutung von Selbstinszenierung führt zu neuen Phänomenen. Cybermobbing beispielsweise projiziert Prozesse der Ausgrenzung, die sich vor einigen Jahren noch auf das Klassenzimmer oder den Schulhof begrenzt hatten, in den globalen Raum des Internets. Eine Sensibilisierung dafür muss immer auch Aufgabe von Bildungsprozessen sein, um eine mündige und selbstbestimmte Mediennutzung in der digitalisierten Welt sicherzustellen.

Selbst- darstellung und Cyber- mobbing

Was bedeutet Bürgerschaft in der digitalisierten Gesellschaft?

Der digitalen Gesellschaft bieten sich für Partizipation als „grundlegende[s], performative[s] Element von Citizenship“⁷ zahlreiche neue Möglichkeiten und Verschiebungen von althergebrachten Mustern. Wir orientieren uns dabei am Begriff *acts of citizenship*, der insbesondere von Engin Isin geprägt wurde. *Acts of citizenship* ist ein analytischer Begriff, der auf der Unterbrechung einer herrschenden Ordnung, Normalität oder Hierarchie durch eine Praxis „von unten“⁸ basiert. In Bezug auf eine digitale Gesellschaft können diese Praxen durch neue Medien vereinfacht, aber auch verunmöglicht oder gefährdet werden. In Bezug auf *being digital citizens* nehmen die PolitikwissenschaftlerInnen Engin Isin und Evelyn Ruppert (2015) eine Kategorisierung der *digital acts in callings, openings* und *closings* vor.⁹ Darauf sollte Politische Bildung mit einer digitalen Mündigkeitsbildung junge Menschen vorbereiten. Es gilt demnach unter anderem, die „Grundlagen für eine an den Grundrechten orientierte Debattenkultur“¹⁰ zu kennen, sowie das bewusste Suchen nach verschiedenen Positionen zu befördern, um eine „unbewusste Spirale monokausaler Erklärungsmuster“¹¹ zu vermeiden.

Citizenship im Digital- zeitalter

Die Medienwissenschaftlerin Caja Thimm verweist darauf, dass alle Beteiligungsbarrieren für Bürgerinnen und Bürger im Netz sinken würden.¹² Jürgen Habermas beschrieb dies schon im Jahr 2006 bei seiner Rede anlässlich der Verleihung des Bruno-Kreisky-Preises für das politische Buch als einen „begrüßenswerten Zuwachs an Egalitarismus“¹³. Allerdings fügte er hinzu, dass dieser Egalitarismus „mit der Dezentrierung der Zugänge zu unredigierten Beiträgen bezahlt“ sei und im Internet dadurch „die

Beiträge von Intellektuellen die Kraft, einen Fokus zu bilden“ verlieren würden. Doch wenngleich das prägende Element von Beiträgen Intellektueller eingeschränkt sein mag, so führt die Möglichkeit zur freien und unbeschränkten Publikation im Internet auch dazu, dass sich ein freier und vielfältiger Diskurs in digitalen Medien verbreiten kann. Immer wichtiger wird die sogenannte „Mikro-Partizipation“¹⁴. Einzelne können durch einen Kommentar oder Post eine Welle von Reaktionen auslösen und auf diese Weise sogar Themen in den gesellschaftlichen Diskurs bringen, die vorher wenig Beachtung gefunden haben. Auch kleine Interessengruppen haben durch die Versammlungsräume und die Mikro-Partizipation über eine nicht zu unterschätzende Macht gewonnen. Es ist zu konstatieren, dass Soziale Medien für demokratische Artikulationsprozesse nutzbar gemacht und Aufmerksamkeit erreicht werden kann, wo es sonst außerhalb des digitalen Bereichs oftmals an Geld und Mitgliedern für erfolgreiche Interessensvertretung mangelt.

Soziale Medien als egalitäre Äußerungsformen

Allerdings sind all diese Angebote sozialer Medien und Netzwerke nur bedingt als Ideenbörse des freien politischen Diskurses zu verstehen. Social-Media-Plattformen bieten zwar technisch beste Voraussetzungen für breite Teilhabe und kontrovers geführte Debatten. „Die Ablenkung ist jedoch meist größer als die Konzentration auf den rationalen Aspekt, auf das Innehalten und Hinterfragen“¹⁵, geben Simon Hegelich, Professor für Political Data Science und der Forscher Morteza Shahrezaye zu bedenken. Damit verlieren sich Diskurse in digitalen Welten immer häufiger in Filterblasen, Echokammern und Fake News. Auch Kurt Imhof verweist darauf, dass es hierbei ähnlich wie in Offline-Beziehungsnetzen zu einer Homogenisierung innerhalb der miteinander in den Austausch tretenden Gruppen und eine Differenzierung zu Außenstehenden kommt.¹⁶

Homogenisierung in Echokammern

Mündigkeit in der digitalisierten Medienlandschaft

Die Rolle von Medien in gesellschaftspolitischen Prozessen wird nicht erst seit der beginnenden Digitalisierung erforscht. Es ist ein wiederkehrendes Phänomen, das neue Medien, wie einst der Fernseher, das Mobiltelefon und die SMS-Funktion, das Kommunikationsverhalten der Menschen und den Zugriff auf Informationen nachhaltig verändert. In der Forschung hat sich für die interpersonale, interaktive und produktive (Massen)Kommunikation das Konzept der Mediatisierung etabliert, das einen sogenannten Metaprozess beschreibt, der „thematisch zusammenhängende historische gesellschaftliche bzw. kulturelle Langzeitentwicklungen konzeptionell“¹⁷ erfasst. Das Besondere an digitalen Medien ist, dass sie nicht nur das private und das öffentliche Leben in ihren jeweiligen Sphären prägen, sondern zu grundsätzlichen Verschiebungen im Verhältnis von Privatheit und Öffentlichkeit geführt haben. Im Zuge der Digitalisierung der Gesellschaft hat nicht nur ein neues Medium Einzug in den privaten Raum der Menschen erhalten, sondern sie haben den Raum verändert. Die private Wohnung, die Küche, das Kinder- oder Schlafzimmer wird immer häufiger Teil der digitalen Identität und dafür immer öfter in die Öffentlichkeit projiziert.

(Digitale) Medien verändern Kommunikation

Die Digitalisierung der Gesellschaft führt zu einem kategorialen Wandel von Öffentlichkeit und Privatheit. Zurückzuführen ist dies in erster Linie auf die Netzkommunikation.¹⁸ Die traditionelle Öffentlichkeit, welche aus journalistischen Recherche- und Selektionsprozessen bestand, wird abgelöst von einer Netzöffentlichkeit, in der Menschen nicht nur Empfängerinnen und Empfänger von Informationen, sondern zugleich auch dessen Senderinnen und Sender sind. Die empfangenen Güter können nicht nur konsumiert, sondern auch kommentiert, kategorisiert, bewertet, geteilt und verarbeitet werden – und das öffentlich und unter Kenntnisnahme Dritter.¹⁹ Thimm geht daher

Internet als
digitaler
Versamm-
lungsort

davon aus, dass Netzöffentlichkeit zugleich Öffentlichkeit, Teil- und Gegenöffentlichkeit sein kann. Diese neue Form der Öffentlichkeit schafft Möglichkeiten, die vorher so nicht existierten. Inwiefern digitale Medien tatsächlich eine neue Öffentlichkeit erschaffen oder nur ein weiteres Medium der Massenkommunikation sind, ist im wissenschaftlichen Diskurs umstritten. Unbestritten ist, dass das Internet einen digitalen Versammlungsort schafft, an dem sich Interessengruppen austauschen können, ganz gleich wie jung oder alt sie sind oder wie weit verstreut die Mitglieder auch sein mögen.

Fake News, Filterblasen und Echokammern – Welche neuen Herausforderungen stellen digitale Medien dar?

Echokammern
statt kritische
Reflexion

Vor allem Großkonzerne, Global Player der Digitalisierungsbranche, erwirken eine Fragmentierung bzw. Polarisierung der Gesellschaft durch von ihnen entwickelte Algorithmen. Beispielhaft sei hier genannt, dass Facebook zumeist Seiten und Posts sowie daraus resultierend Einstellungen und Meinungen anzeigt, die den eigenen Vorstellungswelten und Deutungen nahe kommen oder sich gar decken.²⁰ Eli Pariser prägte für dieses Phänomen mit dem gleichnamigen Buch den Begriff der *filter bubble*. Dabei sind diese Blasen in Sozialen Medien immer häufiger gekennzeichnet von *fake news*, wissentlich falsche Informationen, die beispielsweise zum Zwecke der Delegation (politischer) Konkurrentinnen und Konkurrenten im Netz platziert werden und zu einer Desinformation der Bürgerinnen und Bürger führen.²¹ Es entsteht ein Konstrukt, in dem die eigene Meinung nur bestärkt wird und nicht verteidigt werden muss. Dies kann sich nachhaltig negativ auf den Entwicklungsprozess von Urteilskompetenz und Konfliktfähigkeit des Individuums auswirken. Nutzerinnen und Nutzer verlieren sich dann vermehrt in Echokammern, denn wie in der analogen Welt neigen Menschen auch in der digitalen Welt dazu, Bestärkung für die eigene Position einer kritischen Reflexion vorzuziehen. Somit entstehen Cluster, in denen der politische Diskurs auf die eigene Position beschränkt wird.²²

Erwerben
digitaler
Kompetenz
und Politische
Bildung

Sich in diesen Konstrukten von Filterblasen, Echokammern und Falschinformationen zu bewegen, sie zu diagnostizieren, zu entlarven, sich selbst und die eigene Rolle innerhalb dieser Kommunikationsstrukturen zu hinterfragen, sind Kompetenzen, die neu erworben werden müssen. Eine Sensibilisierung für Mündigkeitsbildung innerhalb dieser neuen Lebens- und Lernwirklichkeiten ist ein wesentliches Element gelingender Demokratiebildung in der digitalisierten Welt. Dabei bewegt sich eine Didaktik der Politischen Bildung im Zeitalter der Digitalisierung in einem neuen Spannungsfeld von Freiheit und Kontrolle.²³

Perspektiven
der Demokra-
tiebildung

Für die Demokratiebildung gilt die Zielvorstellung, junge Menschen auf dem Weg zu mündigen Bürgerinnen und Bürgern zu begleiten, die „nicht nur in der Lage [sind], sich in bestehende politische, ökonomische, gesellschaftliche Systeme einzugliedern und zu funktionieren, sondern auch Herrschafts- und Machtstrukturen zu analysieren, sich ein kritisch-reflektiertes Urteil zu bilden und mögliche Handlungsstrategien zu kennen, um selbst aktiv politische Prozesse nachhaltig beeinflussen zu können“²⁴. Um dieses Ziel erreichen zu können, bedarf es im Zeitalter der Digitalisierung weiterer Perspektiven. In der sogenannten „Dagstuhl-Erklärung: Bildung in der digital vernetzten Welt“ aus dem Jahr 2016 verweist die Gesellschaft für Informatik auf folgende Perspektiven:

- ▶ Erstens auf die technologische Perspektive. Hierbei gilt es zu lernen, die Funktionsweise von Systemen, Algorithmen usw. zu hinterfragen und zu bewerten.
- ▶ Zweitens wird die gesellschaftlich-kulturelle Perspektive beschrieben. Dabei wird

die Wechselwirkung der digital vernetzten Welt mit Individuen und der Gesellschaft in den Blick genommen.

- ▶ Als dritte Perspektive wird die Anwendungsbezogenheit angeführt. Sie fokussiert auf „die zielgerichtete Auswahl von Systemen und deren effektive und effiziente Nutzung zur Umsetzung individueller und kooperativer Vorhaben“. Hierbei steht die Befähigung der Kinder und Jugendlichen im Fokus, digitale Medien nutzbar zu machen.²⁵

Digitale Lernformen in der Demokratiebildung

Unter Berücksichtigung der drei Perspektiven auf Lernprozesse in der digitalisierten Gesellschaft sind nicht nur formelle Lernumgebungen, wie beispielsweise der Unterricht oder die Schule als Lernraum in den Blick genommen werden, sondern auch informelle Lernumgebungen, wie der Pausenhof, der Sportverein oder das Kinderzimmer, für diesen Prozess bedeutsam. Digitale Medien bieten unbestritten die Möglichkeit eines multimedialen, interaktiven und individualisierten Unterrichts. Sie bergen aber zugleich das Risiko einer Reizüberflutung, die zu einer nur oberflächlichen Verarbeitung der Inhalte führe (Ebel und Zorn 2015).

**Neue
Möglich-
keiten für den
Unterricht**

Best-Practice-Beispiele aus amerikanischen Bildungskontexten zeigen jedoch auch, dass digitale Medien einen positiven Einfluss auf die Schaffung eines demokratischen Diskurses haben können. Hierbei nehmen digitale Medien vor allem außerhalb der formalen Lernprozesse eine immer größere Stellung ein. Justin Reich, Brandon Stewart, Kimia Mavon und Dustin Tingley, eine Forschungsgruppe der renommierten US-amerikanischen Universitäten MIT, Princeton und Harvard, untersuchten in einer Studie sogenannte MOOCs (Massive Open Online Courses) als eine Möglichkeit des Austauschs über die Grenzen der immer homogener werdenden Wohngebiete, und somit auch der Schulen.²⁶ MOOCs können eine „barrierearme und selbstbestimmte Möglichkeit zum Wissens- und Kompetenzerwerb“²⁷ schaffen.

**Best-Practice-
Beispiele**

„Massive [im Begriff Massive Open Online Course] verdeutlicht dabei, dass sich das Angebot an eine hohe Teilnehmendenzahl richtet (bis zu über 100.000 Teilnehmende) und diese im Vergleich zu nichtwebbasierten Angeboten auch erreichen kann. Der Begriff open markiert, dass es in der Regel keine Zulassungs- und Teilnahmebeschränkungen gibt, und dass der Lernprozess als offener Prozess angelegt ist. Als webbasiertes Fortbildungs- und Qualifizierungsinstrument vollzieht sich dieser Prozess primär online, d. h., dass das gesamte Material, die Kommunikation, die Diskussion kontroverser Fragen und die Wissens- und Lernfortschrittsüberprüfung webbasiert ist. Die Nutzerinnen und Nutzer können im eigenen Tempo selbstgesteuert lernen oder sich in den Austausch mit der learning community begeben. Der Begriff course schließlich verdeutlicht, dass es sich um einen didaktisch und fachwissenschaftlich konzipierten Kurs und nicht nur um eine isolierte und frei im Netz verfügbare Bildungsressource handelt. Course verdeutlicht auch, dass es sich um eine begrenzte Wissensseinheit mit einem bestimmten Umfang und Dauer handelt, die auch gemeinsam in Online-Lerngruppen bearbeitet werden kann.“²⁸

**Massive
Open Online
Courses
(MOOCs)**

Zusammenfassend bieten digitale Medien die Möglichkeit, vielfältige Lernumgebungen zu schaffen, die einen interaktiven und multiperspektivischen Austausch über politische und gesellschaftliche Problemlagen eröffnet. Eine fortschreitende Digitalisierung des Wissens und eine verstärkte Einbindung in unseren (schulischen) Alltag muss dabei allerdings stetig kritisch hinterfragt werden. Denn genau wie andere zentrale Themen unserer Zeit stellt auch die Digitalisierung einen Gegenstand dar, der im Rahmen Politischer Bildung kritisch reflektiert werden muss.

**Unterrichts-
einbindung
kritisch
reflektieren**

- 1 Vgl. Thimm, C. (2012): Digitale Citoyens: Politische Partizipation in Zeiten von Social Media. Bonn, www.bapp-bonn.de/medien/downloads/publikation_forschungsergebnisse/publikation_forschungsergebnisse_kurz.pdf, 28.04.2018
- 2 Imhof, K. (2015) Demokratisierung durch Social Media? In: Imhof, K./Blum, R./Bonfadelli, H./Jarren, O./Wyss, V. (Hrsg.): Demokratisierung durch Social Media: Mediensymposium 2012. Medien. Kultur. Kommunikation, Wiesbaden, S.15–26.
- 3 Siehe dazu auch die Beiträge in Forum Politische Bildung (Hrsg.): Informationen zur Politischen Bildung. Medien und Politik. 35/2012.
- 4 <https://www.drogenbeauftragte.de/presse/pressekontakt-und-mitteilungen/2017/2017-2-quantal/ergebnisse-der-blick-studie-2017-vorgestellt.html>, 27.04.2018
- 5 <http://www.ard-zdf-onlinestudie.de>, 27.04.2018
- 6 https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2017/JIM_2017.pdf, 27.04.2018
- 7 Kaun, A. (2015): Citizenship und Partizipation, in: Hepp A./Krotz F./Lingenberg S./Wimmer J. (Hrsg.): Handbuch Cultural Studies und Medienanalyse. Medien. Kultur. Kommunikation, Wiesbaden, S.181–189. Hier: S. 181.
- 8 Isin/Nielsen (2008): Introduction, in: Dies.: Acts of Citizenship, London/New York, S. 1–13. Hier: S. 10.
- 9 Mehr dazu vgl.: Isin/Ruppert (2015): Being Digital Citizens, London.
- 10 Haarmann, M. P. (2016): E-Citizenship?! Impulse zum Ausbruch aus einer digitalen Unmündigkeit, in: POLIS, 3/2016, S. 22–25. Hier: S. 23.
- 11 Ebd., S.24.
- 12 Vgl. Thimm, Digitale Citoyens, S. 11.
- 13 Habermas, J. (2006): Preisrede von Jürgen Habermas anlässlich der Verleihung des Bruno-Kreisky-Preises für das politische Buch, Wien, am 9. März 2006. http://www.renner-institut.at/fileadmin/user_upload/downloads/kreisky_preis/habermas2006-03-09.pdf, 23.04.2018
- 14 Thimm, C. (2016): Digitale Gesellschaft: Zum Wandel der (politischen) Öffentlichkeit im Digitalen Zeitalter, Journal für politische Bildung, 1/2016 (2191–8244), S. 8–14. Hier: S. 10.
- 15 Hegelich, S./Shahrezaye, M. (2017): Die Disruption der Meinungsbildung: Die politische Debatte in Zeiten von Echokammern und Filterblasen, in: Analysen & Argumente, Berlin. S. 8.
- 16 Vgl. Imhof, Demokratisierung, S. 17f.
- 17 Krotz, F. (2015): Mediatisierung, in: Hepp A./Krotz F./Lingenberg S./Wimmer J. (Hrsg.): Handbuch Cultural Studies und Medienanalyse. Medien. Kultur. Kommunikation, Wiesbaden, S.439–452. Hier: S. 440.
- 18 Vgl. Thim, Digitale Gesellschaft, S. 13.
- 19 Vgl. ebd.: S. 8ff.
- 20 Schweiger (2017): Der (des)informierte Bürger im Netz: Wie soziale Medien die Meinungsbildung verändern, Wiesbaden.
- 21 Vgl. ebd.
- 22 Vgl. Hegelich/ Shahrezaye 2017.
- 23 Mehr zu diesem Spannungsfeld bei Verständig, D./Biermann, R. (2017): Das Netz im Spannungsfeld von Freiheit und Kontrolle, in: Dies. (Hrsg.): Das umkämpfte Netz: Macht- und medienbildungstheoretische Analysen, Wiesbaden, S. 1–16.
- 24 Kenner, S./Lange, D. (2018): Einführung: Citizenship Education, in: Dies. (Hrsg.): Citizenship Education. Konzepte, Anregungen und Ideen zur Demokratiebildung, Frankfurt a.M., S. 9–20. Hier: S. 9.
- 25 Gesellschaft für Informatik (2016): Dagstuhl-Erklärung. Bildung in der digitalen vernetzten Welt. https://gi.de/fileadmin/GI/Hauptseite/Themen/Dagstuhl-Erklärung_2016-03-23.pdf, 23.04.2018, S. 3.
- 26 Reich, J. /Stewart, B./Mavon, K./Tingley, D. (2016): The Civic Mission of MOOCs: Measuring Engagement across Political Differences. In Forums. Proceedings of the Third ACM Conference on Learning. <https://scholar.harvard.edu/files/dtingley/files/civicmooc.pdf>, 28.04.2018
- 27 Ballhausen, U./Kappeller, T./Kenner, S./Lange, D./Meinhold-Henschel, S. (2018): Citizenship Education: Ein MOOC zur Demokratiebildung, in: Kenner, S./Lange, D. (Hrsg.): Citizenship Education. Konzepte, Anregungen und Ideen zur Demokratiebildung, Frankfurt a. M., S. 285–296. Hier: S. 286.
- 28 Ballhausen et. al, Citizenship Education, S. 286f.



WEBTIPP

Das Themenmodul **„Virtuelle Agora und digitale Zivilcourage“** auf der Website des Demokratiezentrum Wien beschäftigt sich mit den vielen Vorteilen und Freiheiten, die das Internet und insbesondere Soziale Medien mit sich bringen, zeigt aber auch die Herausforderungen auf, die sie im Hinblick auf das friedliche Zusammenleben in einer demokratischen Gesellschaft stellen. Die gleichnamige Broschüre kann kostenlos heruntergeladen werden.

▶ www.demokratiezentrum.org → Themen → Virtuelle Agora und digitale Zivilcourage

Das Lernmodul **„Soziale Medien und Stärkung digitaler Zivilcourage“** von Dirk Lange, Judith Lehner und Malin Gabbatsch sowie Niku Dorostkar und Alexander Preisinger bietet konkrete Unterrichtsbeispiele zu den Themen Digitalisierung in der Politischen Bildung, Fake News, Digitale Zivilcourage, Social Media und Politik sowie elektronische Partizipation.

▶ www.demokratiezentrum.org → Lernmodule → Soziale Medien und Stärkung digitaler Zivilcourage

Die Initiative **Saferinternet.at** hilft Kindern, Jugendlichen, Eltern und LehrerInnen dabei, die Möglichkeiten des Internets sicher zu nutzen. Sie beschäftigt sich etwa mit Cyber-Mobbing, Internetbetrug oder Datenschutz/Privatsphäre.

▶ www.saferinternet.at

Elmar Mattle

Mediendemokratie 2.0 Politische Kommunikation in Neuen Medien im Spannungsfeld zwischen Filterblasen und Deliberation

Bezug zum Informationsteil	Steve Kenner und Dirk Lange: Digital Citizenship Education Georg Lauss: Mediendemokratie
Zielgruppe/Alter	Sekundarstufe I, ab der 8. Schulstufe
Lehrplanbezug	Modul 9 (Politische Bildung): Medien und politische Kommunikation
Basiskonzept	Kommunikation
Thematische Konkretisierung	<ul style="list-style-type: none">▶ Öffentlichkeit als zentralen Ort der politischen Kommunikation analysieren, die Vor- und Nachteile der Mediendemokratie erörtern, die mediale Umsetzung von politischen Ideen und Informationen sowie die Inszenierung von Politik analysieren▶ Die Bedeutung der digitalen Medien in der politischen Kommunikation erläutern und bewerten
Dauer	2 Unterrichtseinheiten
Kompetenzen	Politische Methodenkompetenz, Politische Urteilskompetenz
Kompetenzkonkretisierungen	Arbeiten mit politischen Medien (Analyse von medial vermittelten Informationen)
Zentrale Fragestellungen	<ul style="list-style-type: none">▶ Welche (positiven wie negativen) Auswirkungen haben Neue Medien auf die politische Kommunikation?▶ Wie werden politische Inhalte medial unterschiedlich vermittelt?▶ Welche Probleme können durch Filterblasen, Echokammern und die Mehrheitsillusion entstehen?▶ Wie kann man mit diesen Phänomenen (sinnvoll) umgehen?

Hinführung zum Thema

Politische Kommunikation – also alle Formen der Kommunikation politischer AkteurInnen und die Kommunikation, die sich an politische AkteurInnen richtet oder über Politik und deren AkteurInnen stattfindet – ist neben den klassischen Medien gegenwärtig vor allem mit Neuen Medien verbunden. Allgemein werden Medien verschiedene politische Funktionen zugeschrieben: Information über das politische Geschehen und seine Hintergründe (Selektion und Reduktion der Komplexität), Bildung der BürgerInnen (als „Fähigkeit, Informationen aufzunehmen, sie zusammenhängend zu begreifen und sich auf dieser Grundlage eine Meinung zu bilden“¹), Mitwirkung im politischen Willensbildungs- und Entscheidungsprozess („Mediendemokratie“) und damit verbunden auch die Kontrolle der politischen AkteurInnen, Herstellung von Öffentlichkeit und Integration (siehe dazu auch S. 5).²

Politische Funktionen von Medien

**Interaktions-
möglichkeiten
durch Neue
Medien**

Neue und vor allem Soziale Medien haben die politischen Kommunikationsstrukturen sowohl quantitativ als auch qualitativ massiv verändert. Die Möglichkeiten der Informationsverbreitung und -gewinnung haben sich deutlich erweitert. Durch die verstärkte Vernetzung im Web 2.0 bestehen räumlich und zeitlich quasi unbegrenzte Interaktionsmöglichkeiten zwischen politischen AkteurInnen, gesellschaftlichen Gruppen und BürgerInnen. Die Frage, wie sich die neuen Technologien auf die politische Kommunikation und damit auf politische bzw. demokratische Prozesse auswirken, kann heute (noch) nicht endgültig beantwortet werden.

**Deliberation
= argumenta-
tionsgestützte
Debatten zur
Problem-
lösung**

Es ist aber offensichtlich, dass Soziale Medien mehrere Effekte auf die politischen Meinungsbildungs- und Entscheidungsprozesse haben: Die Kommunikationsströme haben sich erheblich beschleunigt, so reagieren beispielsweise viele PolitikerInnen innerhalb kürzester Zeit auf Nachrichten, Posts oder Kommentare von NutzerInnen, die wiederum im Web 2.0 als „*Producer*“ – also als Producer und User gleichermaßen – auftreten. Klassische Medien verlieren zunehmend (vor allem bei Jüngeren) an Bedeutung, vor allem was ihre Informations- und Filterfunktion (Stichwort „*Gatekeeper*“³) betrifft. Darüber hinaus spielt auch die (vermeintliche) Anonymität im Netz eine wichtige Rolle, was einerseits die Hürden zur Teilnahme an der Kommunikation senkt, andererseits aber auch problematische Phänomene befeuert, etwa das Problem „*hate speech*“⁴. Informationen werden in Sozialen Medien durch (unbekannte bzw. undurchsichtige) Algorithmen⁵ gereiht und gewichtet („*Filterblase*“), mitunter werden auch „*social bots*“ eingesetzt, um Meinungsmache im Netz zu betreiben. Dem Potenzial der Sozialen Medien, durch Vernetzung, Konnektivität und Interaktivität neue Möglichkeiten des politischen Diskurses zu schaffen, steht die Frage gegenüber, ob man in diesem Zusammenhang von Deliberation im eigentlichen Sinn sprechen kann. „*Deliberation wird demokratietheoretisch als ein Konzept verstanden, bei dem die öffentliche Beratschlagung in Sinne einer Debatte, die auf Argumenten gestützt nach Politiklösungen sucht, zu besseren Entscheidungen führen kann.*“⁶ Kommunikation im Netz ist aber deutlich stärker individualisiert, personalisiert und fragmentiert – man spricht in diesem Zusammenhang oft von sogenannten „*Echokammern*“, die eine öffentliche Diskussion und einen Austausch unterschiedlicher Argumente erschweren.

**Medien-
kompetenz**

Methodisch-didaktische Hinweise

Das Internet bzw. Soziale Medien sind per se weder demokratieförderlich noch demokratiefeindlich – das hängt schlussendlich von den AkteurInnen, der Art der Nutzung, den Nutzungsmotiven und -zielen ab. Immer wichtiger wird hier die Kompetenz der BürgerInnen, „die nicht nur technisch mit diesen Medien umgehen müssen [...], sondern auch die notwendigen Kompetenzen besitzen müssen, um die Fülle der Informationen verarbeiten und sinnvoll nutzen sowie die fehlenden inhaltlichen Filter durch erhöhtes kritisches Hinterfragen kompensieren zu können“⁷.

**Methoden-
kompetenz für
SchülerInnen**

Diese geforderten Fähigkeiten erwerben die SchülerInnen vor allem dann, wenn im Unterricht die politikbezogene Methodenkompetenz im Zentrum steht. Konkret sollen die SchülerInnen dazu befähigt werden, medial vermittelte politische Informationen und Kommentare kritisch prüfen zu können, etwa „*Kommunikationsstrategien und -zielen der UrheberInnen der politischen Manifestation nachzugehen, über Kriterien zur Bewertung der Qualität von politischen Informationen zu verfügen und diese zur Anwendung zu bringen, Themenlenkung durch Politik und/oder Medien (Agenda Setting) zu erkennen und in Hinblick auf deren Absicht und Wirkung zu besprechen [...], den Einfluss der medialen Präsentationsform auf die kommunizierten Inhalte zu erkennen [oder] unzulässige Vereinfachungen der möglichen Aussagen [...]* zu erkennen“⁸.

Die vorliegenden Unterrichtsbausteine thematisieren besonders Neue bzw. Soziale Medien und ihre Auswirkungen auf die politische Kommunikation. Im Baustein 1 beschäftigen sich die SchülerInnen mit den Vor- und Nachteilen der Neuen Medien in Bezug auf die politische Kommunikation.⁹ Darauf aufbauend sollen sie abschließend ein begründetes Urteil darüber abgeben, welche Seite für sie persönlich überwiegt und ihre Ergebnisse in der Klasse diskutieren. Baustein 2 versucht anhand eines konkreten Beispiels (der Bundespräsidentenwahl 2016) zu zeigen, wie unterschiedlich Themen den UserInnen von Sozialen Netzwerken dargestellt werden (Filterblasen und Echokammern) und welche Auswirkungen das haben kann. Abschließend werden auch noch Überlegungen angestellt, wie man diesen Phänomenen begegnen kann.

UNTERRICHTSBAUSTEIN 1: Auswirkungen der Neuen Medien auf die politische Kommunikation

In diesem ersten Baustein geht es zunächst vor allem darum, dass die SchülerInnen verschiedene Auswirkungen der Neuen Medien auf die politische Kommunikation kennenlernen und darüber reflektieren. Um den Einstieg in dieses Thema zu erleichtern, werden die beiden Begriffe „Politische Kommunikation“ und „Neue Medien“ den SchülerInnen als Arbeitswissen zur Verfügung gestellt. Anschließend sollen sie beispielhafte Alltagssituationen als Vor- bzw. Nachteil Neuer Medien entsprechend zuordnen. Natürlich können hier vorher auch eigene Überlegungen angestellt werden, bevor die Kärtchen ausgeteilt werden. Als nächster Schritt folgt eine Abstraktion – von den Einzelbeispielen soll auf allgemeine Aussagen geschlossen werden. Im letzten Schritt bewerten und reihen die SchülerInnen die Vor- und Nachteile und beurteilen, welche Seite für sie überwiegt. Eine abschließende Diskussion mit den Sitznachbarn bzw. im Plenum kann unter Umständen (im Sinne der politikbezogenen Urteilskompetenz) dazu führen, dass ein Urteil modifiziert, zurückgenommen oder bekräftigt wird.

Einführung
und Diskus-
sion

Arbeitsauftrag:

1. Lies dir zuerst M_1 (Arbeitswissen) durch.
2. Auf den 10 Kärtchen (M_2) findest du mehr oder weniger alltägliche Situationen. Lies sie aufmerksam durch und ordne sie anschließend in Vor- und Nachteile Neuer Medien in Bezug auf politische Kommunikation.
3. Du wirst festgestellt haben, dass sich immer ein Vorteil und ein Nachteil auf einen gewissen Aspekt der Neuen Medien beziehen. Ordne die Kärtchen nun so an, dass dem Vorteil jeweils der entsprechende Nachteil gegenübersteht.

Alltägliche Situation: Heinz freut sich, dass er endlich ein Handy bekommen hat. So kann er zum Beispiel jederzeit von seinem Freund angerufen werden und ihm helfen, wenn der nicht weiß, wie er die Mathematik-Hausübung lösen soll.



Allgemeine Aussage: Ein Mobiltelefon ermöglicht es uns, (fast) überall und immer erreichbar zu sein.



Überschrift/Schlagwort: Erreichbarkeit

4. *Formuliere nun ausgehend von den Beispielen eine kurze allgemeine Aussage zu dem jeweiligen Vor- bzw. Nachteil und finde ein(e) dazu passende(s) Überschrift/Schlagwort. Das angeführte Beispiel (zum Thema „Handy“) soll dir dabei helfen:*
5. Bewerte die Vor- und Nachteile und reihe sie jeweils von 1 (besonders wichtig) bis 5 (gar nicht wichtig). Begründe deine Entscheidung und beurteile abschließend, ob für dich die Vorteile oder die Nachteile überwiegen.
6. Vergleiche deine Ergebnisse mit deinem/deiner Sitznachbar/in und diskutiere die Ähnlichkeiten bzw. Unterschiede. Tauscht dazu auch eure Argumente aus.
7. Beteilige dich an der Diskussion im Plenum.

Differenzierungsmöglichkeiten:

- ▶ Um die Aufgabe noch umfangreicher und komplexer zu gestalten, bietet es sich an, SchülerInnen darüber nachdenken zu lassen, wie die genannten Nachteile vermieden, umgangen bzw. verringert werden können. Was können beispielsweise SchülerInnen tun, wenn sie regelmäßig mit Hasspostings konfrontiert sind? Darüber hinaus wäre auch eine Online-Recherche mit anschließender Kurzpräsentation zum Thema möglich. In diesem Zusammenhang sollte man die SchülerInnen auf brauchbare Seiten wie www.mimikama.at, www.saferinternet.at oder www.klicksafe.de hinweisen.
- ▶ Um die Aufgabe kürzer und einfacher zu gestalten, können die von Reinhold Gärtner formulierten Vor- und Nachteile und/oder die Schlagwörter/Überschriften ausgeteilt werden. Die SchülerInnen müssen dann nur mehr die richtige Zuordnung finden.

M1: POLITISCHE KOMMUNIKATION

ARBEITSWISSEN

Unter politischer Kommunikation versteht man alle Formen der Kommunikation politischer AkteurInnen ebenso wie die Kommunikation, die sich an politische AkteurInnen richtet oder über Politik und deren AkteurInnen stattfindet.

Traditionelle Medien sind Zeitungen und Zeitschriften, Radio und Fernsehen. Als Neue/digitale Medien bezeichnet man Medien wie E-Mail-Newsletter, Weblogs, DVDs oder CD-ROM, die vor allem digital und über das Internet zugänglich sind. Oftmals wird der Begriff „Internet“ gleichbedeutend mit „Neue Medien“ verwendet, obwohl das Internet nur eine mögliche Ausprägung von Neuen Medien ist.

Soziale Medien („social media“) sind digitale Medien (z.B. Facebook, Instagram, Snapchat etc.), die es NutzerInnen ermöglichen, sich im Internet zu vernetzen, sich also untereinander auszutauschen und mediale Inhalte einzeln oder in einer definierten Gemeinschaft oder offen in der Gesellschaft zu erstellen und weiterzugeben.

Vgl. http://wellman.uni-trier.de/index.php?title=Politische_Kommunikation, vgl. auch <http://www.politik-lexikon.at/medien/> und <http://www.politik-lexikon.at/soziale-netzwerke/>, 23.03.2018

M₂ VOR- UND NACHTEILE NEUER MEDIEN	
VORTEILE	NACHTEILE
<p>Schnelligkeit Informationen können praktisch zeitgleich übertragen werden, die EmpfängerInnen der Informationen sind damit in das Geschehen mehr oder weniger direkt eingebunden, wenngleich sie räumlich nicht präsent sind.¹</p>	<p>Zeitdruck Der Nachteil dieser Schnelligkeit ist ein Zeitdruck, der das Recherchieren schwieriger macht. Dies gilt nicht nur für komplexe Sachverhalte, sondern auch für relativ wenig aufwändige Berichte.¹</p>
<p>Max interessiert sich für die politische Entwicklung im Iran und verfolgt eine Demonstration in Teheran via Livestream auf Facebook. Zusätzlich kann er zum Beispiel auf Twitter durch einen Hashtag alle Meldungen verfolgen, die in diesem Zusammenhang veröffentlicht werden.</p>	<p>Andreas arbeitet als Journalist und ist für rasche Updates der Online-Ausgabe seiner Zeitung verantwortlich. Da die LeserInnen möglichst schnell die aktuellen Neuigkeiten sehen wollen, unterlaufen ihm leider manchmal Fehler. Für aufwändige Berichte und Recherchen hat er oft auch keine Zeit.</p>
<p>Aktualität Direktübertragungen (in TV oder Radio) können nicht nur ergänzt, sondern ersetzt werden. Diese Aktualität wird mit Online-Ausgaben verstärkt.¹</p>	<p>Schnellebigkeit Ein weiterer Nachteil dieser Schnelligkeit ist die Schnellebigkeit: Informationen werden für den Augenblick erstellt und transportiert und das Ablaufdatum bzw. die Zeitspanne, die einer Information bleibt, bevor sie von der nächsten überholt wird, wird immer kürzer.¹</p>
<p>Sandra kauft sich keine gedruckte Zeitung, sie ruft lieber die Online-Ausgabe ihrer Lieblingszeitung auf und ist so immer auf dem aktuellsten Stand. Außerdem kann sie so nicht nur die Zeitungsartikel lesen, sondern zum Beispiel auch Live-Streams oder Live-Ticker mitverfolgen.</p>	<p>Alex liest gerne wichtige Nachrichten online. Es fällt aber immer wieder schwer, den Überblick zu bewahren, da Schlagzeilen von gestern bereits von anderen verdrängt wurden. Manche Nachrichten sind oft nach einer kurzen Zeit gar nicht mehr auffindbar.</p>
<p>Informationsdichte Neue Medien schaffen [...] eine bis dahin unbekannte Informationsdichte. Auf Dokumente [...] kann jederzeit und überall zugegriffen werden.¹</p>	<p>Informationsflut Der Nachteil dieser Entwicklung ist eine Informationsflut, in der das Herausfiltern von Wesentlichem zunehmend schwieriger wird. Die Gefahr besteht, dass nicht die vertrauenswürdigsten Hintergrundinformationen für Berichte herangezogen werden, sondern jene, die von Suchmaschinen am schnellsten ausgeworfen werden. Es wird durch die Informationsfülle auch schwieriger, die Relevanz von Informationen zu erheben [...].¹</p>
<p>Emil recherchiert fast ausschließlich im Internet. Er ist begeistert, dass man dort so gut wie alles finden und jederzeit und überall darauf zugreifen kann. Gesetzestexte, Gerichtsurteile und mittelalterliche Urkunden findet er im Internet genauso wie Par-</p>	<p>Birgit recherchiert im Internet für ihr Referat zum Thema „Nationalsozialismus in Österreich“. Die Suchmaschine liefert ihr aber so viele Treffer zu ihrem Thema, dass sie gar nicht weiß, wo sie anfangen soll. Außerdem ist sie sich nicht sicher, welche Seiten vertrau-</p>

M₂ VOR- UND NACHTEILE NEUER MEDIEN	
teiprogramme, alte Zeitungsartikel oder Reden bekannter PolitikerInnen.	enswürdig sind. Im Zweifelsfall neigt sie häufig dazu, einfach die ersten Ergebnisse der Google-Suche zu verwenden.
<p>Reaktionsmöglichkeit Ein Vorteil Neuer Medien ist die Reaktionsmöglichkeit (der Öffentlichkeit). Meldungen, Berichte und Kommentare werden ihrerseits bewertet und kommentiert. Dadurch entsteht für LeserInnen die Möglichkeit, ihre Meinungen wesentlich direkter als in Zeiten von Leserbriefen äußern zu können. Gleichzeitig wird JournalistInnen ein direktes Feedback gegeben. Die direkte Interaktion zwischen NachrichtenproduzentInnen und NachrichtenkonsumentInnen wird wesentlich leichter möglich.¹</p>	<p>Anonymität/Hetze Der Nachteil dieser Möglichkeit ist, dass im scheinbaren oder vermuteten Bereich der Anonymität fast jede Art von Kommentar möglich ist – und sei der Inhalt noch so banal, der Realitätsbezug noch so weit weg oder der Wirklichkeitsgehalt auch noch so gering. Zunehmend öfter wird dadurch die Möglichkeit zur medialen Hetze [feindselige Stimmungsmache], Vorverurteilung, Diffamierung [Verleumdung] oder Diskriminierung [Benachteiligung, Herabwürdigung] genutzt. Durch Neue Medien können Aggressionen relativ einfach artikuliert werden, auch fehlt weitgehend ein Korrektiv.¹</p>
<p>Julia hat gerade online einen Zeitungsartikel gelesen und möchte darauf reagieren, weil sie glaubt, dass der Autor einiges vergessen bzw. verwechselt hat. Sie nutzt die Kommentarfunktion und postet ihre Meinung direkt unter dem Beitrag. Sie hat gehört, dass viele JournalistInnen auf Kommentare zu ihren Artikeln reagieren und zurückschreiben.</p>	<p>Michael beschwert sich darüber, dass immer wieder Menschen (anonym) im Internet Falschmeldungen teilen, über andere Menschen Unwahrheiten verbreiten oder einfach ihre Aggressionen ablassen. In vielen Sozialen Netzwerken wird seiner Meinung nach nicht ausreichend darauf geachtet, was gepostet wird.</p>
<p>Demokratisierung von Medien Positiv ist, dass eine zunehmende Demokratisierung von Medien entsteht – immer mehr Menschen haben immer mehr Zugang zu Informationen.¹</p>	<p>Quantität = Qualität? Negativ ist aber, dass durch die Zunahme von Informationen/Medien nicht zwangsläufig ihre Qualität steigt.¹</p>
<p>Sara findet es gut, dass durch das Internet immer mehr Menschen Zugang zu unterschiedlichsten Informationen haben. Sie glaubt, dass das eine wichtige Grundlage ist, um am politischen Geschehen teilnehmen zu können.</p>	<p>Maria stellt fest, dass es durch das Internet zwar mehr Informationen und Medien gibt. Allerdings bedeutet das ihrer Meinung nach nicht, dass alle Medien und Informationen seriös und vertrauenswürdig sind, wie zum Beispiel das Problem mit „Fake News“ zeigt.</p>
<p><small>1 Vereinfacht nach: Gärtner, Reinhold: Basiswissen Politische Bildung, Wien 2016, S. 194-196.</small></p>	

UNTERRICHTSBAUSTEIN 2 – Filterblasen, Echokammern, Algorithmen und Mehrheitsillusion

Die Begriffe Filterblase, Echokammer und Algorithmus werden aktuell intensiv diskutiert und tauchen vor allem vor Wahlen verstärkt auf. Im folgenden Baustein sollen die SchülerInnen nun nicht nur mit diesen Begriffen konfrontiert werden, im Mittelpunkt steht vor allem auch die Auseinandersetzung mit einem ganz konkreten Beispiel, um so die theoretischen Konstrukte für die SchülerInnen greifbarer zu machen. Nur so ist es möglich, die Gefahren und Probleme, die mit diesen Phänomenen der Sozialen Medien einhergehen, zu erkennen und kritisch damit umzugehen.

Beschäftigung mit konkretem Beispiel

Die Tageszeitung *Der Standard* hat im Vorfeld der Bundespräsidentenstichwahl 2016 untersucht, „welche Pages jene Nutzer mit einem ‚Gefällt mir‘ markierten, die besonders häufig mit den Inhalten auf den Facebook-Seiten von Alexander Van der Bellen und Norbert Hofer interagiert haben. Insgesamt wurden mehr als 100 Pages von 405 Van-der-Bellen-Anhängern und 493 Hofer-Anhängern identifiziert, deren Posts im Zeitraum zwischen 15. und 29. November 2016 untersucht wurden. Das liefert einen kleinen Einblick darin, welche Meldungen jene Menschen, die sich politisch stark auf Facebook engagieren, in dem Sozialen Netzwerk unter anderem angezeigt bekommen.“¹⁰

Beispiel Bundespräsidentenwahl 2016

Für den Einsatz im Unterricht eignet sich diese Seite vor allem aufgrund der übersichtlichen grafischen Gestaltung und der Möglichkeit, die angezeigten Nachrichten nach Themen zu sortieren, was einer Beschäftigung in Gruppen besonders entgegenkommt.¹⁰ Darüber hinaus eröffnen sich Anknüpfungspunkte für das weitere Unterrichtsgeschehen, zum Beispiel eine thematische Vertiefung oder eine Detailanalyse einer Seite.¹²

Beschäftigung in Gruppen

Um die SchülerInnen aber nicht mit der Fülle an Postings zu überfordern, wurden je zwei repräsentative Postings ausgewählt, die als Arbeitsgrundlage dienen (M_3). Nach einer inhaltlichen Zuordnung sollen die SchülerInnen versuchen, die politische Einstellung (in diesem Fall zum Thema „Migration“), die klar aus den Postings hervorgeht, mit eigenen Worten wiederzugeben. Im abschließenden Schritt wenden sie das Arbeitswissen (M_4) an und weisen auf Gefahren und Probleme hin, die im Zusammenhang mit den Phänomenen Filterblase, Echokammer und Mehrheitsillusion entstehen können.

Detailanalyse

Differenzierungsmöglichkeiten:

- ▶ Auf der Website *derstandard.at* wurden Postings zu sieben verschiedenen Themen gesammelt. Die Anzahl der Themen und der angeführten Postings eröffnet eine große Auswahlmöglichkeit. Eine Bearbeitung in (sieben) Gruppen würde sich anbieten.
- ▶ Für SchülerInnen bzw. Gruppen, die besonders schnell arbeiten, können vertiefende Aufgaben bereitgestellt werden. Eine Möglichkeit wäre etwa, die Posts genauer zu untersuchen. Dabei könnte unter anderem die Frage geklärt werden, wer hinter den verlinkten Seiten steht und welche Agenda die SeitenbetreiberInnen verfolgen. Im Bereich der Kommentare zu den aufgelisteten Posts bietet sich auch eine detaillierte Untersuchung der verwendeten Sprache an (Stichwort „hate speech“). Zusätzlich könnten auch ausgewählte Posts hinsichtlich ihrer Glaubwürdigkeit („fake news“) untersucht werden.

Arbeitsauftrag:

1. Ordne die vier vorliegenden Facebook-Postings (M_3) aus dem Präsidentschaftswahlkampf 2016 zum Thema „Migration“ zunächst in zwei Gruppen. Orientiere dich dafür an ihrer inhaltlichen Ausrichtung (BefürworterInnen bzw. GegnerInnen der aktuellen Migrationspolitik).
2. Formuliere für jede Gruppe 2-3 Sätze, die den Inhalt der Postings bzw. die politische Einstellung zum Thema „Migration“ kurz zusammenfassen.
3. Lies dir das Arbeitswissen M_4 durch.
4. Im Anschluss daran findest du nun drei Aussagen von Jugendlichen. Formuliere zu jeder Aussage ein kurzes, leicht verständliches Statement, in dem die Jugendlichen auf die Probleme bzw. Gefahren, die durch ihr Surfverhalten in Sozialen Netzwerken entstehen können, hinweist. Verwende dazu das Arbeitswissen (M_4) und (als Beispiel) auch die Ergebnisse von Aufgabe 1 und 2.

Paul: „Facebook zeigt mir in meinem Newsfeed immer Artikel an, die meiner politischen Meinung entsprechen. Das ist sehr praktisch, weil ich so nicht mehr selbst danach suchen muss, sondern automatisch die entsprechenden Links bzw. Posts sehe.“

Alex: „Wenn ich auf Facebook Posts von FreundInnen sehe, die nicht meiner politischen Überzeugung entsprechen, blende ich diese aus oder beende manchmal auch die Freundschaft. Ich habe keine Lust, Posts zu lesen, die nicht meiner Meinung entsprechen.“

Anna: „Wenn ich in meinem Newsfeed auf Facebook viele Posts von Freunden zu einem Thema sehe, die überwiegend dieselbe Meinung zu einem Thema vertreten, gehe ich davon aus, dass diese Meinung auch von der Mehrheit unterstützt wird.“

5. Stelle deine Statements im Plenum vor und beteilige dich an der abschließenden Diskussion.

- 1 Kneuer, Marianne: Politische Kommunikation und digitale Medien in der Demokratie, in: Gapski, Harald/Oberle, Monika/Staufer, Walter (Hrsg.): Medienkompetenz. Herausforderung für Politik, politische Bildung und Medienbildung, Bonn 2017, S. 43.
- 2 Vgl. Steinmaurer, Thomas: Medien und Medienpolitik in Österreich, in: Forum Politische Bildung (Hrsg.): Informationen zur politischen Bildung 35/2012, S. 5–16. Hier: S. 5.
- 3 Jarren, Otfried/Klinger, Ulrike: Öffentlichkeit und Medien im digitalen Zeitalter: zwischen Differenzierung und Neu-Institutionalisierung, in: Gapski, Harald/Oberle, Monika/Staufer, Walter (Hrsg.): Medienkompetenz. Herausforderung für Politik, politische Bildung und Medienbildung, Bonn 2017, S. 39.
- 4 Vgl. dazu etwa: Brodnig, Ingrid: Hass im Netz. Was wir gegen Hetze, Mobbing und Lügen tun können, Wien 2016 und Kaspar, Kai/Gräßer, Lars/Riffi, Aycha (Hrsg.): Online Hate Speech. Perspektiven auf eine neue Form des Hasses, München/Düsseldorf 2017 (online verfügbar unter: http://www.grimme-institut.de/fileadmin/Grimme_Nutzer_Dateien/Akademie/Dokumente/SRDG-NRW_04-Online-Hate-Speech.pdf, 14.03.2018)
- 5 Vgl. dazu etwa: Schaar, Peter: Überwachung, Algorithmen und Selbstbestimmung, in: Gapski, Harald/Oberle, Monika/Staufer, Walter (Hrsg.): Medienkompetenz. Herausforderung für Politik, politische Bildung und Medienbildung, Bonn 2017, S. 73–81.
- 6 Kneuer, Marianne: Politische Kommunikation und digitale Medien in der Demokratie. In: Gapski, Harald/Oberle, Monika/Staufer, Walter (Hrsg.): Medienkompetenz. Herausforderung für Politik, politische Bildung und Medienbildung, Bonn 2017, S. 48.
- 7 ebd., S. 50f.
- 8 Kühberger, Christoph: Kompetenzorientiertes historisches und politisches Lernen. Methodische und didaktische Annäherungen für Geschichte, Sozialkunde und Politische Bildung, Innsbruck 2015, S. 138.
- 9 Siehe dazu auch: Schreilechner, Adelheid: Meine Stimme ist umkämpft, in: Forum Politische Bildung (Hrsg.): Informationen zur Politischen Bildung 41/2017, S. 51–61.
- 10 Die genaue Methodik ist hier zu finden: <https://derstandard.at/2000048426887/Was-Hofers-und-Van-der-Bellens-Anhaenger-auf-Facebook-sehen>, 14.03.2018.
- 11 Damit die Posts richtig angezeigt werden, müssen gegebenenfalls Ad- bzw. Pop-Up-Blocker im Browser deaktiviert werden.
- 12 Vgl. dazu: Mattle, Elmar: Snaps, Posts und Tweets – Politische Manifestationen in Social Media, in: Forum Politische Bildung (Hrsg.): Informationen zur Politischen Bildung 42/2018, S. 45–51.

M₃ FACEBOOK-POSTINGS ZUM THEMA „MIGRATION“

Wir fordern Politik FÜR Österreich
vor etwa einem Jahr

Im Krankenhaus? Aber so was von **SCHNELL IN HANDSCHELLEN** ab nach **KABUL!**
STOPP DEM ASYLWAHNSINN!!!
PS: Sicher wieder so ein 25-jähriger 16-JÄHRIGER!



Junger Afghane randalierte im St. Pöltner Spital
NOEN.AT

120 71 187

<https://www.facebook.com/menschliche.asylpolitik/posts/589563257914157> (25.05.2018)

Plattform für eine menschliche Asylpolitik
vor etwa einem Jahr

Druck dir das Schild aus (<http://tinyurl.com/gut8fj6>) und sende uns dein Foto an: office@menschliche-asylpolitik.at
Komm zur Demo am 26. November nach Wien! tinyurl.com/hvbmqr1
#LetThemStay #LasstSieBleiben



219 7 36

<https://www.facebook.com/menschliche.asylpolitik/posts/589563257914157> (25.05.2018)

Plattform für eine menschliche Asylpolitik
vor etwa einem Jahr



Innsbruck: Asylwerber retten Mädchen das Leben

Zwei junge Asylwerber waren zur Stelle, als ein fünfjähriges Mädchen am Balkon im dritten Stock herunkletterte und abstürzte. Die Männer spannten ihre Jacken auf und konnten das Kind so auffangen. Bis auf einige blaue Flecken blieb das Mädchen unverletzt. **ZIB**

Zwei junge Asylwerber retten einem Mädchen in Innsbruck das Leben

115 2 Share

<https://www.facebook.com/menschliche.asylpolitik/posts/587839864753163> (25.05.2018)

Wir fordern Politik FÜR Österreich
vor etwa einem Jahr

STOPP DER LINKEN SKANDALJUSTIZ!
NIE MEHR ASYL FÜR NICHT-EUROPÄER!
NIE MEHR ASYL MIT FALSCHEM PASS!
NIE MEHR ASYL NACH STRAFTAT!
SOFORTIGER HEIMFLUG für solche Lügner!!!



Asyl trotz gefälschtem Reisepass: 50 Euro Bußgeld
Trotz eines gefälschten Passes und mehrerer unterschiedlicher Gebur...
KRONE.AT

312 21 103

<https://www.facebook.com/WirfordernPolitikFUEROsterreich/posts/1813110665644784> (25.05.2018)

M4: FILTERBLASE, ECHOKAMMER, MEHRHEITSILLUSION

ARBEITSWISSEN

Filterblase

Der Begriff der Filterblase beschreibt das Phänomen, dass Webseiten und Plattformen mithilfe entsprechender Algorithmen (Berechnungsverfahren) den Einzelnen hauptsächlich Informationen und Meinungen einblenden, die mit den bisherigen Ansichten und Interessen weitgehend übereinstimmen, beispielsweise auch bei Google-Suchergebnissen. Diese Vorhersagen finden auf Grundlage von Informationen statt, die bereits über die NutzerInnen gesammelt wurden. Dazu gehören beispielsweise das Klickverhalten, der Suchverlauf, der Standort, die Likes etc. Durch die algorithmische Vorhersage bleiben zeitgleich allerdings auch Inhalte (beispielsweise Posts, Nachrichten oder Videos) verborgen, die den errechneten Vorlieben oder Ansichten der Nutzerin bzw. des Nutzers nicht entsprechen. Dadurch werden gegensätzliche Standpunkte und Meinungen nicht sichtbar. Sie bleiben folglich in ihrer eigenen (Filter-) Blase und können somit über andere Ansichten, andere Perspektiven und Meinungen gar nicht nachdenken.

Vgl. Niedersächsisches Kultusministerium (Hrsg.): Fake News und Social Bots im digitalen Zeitalter. Unterrichtsmaterialien für den Einsatz im Sekundarbereich I/BBS, München 2017, S. 10, (Online abrufbar unter: www.nibis.de/uploads/1chaplin/files/FakeNews_SekI.pdf, 14.03.2018)

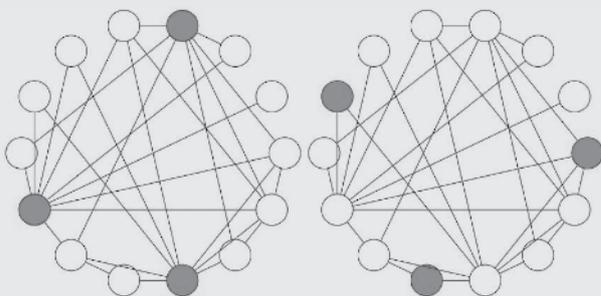
Echokammer

Der Begriff Echokammer beschreibt das Phänomen, dass sich Personen (online) vor allem mit Gleichgesinnten, also Menschen, die dieselbe Meinung vertreten, umgeben. Wenn alle die gleiche Meinung haben, wird die eigene Position bestätigt und gestärkt. Menschen müssen sich also nicht mehr mit anderen, evtl. gegenläufigen Meinungen in einer Gesellschaft auseinandersetzen und bekommen somit vieles nicht mit, das möglicherweise für begründete Meinungen zu einem Thema notwendig wäre.

Vgl. Niedersächsisches Kultusministerium (Hrsg.): Fake News und Social Bots im digitalen Zeitalter. Unterrichtsmaterialien für den Einsatz im Sekundarbereich I/BBS, München 2017, S. 10, (online abrufbar unter: www.nibis.de/uploads/1chaplin/files/FakeNews_SekI.pdf, 14.03.2018)

Mehrheitsillusion

Zu fast allen gesellschaftlich bedeutsamen Themen gibt es unterschiedliche Meinungen. In Sozialen Netzwerken kann das Bild der herrschenden Meinung schnell täuschen. WissenschaftlerInnen um die Informatikerin Kristina Lernman von der University of Southern California haben errechnet, wie Meinungsströme in die Irre führen. Lernman nennt das die Mehrheitsillusion. Die WissenschaftlerInnen arbeiteten mit einem schlichten Schaubild, das die Vernetzung von vierzehn Menschen zeigt, wie sie etwa bei Facebook üblich ist. Die drei roten Knotenpunkte stellen jene Menschen dar, die eine Minderheitsmeinung vertreten.



Im linken Bild vertreten die drei Menschen mit den meisten Kontakten die Minderheitsmeinung. In der rechten Berechnung handelt es sich um drei Menschen mit wenigen Kontakten.

<http://journals.plos.org/plosone/article/figure/image?size=large&id=10.1371/journal.pone.0147617.g001>, 14.03.2018

Der Begriff „Minderheitsmeinung“ sagt in diesem Zusammenhang nichts über die Qualität der Argumente aus. Es geht nur um die Tatsache, dass die Meinung von weniger Menschen vertreten und damit gehört wird, unabhängig davon, wie durchdacht und begründet sie eigentlich ist.

Vgl. Pfau, Malte: Wie funktioniert Meinungsmache? Vom manipulierten Bild zum social Bot, in: Praxis Politik 2/2017, S. 54.

Simon Mörwald

Wie kann man politisch kommunizieren? Videos, Twitter und mehr

Bezug zum Informationsteil	Steve Kenner und Dirk Lange: Digital Citizenship Education
Zielgruppe/Alter	Sekundarstufe I, ab der 8. Schulstufe
Lehrplanbezug	Modul 9 (Politische Bildung): Medien und politische Kommunikation
Thematische Konkretisierung	Mediale, im Zusammenhang mit politischer Kommunikation stehende Produkte analysieren und selbst gestalten
Kompetenzkonkretisierungen	Erstellen von politischen Manifestationen (Informationsgewinnung/-darstellung)
Basiskonzept	Kommunikation
Kompetenzen	Politikbezogene Methodenkompetenz
Zentrale Fragestellungen	<ul style="list-style-type: none">▶ Wie analysiere ich ein Diagramm?▶ Welche politischen Manifestationen sind für bestimmte Zielgruppen geeignet?▶ Wie werden statistische Daten erhoben?▶ Wie nutze ich statistische Daten zur Untermauerung politischer Forderungen?▶ Können die gleichen statistischen Daten zur Untermauerung konträrer politischer Meinungen eingesetzt werden?▶ Wie gestalte ich selbst eine politische Manifestation?
Dauer	2–3 Unterrichtseinheiten

Annäherung an das Thema

Allgegenwärtigkeit politischer Inhalte Politik und Kommunikation sind aufs Engste miteinander verbunden und somit hat der in den letzten Jahren rasant verlaufende Medienwandel zwangsläufig enorme Auswirkungen auf die politische Kommunikation.¹ Politische Inhalte sind heute über die Medien so „allgegenwärtig wie nie zuvor“.² Dass durch die höhere Quantität an Informationen und die qualitative Steigerung der Möglichkeiten der politischen Kommunikation auch automatisch ein (politischer) Kompetenzzuwachs bei den MedienkonsumentInnen einhergeht, scheint jedoch ein Irrtum zu sein. Im Gegenteil: So wurden in der Fachliteratur schon Anfang dieses Jahrtausends mehrere Problemfelder thematisiert. Dementsprechend werde zum einen beispielsweise die Kluft zwischen Angebot und Nutzung der politischen Informationen größer, zum anderen werde durch die Allgegenwart von Informationen der direkte Einfluss der Medien auf die Politik so groß, dass von einer „Kolonisierung der Politik durch das Mediensystem“³ gesprochen wird. Den Massenmedien kommt bei der Meinungsbildung ein derart hoher Stellenwert zu, „dass PolitikerInnen vermehrt darum bemüht sind, die Medien für ihre Zwecke zu instrumentalisieren oder sich diesen anzupassen“.⁴ Auch wenn dieser gegenseitige Einfluss⁵ nicht per se negativ ist, erhalten die Möglichkeiten der Neuen Medien beispielsweise beim Blick auf die Twitter-Nutzung eines Donald Trump mitunter eine

bedenkliche Dimension.⁶ Gleichzeitig ist in diesem Zusammenhang auch eine Welle der Medienskepsis zu beobachten, mit der ein zunehmender Vertrauensverlust einhergeht. Die wiederholten Hinweise auf die vermeintliche Unglaubwürdigkeit der medialen Berichterstattung (Stichwort: „Fake News“) ist zusätzlich problematisch, da „das Diskreditieren von journalistischer Arbeit historisch ein Kennzeichen autoritärer Regime [ist]. Daher sind alle demokratischen Kräfte aufgefordert, die Medien vor unqualifizierter Kritik zu schützen“, sagt Josef Trappel von der Universität Salzburg.⁷

**Politische
Kommunikation
im Unterricht
vermitteln**

Somit kommt der Politischen Bildung eine wichtige Rolle zu, um einen kritischen Umgang mit den genannten Problemfeldern zu ermöglichen. Immerhin sind auch Jugendliche in ihrem Alltag häufig mit politischen Meinungsäußerungen konfrontiert. Sie stoßen auf sie in klassischen Massenmedien wie Fernsehen, Radio und Zeitung; im Unterricht und mittlerweile wohl am häufigsten in Sozialen Medien im Internet. Vor diesem Hintergrund ist es sinnvoll, SchülerInnen mit den Arten politischer Kommunikation vertraut zu machen und sie auch zu motivieren, selbst politische Manifestationen zu erzeugen.

Didaktische Überlegungen

**Analyse von
Diagrammen und
Verarbeitung von
Daten**

Die untenstehenden Unterrichtsbausteine setzen voraus, dass die SchülerInnen die relevantesten Arten politischer Kommunikation bereits aus dem Unterricht der 3. Klasse (Modul 8: Wahlen und Wählen)⁸ kennen. Adelheid Schreilechner hat sich in ihrem Beitrag in Informationen zur Politischen Bildung 41⁹ ausführlich mit Didaktisierungen zu verschiedenen Arten der politischen Kommunikation und den Berührungspunkten mit Jugendlichen beschäftigt. Daher sollen die Unterrichtsbausteine in diesem Artikel vor allem auf zwei weitere Aspekte der politischen Kommunikation abzielen, und zwar zum einen auf die Analyse und Interpretation von Diagrammen im Zusammenhang mit Politik und zum anderen mit der Verarbeitung von Daten bei der Produktion eigener politischer Manifestationen. Dabei sollen die SchülerInnen für eine vorgegebene Zielgruppe ebenso vorgegebene Botschaften vertreten – und das ausgehend vom gleichen Datenmaterial. Um Lebensweltbezug herzustellen, wird eine Internetseite der internationalen Jugendstudie „Generation what?“¹⁰ als Quelle herangezogen.

**Selbst tätig
werden**

Die Kompetenz, die in beiden Unterrichtsbausteinen im Fokus steht, ist die politikbezogene Methodenkompetenz. Die SchülerInnen sollen in Baustein 1 Daten kritisch analysieren und danach begründen, welche Medien für die Artikulation politischer Anliegen in Hinblick auf die jeweiligen Interessen und AdressatInnen am besten geeignet sind. Für die Beispiele werden unterschiedliche politische AkteurInnen und nicht nur politische Parteien herangezogen, um zu zeigen, dass politische Kommunikation auf vielen Ebenen stattfindet. In Baustein 2 sollen sie „erkennen, dass Daten im Rahmen unterschiedlicher politischer Vorstellungen verschieden verwendet werden können“, sie sollen „sachliche und bewertende Elemente bei der medialen Präsentation von Daten unterscheiden“, den „Einfluss der medialen Präsentationsform auf die kommunizierten Inhalte erkennen“ und „selbst geeignete Medien erstellen, um am Politischen teilnehmen zu können“. Dies alles sind Teilkompetenzen der politikbezogenen Methodenkompetenz, die Reinhard Krammer im österreichischen Kompetenz-Strukturmodell zur Politischen Bildung ausmacht.¹¹ Den SchülerInnen wird auch eine gezielte Recherche im Internet abverlangt, was zweifelsohne eine wichtige Kompetenz ist und als solche auch für den Politik-Unterricht eine Rolle spielt.¹² Zudem werden sie im letzten Schritt selbst produktiv tätig, was die Erfahrungen, die man durch reine Analyse macht, überschreitet. Das kritische Denken wird so durch ein „Erdenken von eigenen Manifestationen [...] ergänzt“.¹³ Die SchülerInnen müssen hier ein für ihre Zwecke geeignetes Medium auswählen und entsprechend seiner Gattungsspezifik anwenden.

UNTERRICHTSBAUSTEIN 1: Jugend und politische Kommunikation (Politikbezogene Methodenkompetenz)

Diskussion und Vertiefung

In diesem Unterrichtsbaustein sollen die SchülerInnen trainieren, eine Statistik zu lesen und zu analysieren. Diese Statistik bezieht sich auf politische Kommunikation in Verbindung mit Jugendlichen. Somit sind sowohl Methode als auch Inhalt im Sinne des Lebensweltbezugs dienlich für die Politische Bildung. Außerdem gibt es Arbeitsaufgaben, die sich mit der Größe der befragten Gruppe und der Art der Befragung beschäftigen. Diese sollen in diesem Zusammenhang als Diskussionsanregung gesehen werden. Als Abschluss des Bausteins sollen Aussagen zum gezielten Einsatz bestimmter politischer Manifestationen bewertet werden. Bei Arbeitsauftrag 1 werden bewusst auch geschlossene Arbeitsaufträge verwendet, da diese auch gut zur Leistungsfeststellung im Unterricht geeignet sind.¹⁴ Gleiches gilt für die halboffenen Aufgabenstellungen bei Arbeitsauftrag 2.

Statistiken analysieren

Nach dem Vergleich der geschlossenen Aufgabe im Plenum ist es wichtig, auf die Argumente der Jugendlichen zu Arbeitsaufgaben 2–4 einzugehen. Die SchülerInnen sollen sich bewusst werden, dass unterschiedliche Untersuchungsanliegen auch unterschiedlich große Befragungsgruppen benötigen. Ähnlich ist es bei der Wahl der Befragungsmethode. Es macht einen Unterschied (zum Beispiel in Hinblick auf die Gewissenhaftigkeit der Angaben), ob die Befragten mit ein paar Klicks ausgehend von Facebook auf die Seite einer Umfrage geleitet werden oder ob sie schriftlich einen Fragebogen ausfüllen und einer befragenden Person direkt gegenüber sitzen. Wenn es die Unterrichtszeit erlaubt, könnte man auch hierzu eigene geschlossene Aufgaben mit Bewertungen von Befragungsmethoden im Unterricht anwenden.

Meinungen argumentieren

Zum Abschluss von Baustein 1 sollen die Jugendlichen bewerten, ob sie bestimmte politische Kommunikationsmittel für bestimmte Zielgruppen und Einsatzbereiche geeignet finden.

Im Reflexionsprozess im Plenum ist darauf Bedacht zu nehmen, dass weniger die Bewertungen der SchülerInnen im Fokus stehen als vielmehr ihre Begründungen. So trainieren sie, ihre Meinung zu argumentieren, was der Anbahnung der politikbezogenen Methodenkompetenz nützt. Dies gilt auch bei möglichen Diskussionen, die sich eventuell aus unterschiedlichen Bewertungen ergeben können. Die Beschäftigung und Bewertung der politischen Manifestationen ist Grundlage für Unterrichtsbaustein 2. Sollte auf Unterrichtsbaustein 1 aus Zeitgründen verzichtet werden, kann ein Übersichtsblatt der verschiedenen medialen Aktivitäten von Parteien und PolitikerInnen analog zu jenem aus Adelheid Schreilechners Beitrag in Heft 41 der „Informationen zur Politischen Bildung“¹⁵ ausgegeben werden.

Arbeitsauftrag 1:

1. *Untersuche die Statistik in der Grafik und kreuze in der Tabelle an, ob die Aussagen über die Statistik richtig (R) oder falsch (F) sind. Wenn sie in der Statistik nicht behandelt werden, setze dein Kreuz beim Fragezeichen (?).*
2. *Bei dieser Studie wurden 1500 Personen befragt. Nimm dazu Stellung, wie viele Menschen man deiner Meinung nach mindestens befragen muss, um ein aussagekräftiges Ergebnis zu erhalten.*
3. *Begründe, ob die Anzahl der Menschen je nach Befragungsinteresse (Was will ich erfahren?) auch unterschiedlich sein kann. Nenne Beispiele!*
4. *Argumentiere, ob es eine Rolle spielt, wie man die Menschen befragt. Macht es also einen Unterschied, ob die Leute auf der Straße angesprochen werden, ob sie angerufen werden, ob sie bei einer Internetumfrage mitmachen oder etwa zu Hause von Meinungsforschern besucht werden.*



M₁ MEDIENNUTZUNG JUGENDLICHER ZUR BESCHAFFUNG POLITISCHER INFORMATIONEN.	R	F	?
Mehr als die Hälfte der Befragten nutzen das Fernsehen als Informationsquelle.			
Die Internetseiten von Zeitschriften sind für die Informationsgewinnung wichtiger als die gedruckten Magazine.			
Niemand interessiert sich für die Blogs von PolitikerInnen.			
Erwachsene lesen eher gedruckte Zeitungen und Magazine als Jugendliche.			
YouTube wird 2018 viel mehr genutzt als 2011.			
Radio ist immer noch eine der wichtigsten Informationsquellen für politische Inhalte.			
Das Internet wird als Informationsquelle für politische Inhalte das Radio bald überholen.			
Im Internet gibt es verschiedene Arten von Informationsquellen.			
Alle Jugendlichen sehen fern.			

Arbeitsauftrag 2:

1. Lies die Aussagen über den Einsatz bestimmter Medien bei der politischen Kommunikation.
2. Kreuze an, ob du den Aussagen zustimmst und begründe deine Wahl schriftlich in der jeweiligen Zeile darunter.

M ₂ EINSATZ VON MEDIEN IN DER POLITISCHEN KOMMUNIKATION		
Aussage	Stimme zu	Stimme nicht zu
<p>Begründung:</p> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/>		
<p>Ein Inserat einer Tageszeitung ist ideal, wenn man Menschen zum Unterzeichnen eines Volksbegehrens bewegen will, denn so wird jede Österreicherin bzw. jeder Österreicher darauf aufmerksam.</p>		
<p>Begründung:</p> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/>		
<p>Politische Meldungen auf Twitter und Facebook haben eine größere Reichweite als Plakate und sind daher wichtiger.</p>		
<p>Begründung:</p> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/>		
<p>Wenn NGOs junge Menschen für ihre Interessen begeistern wollen, müssen sie auch das Internet als Medium nutzen.</p>		
<p>Begründung:</p> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/>		
<p>Radio-spots müssen völlig anders gestaltet sein als Fernsehspots, um wahrgenommen zu werden.</p>		
<p>Begründung:</p> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/>		
<p>Bilder sind immer besser geeignet, um politische Inhalte zu vermitteln. Jedes Plakat ist somit besser als jeder Radiospot.</p>		

UNTERRICHTSBAUSTEIN 2: Daten zur Erstellung eigener politischer Manifestationen nutzen

Gruppenarbeit und Diskussion

In diesem Unterrichtsbaustein sollen SchülerInnen in Gruppen schrittweise eigene politische Manifestationen erstellen. In diesem Prozess müssen sie statistisches Material aus einer Jugendstudie auswählen und selektiv für ihre eigenen politischen Botschaften nutzen. Zudem müssen sie selbst über das für ihre Zwecke und Zielgruppen geeignete Mittel der politischen Kommunikation entscheiden und dieses in einem weiteren Schritt unter Einbeziehung eines Leitfadens erstellen. Im letzten Schritt sollen die Lernenden über den gesamten Prozess und über die Produkte der anderen Gruppen reflektieren und diskutieren.

Die Unterrichtssequenz beginnt mit der Vorgabe einer Situation:

Situationsvorgabe für das Rollenspiel „Partei Gründung“

Der österreichische Nationalrat beschließt, dass SchülerInnen in maßgebliche Bildungsentscheidungen stärker einbezogen werden. Dazu werden vier Parteien gegründet, die von den tatsächlichen Parlamentsparteien unabhängig sind. Diese neuen SchülerInnenparteien sollen ihre Vorstellung von einem perfekten Schulsystem bei einer Sondersitzung im Nationalrat vortragen. Du bist nun Teil einer dieser Parteien. Um die größtmögliche Unterstützung aus der Öffentlichkeit zu erhalten, sollt ihr auch Mittel der politischen Kommunikation nutzen. Deswegen müsst ihr eine politische Manifestation erstellen.

Arbeitsauftrag 3:

- 1. Findet euch zu vier gleich großen Gruppen zusammen und zieht bei der Lehrkraft eine von vier Karten (M_3). Auf ihnen steht, welche fiktive Partei ihr ab nun vertreten werdet.*
- 2. Lest euch genau durch, welche Ziele und Ideale eure Partei vertritt.*

M₃ ROLLENKARTEN „PARTEIGRÜNDUNG“	
<p>Ihr seid die „Violette Partei der Gleichheit“ und wollt, dass Menschen allgemein die gleichen Rechte und Chancen haben. Das gilt auch für das Bildungssystem. Damit wollt ihr auch, dass niemand für seine Ausbildung zahlen muss, denn das würde eurer Meinung nach erschweren, dass Ärmere gute Bildung bekommen. Ihr glaubt auch, dass man Mobbing verhindern kann, wenn alle gleich behandelt werden.</p> <p>Nur wenn absolute Chancengleichheit herrscht, kann man dem Bildungssystem vertrauen.</p> <p>Ihr wollt für eure Anliegen Menschen quer durch alle sozialen Schichten und jeden Alters erreichen.</p>	<p>Ihr seid die „Graue Partei der Leistung“. Ihr wollt, dass sich Leistung in der Schule auszahlt und nur SchülerInnen und StudentInnen mit Bestleistungen Unterstützungen bekommen. Diese Unterstützungen sollen nicht vom Staat kommen, sondern von Betrieben aus der Wirtschaft, weil man dort später gute Jobs bekommt. Die Schule soll in erster Linie auf das Berufsleben vorbereiten. Außerdem kann man sich ja selbst Geld dazuverdienen und so gleich Berufspraxis sammeln. Ihr findet, das Leistungsprinzip sorgt für eine faire Schule, der jedeR jede und jeder vertrauen kann.</p> <p>Ihr glaubt, dass ihr besonders bei älteren Menschen mit viel Unterstützung für euer Anliegen rechnen könnt.</p>
<p>Ihr seid die „Gelbe Partei des Respekts“. Ihr wollt, dass gegenseitiger Respekt den Schulalltag prägt, denn nur ein respektvoller Umgang miteinander (SchülerInnen, Eltern, LehrerInnen) kann zu einem Umfeld führen, in dem man sich wohlfühlt und das von gegenseitigem Vertrauen geprägt ist. Ihr findet, Respekt soll auch in den Familien im Vordergrund stehen und so soll auch die Familie für die bestmögliche Ausbildung der Kinder Sorge tragen. Von LehrerInnenern verlangt ihr, dass sie SchülerInnen mit „Sie“ ansprechen, denn das fördert eurer Meinung nach die Objektivität und führt zu einer gerechteren Behandlung der SchülerInnen.</p> <p>Ihr richtet euch mit euren Forderungen vor allem an SchülerInnen und StudentInnen.</p>	<p>Ihr seid die „Bunte Partei der Chiller“. Ihr findet, dass Bildung nur gelingen kann, wenn sich die SchülerInnen im Unterricht und in der Schule wohlfühlen. Bildung soll in erster Linie für einen selbst sein und nicht auf die Berufswelt zugeschnitten. Euch ist wichtig, dass Burschen und Mädchen in der Schule und im Berufsleben gleich behandelt werden, denn alles andere würde eurem Ideal der Gleichberechtigung schaden.</p> <p>Ihr wollt, dass im Unterricht nicht Leistung im Vordergrund steht, sondern die Entfaltung der eigenen Talente.</p> <p>Ihr seht euch als SchülerInnenpartei. Deswegen wollt ihr hauptsächlich SchülerInnen ansprechen.</p>

Die Kärtchen werden deswegen zufällig zugeteilt, damit SchülerInnen beim folgenden Prozess nicht nur ihre (tatsächliche) eigene Meinung vertreten können, sondern über möglicherweise „fremde“ oder sogar konträre Anliegen reflektieren müssen. Dies ist im Sinne der politischen Urteilskompetenz. Der „Korridor“ dieser Kompetenz sollte durch die Module zur Politischen Bildung in der 4. Klasse (Modul 8: Politische Mitbestimmung) schon so weit durchschritten sein, dass die SchülerInnen auch andere Meinungen und Überzeugungen als die eigene verstehen und respektieren.¹⁶ Außerdem geht es im folgenden Prozess primär darum, über Auswahl und Mittel der politischen Kommunikation zu entscheiden und zu reflektieren, und nicht um die Durchsetzung eigener politischer Interessen.

Daten interpretieren Bevor sich die SchülerInnen eine Werbestrategie überlegen, bekommen sie Datenmaterial zur Verfügung gestellt, das sie im Weiteren nutzen und für ihre Zwecke passend interpretieren müssen. Es werden hierfür Umfrageergebnisse der groß angelegten europäischen Jugendstudie „Generation What?“¹⁷ genutzt, und zwar jene Daten, die sich mit der Sicht der befragten Jugendlichen auf Bildung befassen.

Statistiken online nutzen Man kann die Statistiken vervielfältigen oder (etwa mit dem Smartphone) online abrufen. Zweites hat – neben dem Recherchetraining im Internet – den beträchtlichen Vorteil, dass die Statistiken mit einzelnen Klicks auf eine befragte Gruppe eingeeignet werden können. Das heißt beispielsweise, dass man mit drei Klicks nur mehr die Umfrageergebnisse von 16 bis 17-jährigen weiblichen Schülerinnen betrachten kann und nicht mehr die Ergebnisse aller Befragten beider Geschlechter im Alter von 16 bis 99 Jahren aller Ausbildungs- und Berufssparten. So können die SchülerInnen die Umfrageergebnisse noch selektiver nutzen als auf einer analogen Kopie.¹⁸

Arbeitsauftrag 4:

1. Geht auf die Internetseite der Jugendstudie „Generation What?“ (www.generation-what.at/portrait/data/graduate-or-bust)
2. Wählt von den einzelnen Diagrammen jene aus, die eure politischen Ansichten und Forderungen am besten unterstützen bzw. sichtbar machen, dass eure Anliegen dringend sind.
3. Beachtet bei eurer Wahl, dass ihr die Daten später in eurer politischen Manifestation verwendet, um eure Anliegen und Forderungen zu untermauern.
4. Wenn ihr es für sinnvoll erachtet, könnt ihr die Gruppe der Befragten mit einfachen Klicks einschränken. So könnt ihr zum Beispiel bei einem Diagramm nur die Daten der befragten Mädchen abrufen. Ihr werdet sehen, dass sich dabei die Balken verändern.
5. Begründet eure Auswahl der Statistiken und tragt die Begründungen als Vorbereitung für eine spätere Diskussion im dafür vorgesehenen Blatt (M₄) ein.

Auswahl begründen Wichtig ist hier, dass die Gruppen begründen können, warum sie spezifische Daten nutzen. So könnten Begründungen folgendermaßen aussehen:

„Wir verwenden die Statistik mit dem Titel „Wer sollte deiner Meinung nach Ausbildung und Studium finanzieren“, weil wir zeigen wollen, dass 72 % der Befragten unsere Forderung unterstützen, dass der Staat die Ausbildung finanzieren sollte.“ („Violette Partei der Gleichheit“)

„Wir verwenden die Statistik mit dem Titel „Unser Schulsystem bietet allen die gleichen Chancen“, weil wir zeigen wollen, dass nur 10 % der befragten Burschen völlig zustimmen und bei den Mädchen nur 5 %. Es bestehen offenbar große Ungerechtigkeiten zwischen Mädchen und Burschen.“ („Bunte Partei der Chiller“)

Hilfestellungen Für lernschwächere SchülerInnen könnte man konkrete Hilfestellungen geben, welche Statistiken für ihre Gruppe relevant sind. Eine weitere Möglichkeit wäre, die Statistiken vorzubereiten und je Gruppe zwei Kärtchen mit Begründungen vorzugeben. Die Gruppen müssten dann aus acht Begründungen die jeweils zwei geeignetsten für ihre „Partei“ auswählen.

Dass alle SchülerInnengruppen hier grundsätzlich auf die gleichen Daten zugreifen, hat den Grund, dass sie so selbst erfahren, dass die gleichen Daten für unterschiedliche und teils konträre Zwecke verwendet werden können. In der abschließenden

M₄ AUSWAHL DER STATISTISCHEN DATEN

1. Wir verwenden die Statistik mit dem Titel _____ ,
weil wir zeigen wollen, dass

2. Wir verwenden die Statistik mit dem Titel _____ ,
weil wir zeigen wollen, dass

3. Wir verwenden die Statistik mit dem Titel _____ ,
weil wir zeigen wollen, dass

**Relevanz der
Auswahl**

Diskussion am Ende des Unterrichtsbausteins soll dies auch thematisiert werden, nicht zuletzt, weil diese Selektion in der Regel auch von realen politischen AkteurInnen zum Werben für ihre Anliegen betrieben wird. Entscheidend ist also nicht das Datenmaterial, sondern die Auswahl.¹⁹

**Politische
Manifestationen
erstellen**

Im nächsten Schritt sollen nun die SchülerInnen eine eigene politische Manifestation erstellen. Dabei sollen sie zuerst begründen, welches Medium sie auswählen. Danach sollen sie nach einem kurzen Leitfaden ihr Produkt erstellen. Aus Platzgründen werden hier nur der Fernsehspot (bzw. YouTube-Spot), der Radiospot, der politische Tweet und das Plakat angeboten. Die Auswahl kann selbstverständlich von der Lehrkraft ausgeweitet oder den (technischen und zeitlichen) Möglichkeiten an der Schule angepasst werden.

Arbeitsauftrag 5:

1. *Wählt als Gruppe das für euer Zielpublikum am besten geeignete Kommunikationsmittel aus und begründet eure Wahl. Ihr könnt wählen zwischen*
 - a. *YouTube-Spot oder Fernsehspot*
 - b. *Radiospot*
 - c. *Plakat*
 - d. *Politische Tweets (Twittermeldungen – Social Media)*
2. *Arbeitet vor dem Erzeugen eures Produktes (Spot/Twittermeldung/...) heraus, welche Umfrageergebnisse aus Arbeitsauftrag 4 ihr einbezieht und wie ihr diese platziert.*
3. *Produziert eure Manifestation. Orientiert euch dabei am Leitfaden (Material M₆). Bedenkt dabei: Ihr wollt euer Publikum von euren Anliegen überzeugen! Ihr wollt glaubwürdig sein! Eure Forderungen sind wichtig! Ihr seid SpezialistInnen! Es geht um Bildung!*

Wenn es der meist enge Zeitrahmen, den man zur Verfügung hat, verlangt, kann man den Produktionsteil in die Freizeit oder etwa in die Nachmittagsbetreuung ausgliedern. Es ist auch eine fächerübergreifende Kooperation mit dem bildnerischen Erziehungs- oder Musikunterricht denkbar. Zum Abschluss des Unterrichtsbausteins sollen alle Manifestationen aber in der Politischen Bildung vorgestellt werden.

Arbeitsauftrag 6:

1. *Stellt der Klasse eure Manifestation vor.*
2. *Begründet im Plenum, warum ihr dieses Medium gewählt habt.*

Am Ende des Unterrichtsbausteins erfolgt ein Reflexionsprozess anhand einer Diskussion.

Arbeitsauftrag 7:

1. *Begründet, warum die Gruppen verschiedene Manifestationen ausgewählt haben.*
2. *Nehmt dazu Stellung, inwiefern ihr die statistischen Daten bewusst gewählt bzw. für eure Bedürfnisse angepasst habt.*
3. *Begründet, warum bei den Statistiken auf der Internetseite unterschiedliche Ergebnisse stehen, je nachdem, welche Gruppe man anklickt.*
4. *Diskutiert, ob reale politische AkteurInnen ähnlich mit Statistiken umgehen.*
5. *Ihr hattet alle das gleiche statistische Datenmaterial zur Verfügung. Nehmt dazu Stellung, ob es möglich ist, jedes Datenmaterial so zu verwenden, dass es für ganz verschiedene politische Botschaften passt.*
6. *Nimm dazu Stellung, welche Forderungen am ehesten deiner eigenen Überzeugung entsprechen.*
7. *Bringe deine Überlegungen in der Klassendiskussion ein.*

**Reflexions-
prozess**

Der Reflexionsprozess in Form der (durch die Lehrkraft geleiteten) Diskussion ist elementar wichtig, da hier gezielt bewusst gemacht wird, dass statistische Daten immer entsprechend selektiert werden oder dass unterschiedliche Manifestationen ganz bewusst auf Zielgruppen zugeschnitten werden und nicht zuletzt, dass bei groß angelegten Studien wie der „Generation What?“-Studie selbstverständlich sehr unterschiedliche Ergebnisse je nach befragtem Geschlecht, Alter, Bildungsgrad etc. entstehen und diese differenziert zu betrachten sind. Man könnte auch die medialen Reaktionen auf die Ergebnisse der Studie beleuchten und analysieren, welche Ergebnisse diese thematisieren. Dazu könnten die Archive der großen Tageszeitungen oder des ORF dienen.

- 1 Vgl. Schulz, Winfried: Politische Kommunikation. Theoretische Ansätze und Ergebnisse empirischer Forschung. 3., überarbeitete Auflage. Wiesbaden 2011, S. 13.
- 2 Schulz 2013, S. 14.
- 3 Meyer, Thomas: Mediokratie. Die Kolonisierung der Politik durch das Mediensystem. Frankfurt a. M. 2001.
- 4 Hellmuth, Thomas: Medien und Macht. Zur politischen Ambivalenz der Mediendemokratie, in: Forum Politische Bildung (Hrsg.): Informationen zur Politischen Bildung 31/2009, S. 63.
- 5 Vgl. hierzu auch Steinmaurer, Thomas: Medien und Medienpolitik in Österreich, in: Forum Politische Bildung (Hrsg.): Informationen zur Politischen Bildung 35/2012, S. 5–16.
- 6 Vgl. hierzu beispielsweise: Der Spiegel: Er ist weder ein Verbündeter noch ein Freund. Briten empört über Trumps Anti-Muslim-Tweets. <http://www.spiegel.de/politik/ausland/donald-trump-empoeerung-ueber-anti-muslim-tweets-a-1180941.html>, 04.03.2018.
- 7 Zitiert nach: Schmid, Fabian/Stanjic, Olivera: „Seien Sie still!“. Die „vierte Gewalt“ steht unter massivem Druck. derstandard.at/2000051219934/Seien-Sie-still-Die-vierte-Gewalt-steht-unter-massivem-Druck, 03.03.2018.
- 8 Neuer Lehrplan GSPB: 113. Verordnung der Bundesministerin für Bildung und Frauen, mit der die Verordnung über die Lehrpläne der Hauptschulen, die Verordnung über die Lehrpläne der Neuen Mittelschulen sowie die Verordnung über die Lehrpläne der allgemein bildenden höheren Schulen geändert werden. In: Bundesgesetzblatt II/2016 (18.05.2016). https://www.ris.bka.gv.at/Dokument.wxe?Abfrage=BgblAuth&Dokumentnummer=BGBLA_2016_II_113, 07.03.2018.
- 9 Vgl. Schreilechner, Adelheid: Meine Stimme ist umkämpft. Zur Bedeutung von Medien im Wahlkampf, in: Forum Politische Bildung (Hrsg.): Informationen zur Politischen Bildung, 41/2017, S. 51–62.
- 10 Vgl. www.generation-what.at, 03.03.2018.
- 11 Kramer, Reinhard: Kompetenzen durch politische Bildung. Ein Kompetenz-Strukturmodell, in: Heinrich Ammerer/Reinhard Kramer/Ulrike Tanzer: Politisches Lernen. Der Beitrag der Unterrichtsfächer zur politischen Bildung. Innsbruck 2010, S. 30f.
- 12 Vgl. Berger, Claudia/Kühberger, Christoph: Politische Bildung und Neue Medien, in: Politisches Lernen. Der Beitrag der Unterrichtsfächer zur politischen Bildung. Innsbruck 2010, S. 41. Die AutorInnen adaptieren hier ein Modell zum Arbeiten mit den Neuen Medien nach A. Besand und betonen, dass sich „das Internet gerade für Themen der politischen Bildung als Recherchegrundlage anbietet“. Weiters vgl. Mattle, Elmar: Snaps, Posts und Tweets. Politische Manifestationen in Social Media, in: Forum Politische Bildung (Hrsg.): Informationen zur Politischen Bildung 42/2017, 45–51.
- 13 Ammerer, Heinrich/Kramer, Reinhard/Kühberger, Christoph/Windischbauer, Elfriede: Kompetenzorientierung in der politischen Bildung, in: Heinrich Ammerer/Reinhard Kramer/Elfriede Windischbauer: Politische Bildung konkret. Beispiele für kompetenzorientierten Unterricht. Zentrum polis. Wien 2009, S. 8.
- 14 Vgl. Kühberger, Christoph: Leistungsfeststellung im Geschichtsunterricht. Diagnose – Bewertung – Beurteilung. Schwalbach/Ts. 2014, S. 33–36.
- 15 Vgl. Schreilechner 2017, S. 56.
- 16 Vgl. Mörwald, Simon: Wie treffe ich politische Urteile und wie kann ich sie durchsetzen? In: Forum Politische Bildung (Hrsg.): Informationen zur Politischen Bildung, 42/2017, S. 53ff.
- 17 Die Umfrage „Generation What?“ wurde in vielen europäischen Staaten durchgeführt. In Österreich wurde sie durch den ORF unterstützt und erlangte somit eine Vergleichsgruppe von über 50.000 jungen Menschen. Die Umfrage befasste sich mit zahlreichen Gebieten. Hier werden nur die Daten zum Themenbereich Bildung herangezogen.
- 18 In den Materialien zu diesem Unterrichtsbeispiel findet sich zur Veranschaulichung ein Screenshot von der Internetseite. Will man alle Statistiken als Kopie zur Verfügung stellen, müsste man aufgrund der Länge mindestens zwei Screenshots entnehmen.
- 19 Mit der Wichtigkeit der Deutung von Statistiken bzw. dem gezielten Einsatz bestimmter Diagramme beschäftigt ein Beitrag von Gerhard Tanzer in: Tanzer, Gerhard: Daten analysieren und präsentieren, in: Forum Politische Bildung (Hrsg.): Informationen zur Politischen Bildung, 29/2008, S. 41–46.

M₆ LEITFÄDEN FÜR DIE PRODUKTION VON POLITISCHEN MANIFESTATIONEN			
YouTube-Spot	Planung	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Verfasst die zu sprechenden Texte ▶ Überlegt, was aus dem Off gesprochen wird und was die Personen im Bild reden. ▶ Überlegt, welche Kleidung ihr wählt. ▶ Seht euch eventuell noch einmal Youtube-Spots realer Parteien als Vorbild an. 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Überlegt den Drehort und Requisiten. ▶ Entwerft ein Storyboard (Welche Einstellungen folgen aufeinander?). ▶ Organisiert eine Handykamera.
	Tipps Formales	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Begrenzt die Zeit auf maximal eine Minute. ▶ Sprecht laut und deutlich. ▶ Verwendet Symbole, die ihr ins Bild rückt (Unterrichtsgegenstände). ▶ Verwendet einfache Sätze. 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Vermeidet Nebengeräusche. ▶ Fügt passende Musik hinzu. ▶ Fügt Einblendungen (Texte) hinzu.
	Tipps Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Formuliert klare Forderungen und Botschaften. ▶ Arbeitet Daten aus Arbeitsauftrag 4 ein. ▶ Spielt eventuell Alltagsszenen nach. 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Wiederholt wichtige Forderungen und Botschaften. ▶ Stellt einen wichtigen Appell an den Schluss.
Radiospot	Planung	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Verfasst die gesprochenen Texte. ▶ Hört euch eventuell Radiospots realer Parteien als Vorbild an. 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Organisiert ein Handy als Aufnahmegerät.
	Tipps Formales	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Begrenzt die Zeit auf maximal 45 Sekunden. ▶ Sprecht laut und deutlich. ▶ Verwendet einfache Sätze. 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Vermeidet Nebengeräusche. ▶ Verwendet ein Schneideprogramm zur Überarbeitung (z. B. Windows Movie Maker). ▶ Fügt passende Musik hinzu.
	Tipps Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Formuliert klare Forderungen und Botschaften. ▶ Arbeitet Daten aus Arbeitsauftrag 4 ein. ▶ Beschreibt eventuell Alltagsszenen. 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Wiederholt wichtige Forderungen und Botschaften. ▶ Stellt einen wichtigen Appell an den Schluss.
Plakat	Planung	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Überlegt das Motiv eures Hintergrundbildes. ▶ Skizziert den Aufbau des Inserats. ▶ Seht euch im Internet reale politische Plakate an. 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Wählt Slogans aus, die auf das Inserat kommen. ▶ Überlegt euch eine passende Kleidung. ▶ Organisiert ein Handy als Fotoapparat.
	Tipps Formales	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Achtet darauf, dass das Inserat ins Auge stechen soll! ▶ Verwendet Symbole, die ihr ins Bild rückt (Unterrichtsgegenstände). 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Setzt Farben bewusst ein. ▶ Setzt die Schriftart bewusst ein. ▶ Versucht, das Inserat nicht zu „überladen“.
	Tipps Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Verwendet aussagekräftige Slogans. ▶ Arbeitet Daten aus Arbeitsauftrag 4 ein. 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Das Bild ist euer Trumpf – Denkt daran!
Tweets	Planung	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Überlegt, wie ihr möglichst viele Botschaften in nur 4 Twittermeldungen unterbringen könnt. 	
	Tipps Formales	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Verwendet das Layout von „Twitter“. ▶ Ein Tweet darf maximal 140 Zeichen haben.* 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Verwendet bewusst auch Bilder (ein Bild ist ein Zeichen).
	Tipps Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Formuliert klare Botschaften und Forderungen. ▶ Arbeitet Daten aus Arbeitsauftrag 4 ein. 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Seid provokant! ▶ Fügt Hashtags ein, um Verknüpfungen zu verwandten Themenbereichen aufzuzeigen.

* Twitter hat diese Beschränkung mittlerweile verdoppelt. Für diesen Arbeitsauftrag ist es jedoch sinnvoll, eine Beschränkung vorzugeben, da die SchülerInnen so ihre Botschaften verknappt wiedergeben müssen.

Alexander Preisinger

Digitale Nachrichten zwischen Fakt und Fake

Bezug zum Informationsteil	Steve Kenner und Dirk Lange: Digital Citizenship Education Georg Lauss: Mediendemokratie
Zielgruppe/Alter	Sekundarstufe I, ab der 8. Schulstufe
Lehrplanbezug	Modul 9 (Politische Bildung): Medien und politische Kommunikation
Thematische Konkretisierung	<ul style="list-style-type: none">▶ Öffentlichkeit als zentralen Ort der politischen Kommunikation analysieren▶ Die Vor- und Nachteile der Mediendemokratie erörtern, die mediale Umsetzung von politischen Ideen und Informationen sowie die Inszenierung von Politik analysieren▶ Die Bedeutung der digitalen Medien in der politischen Kommunikation erläutern und bewerten
Kompetenzen	Politische Sachkompetenz, Politische Handlungskompetenz, Politische Urteilskompetenz
Kompetenzkonkretisierungen	Arbeiten mit politischen Medien (Analyse von medial vermittelten Informationen)
Basiskonzept	Handlungsspielräume
Zentrale Fragestellungen	<ul style="list-style-type: none">▶ Was sind Fake News und welche politischen und wirtschaftlichen Interessen stehen mit ihnen im Zusammenhang?▶ Wie verändern Fake News das politische Geschehen?▶ In welchem Zusammenhang stehen Fake News mit weiteren gesellschaftspolitischen und technologischen Entwicklungen (Clickbaiting, Google, Echokammer, Neue Rechte)?
Dauer	2–4 Unterrichtseinheiten

Annäherung an das Thema

Informationen als Fake News erkennen können
„You are fake news!“, warf der US-amerikanische Präsident Donald Trump einer Vertreterin des Nachrichtensenders CNN bei seiner ersten Pressekonferenz vor. Trump, dessen Wahlkampfteam nachweislich Lügen über Hillary Clinton verbreitete, hat dem Kampfbegriff der Falschmeldung (Fake News) zur umfassenden Popularität verholfen. Dass 59 % der Jugendlichen zwischen 14 und 18 ihre Informationen zu tagesaktuellen Themen hauptsächlich über Soziale Netzwerke beziehen (Studie von jugendkultur.at aus 2017) und damit genau jenen Fake News ausgesetzt sind, zeigt wie wichtig das Thema für die Politische Bildung ist.

Gemeinsam mit Entwicklungen wie jenen des Vorwurfs der „Lügenpresse“, der Entstehung „alternativer“ Nachrichten sowie der gezielten Steuerung von Nachrichteninhalten im Internet (Echokammer, social bots) tritt ein komplexer Problemzusammenhang zutage, der gegenwärtig ein „postfaktisches“ Zeitalter einzuläuten scheint.

**Medienwandel
im Zeitalter von
Web 2.0**

Medien-, Meinungs- und Pressefreiheit sind wichtig für eine hohe Demokratiequalität: Massenmedien lenken den Fokus der Öffentlichkeit auf bestimmte Themen (Agenda Setting), sie stellen die Transparenz politischen Handelns sicher, sie sind essenziell für die Meinungsbildung und geben der Politik die Möglichkeit, ihre Themen bekannt zu machen, aber auch die öffentliche Meinung wahrzunehmen. Als „vierte Macht“ kontrollieren und kritisieren sie politisches Handeln.

Seit dem Internet hat sich die Berichterstattung, die sich bis dahin vorwiegend als Einwegkanal charakterisierte, gewandelt: Soziale Netzwerke und Medien wie YouTube, Facebook, Twitter etc. sowie technische Kanäle wie Smartphones, Tablets usw., ermöglichen heute faktisch allen, sowohl RezipientInnen als auch ProduzentInnen von Nachrichten zu sein. Diese Nachrichten werden in Sekundenschnelle weltweit verbreitet, geteilt und kommentiert. Von den Zugriffszahlen, die heutige Nachrichten so erreichen, können traditionelle Offline-Medien nur träumen. Demokratiepoltisch sind diese partizipatorischen Möglichkeiten zunächst zu begrüßen, allerdings wird sich die Gesellschaft gerade in den letzten Jahren der problematischen Konsequenzen dieser neuen Medien- und Nachrichtenkultur bewusst.

**Fake News
als komplexer
Problem-
zusammenhang**

Falschmeldungen finden über die Sozialen Medien einen niederschweligen Distributionskanal, über den sie kursieren, rasch geteilt und weiterverbreitet werden können. Vielfach sprechen sie vor allem Emotionen an, ihr Nachrichtenwert ist hingegen meistens gering – sie sind den Lesegewohnheiten, wie sie auf Sozialen Medien vorherrschen, angepasst. Problematisch an ihnen ist vor allem, dass sie gezielt in Umlauf gebracht werden, um etwa Personen und Ansichten oder Interessen anderer zu diffamieren. Sie inszenieren sich gezielt als seriöse Nachrichten oder treten mit diesen ganz explizit in Konkurrenz.

**Mehr Klicks –
mehr Werbe-
einnahmen**

Den Geschäftsinteressen der Sozialen Medien kommen diese Falschmeldungen entgegen: Was aufregt, bringt „Likes“, „Klicks“ und Werbeinnahmen. Je höher das Konflikt- und damit das Verbreitungspotenzial desto besser für das Geschäftsmodell von Facebook, Google und Co. Allein in den ersten drei Quartalen 2017 machte Facebook einen Gewinn von fünf Milliarden Dollar, der vorwiegend auf Werbeinnahmen zurückgeht.¹ Ganz abgesehen davon sind Falschmeldungen und ihre wirtschaftliche Verwertung demokratiepoltisch bedenklich, verändern sie doch die Wahrnehmung der UserInnen: Meinungen werden gezielt durch gekaufte Werbung und nachweislich falsche Beiträge gesteuert. Facebook-Profile lassen sich in Massen kaufen, gesteuert werden sie durch „social bots“. Dies sind Programme, die automatische Kommentare zu bestimmten Themen abgeben. Über sogenannte Phantomgruppen werden Fake News produziert, durch bots kommentiert und dadurch (scheinbar) populär gemacht. Falschnachrichten machen sich damit selbst wahr: Je öfters eine Nachricht geteilt, geliked und kommentiert wird, als desto „wahrer“ wird sie empfunden. Durch die „Filterblase“ gesteuert, verbreiten sie sich noch schneller: Anhand von Vergangenheitsdaten wählen die Algorithmen von Amazon, Google oder Facebook das für die UserInnen aus, was sie interessieren könnte. Im Sog der politisch beabsichtigen, immer gleichen tendenziösen Nachrichten entstehen damit Meinungsblasen, die ein verzerrtes Bild der Wirklichkeit liefern. Falschnachrichten sind insofern nur schwer zu verhindern, weil es Zeit und Geld kostet, sie zu widerlegen. Seiten wie Mimikama oder Correctiv überprüfen vereinzelte Meldungen, können aber längst nicht alle überblicken.

Filterblasen

Parallel und ergänzend zu Filterblase und Fake News verläuft der Lügenpresse-Vorwurf, der auch unter „Systempresse“ firmiert: Beide Begriffe sind auch historisch belastet, sie bezeichnen den Vertrauensverlust in die traditionellen Medien. GegnerInnen meinen, traditionelle Medien seien politisch oder ideologisch motiviert, informierten die Öffentlichkeit gezielt falsch und verheimlichten die „Wahrheit“. Die Etablierung

und der Aufstieg der Neuen Rechten in Deutschland, etwa der Pegida-Bewegung oder der Partei „Alternative für Deutschland“ (AfD), verlief parallel zur Lügenpresse-Kritik, gibt es doch viele ideologische aber auch personelle Schnittpunkte.

Methodisch-didaktische Hinweise

Im ersten Unterrichtsbaustein geht es darum, dass SchülerInnen bewusst Fake News konsumieren und als solche erkennen können. Im zweiten Baustein geht es dann darum, den Unterschied zwischen qualitativ hochwertigen Nachrichten und den auf Klickraten ausgelegten Skandalartikeln zu erkennen. Mittels Qualitätskriterien, wie sie etwa Mimikama und andere Seiten zur Verfügung stellen, werden Fake-News-Websites klassifiziert. Der dritte Baustein verortet nun Fake News im größeren Zusammenhang: Echokammer, Clickbaiting, Algorithmen, die Rolle von Google etc. sind allesamt Teil eines wesentlich komplexeren Problemzusammenhangs, der in diesem Abschnitt erarbeitet wird. Abgeschlossen werden kann die Sequenz mit einer Podiumsdiskussion, die die zuvor behandelten Themen noch einmal miteinander vernetzt und wiederholt. Das Spiel „Fake it and make it“ lässt die SpielerInnen zudem selber zu Fake-News-ProduzentInnen werden.

UNTERRICHTSBAUSTEIN 1: Fake News wahrnehmen

Die Allgegenwart
von Fake News
erfahren

Zunächst geht es darum, die SchülerInnen für das Phänomen zu gewinnen. Fake News sind sehr lebensnah: Mit Sicherheit hatte die Mehrzahl der SchülerInnen schon damit Erfahrungen gemacht – vermutlich ohne davon zu wissen. Die Angebote der Einführung sollen einen überraschenden und vielleicht auch provokanten Einstieg bieten. Sie sollen dazu anleiten, das eigene Verhalten im Kontext von Jugendstudien zu reflektieren und sich mit Fake News bzw. deren Widerlegungen gezielt auseinanderzusetzen. Generell bietet es sich für die komplette Sequenz an, den SchülerInnen Computer zur Verfügung zu stellen.

Fake News
recherchieren
und widerlegen

Einleitung: Mahashta Murasi – ein Mann mit 179 Jahren

Der erste Einstieg in die Thematik soll ein lebensnaher, überraschender und provokanter sein: Mahashta Murasi wurde angeblich 1835 geboren und hätte im Jahr 2014 noch immer gelebt. Die Lehrperson kann eine der entsprechenden Internetseiten, sogar vielfach mit Bild, als Beweis aufrufen. Tatsächlich handelt es sich um einen gut dokumentierten Hoax.² Die Lehrperson soll zunächst einige der Artikel präsentieren und versuchen, die SchülerInnen von der Richtigkeit dieses medial vermittelten Fakts zu überzeugen. Je nach Verlauf des Unterrichtsgeschehens kann die Lehrperson dann die Falschmeldung aufdecken oder durch Recherchen der SchülerInnen überprüfen lassen. Weitere Falschmeldungen können im Internet recherchiert werden (Chemtrails, Spritzen im öffentlichen Raum, Facebook-AGBs, Kinderentführung in Lieferwägen).

Arbeitsauftrag 1:

1. *Mahashta Murasi ist der älteste Mann der Welt, wie in folgendem Artikel zu lesen ist (<http://www.heftig.de/murasi/>). Lies den Artikel aufmerksam.*
2. *Betrachte nun die Website, sieh dir das Impressum an. Was fällt dir bei der grafischen Gestaltung der Seite und der inhaltlichen Umsetzung des Artikels auf?*
3. *Recherchiere weiter zu Mahashta Murasi – handelt es sich tatsächlich um eine Meldung mit Wahrheitswert?*

Den eigenen
Gebrauch von
Nachrichten
im Internet
reflektieren

Nachrichtenkonsum von Jugendlichen

Auf der Seite des Instituts für Jugendkultur³ oder der Shell-Jugendstudie⁴ (für Deutschland) finden sich immer wieder Studien und Kommentare zum Umgang der Jugendlichen mit dem Internet. Ein in Arbeitsgruppen aufgeteilter Rechercheauftrag bietet sich hierzu an. Die Ergebnisse könnten etwa per Klassenzimmerausstellung oder einer

sehr kurzen PowerPoint-Präsentation vorgestellt werden. (Jede Gruppe hat genau eine Folie und etwa drei bis fünf Minuten Präsentationszeit.)

Umfragetools Ausgehend von diesen Jugendstudien kann mit mentimeter.com oder tevalo.at oder anderen Umfragetools eine Klassen-/Schulumfrage gestaltet werden, die das Verhalten der KlassenkollegInnen abfragt und mit den Studien verglichen werden kann. Am Ende dieser Einheit soll der Zusammenhang zwischen dem Medienkonsum Jugendlicher, der vielfach nur noch über das Internet stattfindet und der Einflussnahme durch Fake News hergestellt werden.

Arbeitsauftrag 2:

1. *Recherchiert auf Seiten des Instituts für Jugendkultur (<https://jugendkultur.at/>) oder der Shell-Jugendstudie (<http://www.shell.de/ueber-uns/die-shell-jugendstudie.html>; für Deutschland) zum Thema Medienkonsum von Jugendlichen. Erstellt eine ähnliche Studie zum Verhalten eurer Klasse per mentimeter.com oder tevalo.at und vergleicht und diskutiert die Ergebnisse mit den Studien.*

UNTERRICHTSBAUSTEIN 2: Fake News erkennen und widerlegen

**Hoax-Samm-
lungen und
Qualitätskriterien
von Nachrichten**

Den Nachrichtenwert von Meldungen feststellen

Die SchülerInnen sollen sich nun Falschmeldungen gezielt ansehen und Kriterien zur Überprüfung von Websites entwickeln.

Arbeitsauftrag 3:

Teilt euch in 2er-Teams auf. Bearbeitet zunächst folgende Aufgaben alleine (1,2) und dann gemeinsam (3):

1. *Einige Seiten haben sich der Dokumentation, Auswertung und Berichtigung von Falschmeldungen verschrieben. Besuche mehrere dieser Seiten und informiere dich darüber, wie Falschmeldungen sprachlich, optisch und inhaltlich arbeiten. Eine dieser Seiten ist Hoaxmap: Diese Seite sammelte in der Flüchtlingskrise 2015 Falschmeldungen über MigrantInnen und Asylsuchende in Deutschland und stellt sie auf einer Karte und nach Stichworten geordnet vor. (<http://hoaxmap.org/index.html>)*
2. *Seiten wie Mimikama (www.mimikama.at/category/featured/) oder Correctiv (<https://correctiv.org/>) sind darauf spezialisiert, Fake News gezielt als solche zu entlarven und Aufklärungsarbeit zu leisten. Sieh dir an, welche Ratschläge dort gegeben werden, um den Qualitätswert von Websites zu überprüfen.*
3. *Erstellt nun gemeinsam eine Checkliste zur Überprüfung des Wahrheitsgehalts und der Seriosität von Online-Quellen. Greift dazu auf Material von saferinternet.at, mimikama.at oder schule.at zu.*

Eigenschaften von Fake News und Fake-News-Websites:

1. Falschmeldungen fehlen meist Quellenangaben oder diese sind unseriös. Dies betrifft nicht nur Texte, sondern auch Abbildungen, die meistens aus einem anderen Kontext stammen und in den Text integriert wurden. Diese Fotos sind zumeist weder zeitlich noch räumlich zu lokalisieren. Die Bilder lassen sich leicht überprüfen: Speichert man sie ab und ladet man sie auf Plattformen wie tineye.com oder images.google.com hoch, lassen sich die ursprünglichen Quellen der Bilder, etwa die Fotoplattform „iStock“, finden.
2. Bei den Texten überwiegt der emotionale Aspekt. Mittels Ruf- und Fragezeichen, übertriebenen Schilderungen und Adjektiven wird versucht, Emotionen und vielfach Ängste bei der LeserInnenschaft zu wecken. Selektiv werden bestimmte Infor-

mationen ausgewählt und in neue Kontexte gestellt. Eine Botschaft wird wiederholt, damit sie wahrgenommen, verstanden und gemerkt wird (Framing).

3. „Alternative Nachrichtenangebote“ weisen vielfach bewusst auf ihr alternatives Angebot hin und distanzieren sich gezielt von traditionellen AnbieterInnen, die als unseriös, tendenziös etc. diffamiert werden. Die eigene Faktenorientierung wird ins Zentrum gestellt (Faktensuggestion).
4. Außerdem folgen die Artikel vielfach einem klaren Freund-Feind-Schema, benennen Probleme und einfache Lösungen meistens sehr genau und sind insgesamt eindeutig tendenziös.
5. Oftmals fehlt diesen Seiten das Impressum, es ist unvollständig oder benennt bewusst nicht die Hintergründe und Verantwortlichen der Seite.
6. Die Seiten sind oftmals mit Beiträgen und Seiten ähnlichen Inhalts verknüpft. Auch die Werbung auf der Seite kann Auskunft über dessen Seriosität geben.

Websites
bewerten

Nachrichten analysieren

In diesem Teil gilt es jetzt, bekannte Fake-News-Websites gezielt aufzusuchen und diese mittels des zuvor erstellten Analyserasters zu entlarven.

Arbeitsauftrag 4:

Verwendet euren Analyseraster jetzt, um einige der folgenden Websites zu analysieren. Beurteilt die Seiten hinsichtlich ihres Informations- und Wahrheitsgehalts. Schreibt anschließend einen kurzen Bericht, in dem ihr eure Untersuchungskriterien und deren Bewertung hinsichtlich der Websites benennt. Wählt aus folgenden Seiten:

- ▶ www.heftig.de
- ▶ www.breitbart.com
- ▶ www.anonymousnews.ru
- ▶ www.compact-online.de
- ▶ info-direkt.eu
- ▶ derwaechter.net
- ▶ www.wien-konkret.at

UNTERRICHTSBAUSTEIN 3: Fake News im gesellschaftlichen Kontext

Fake News im
gesellschaftlichen
Kontext

Auswirkungen von Fake News: Fallanalysen

In dieser Sequenz sollen Fake News jetzt in einem breiteren gesellschaftlichen Kontext verortet werden. Im Plenum werden anschließend die wichtigsten Statements gesammelt.

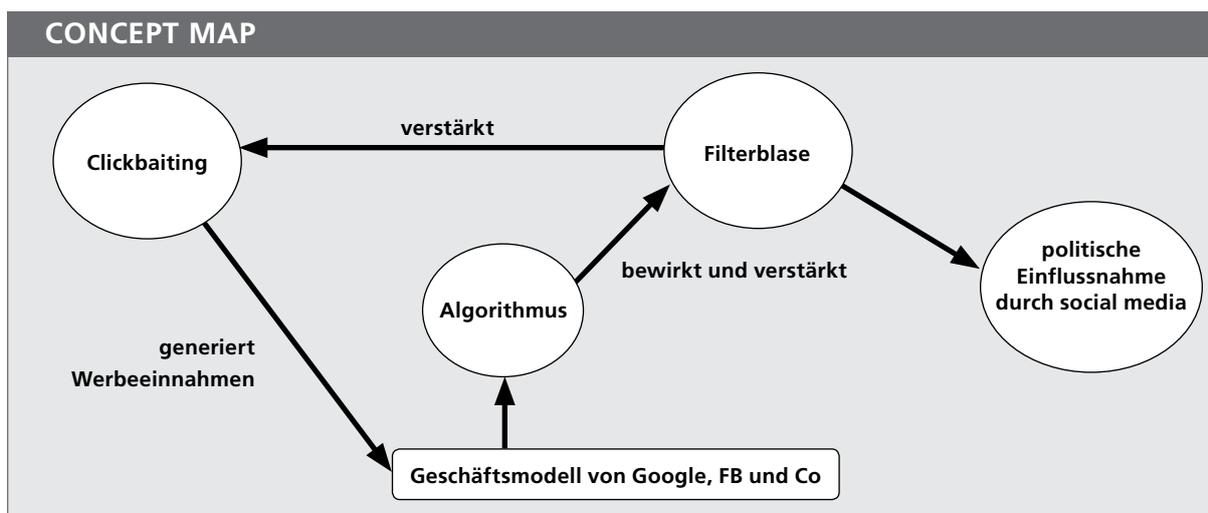
Arbeitsauftrag 5:

Bildet Gruppen zu je vier SchülerInnen. Ihr sollt, nachdem ihr Fake News erkennen könnt, zu ihren gesellschaftspolitischen Folgen recherchieren. Jeder von euch nimmt sich einen der folgenden Fälle und berichtet der Gruppe anschließend:

- ▶ Einfluss von Fake News im US-amerikanischen Wahlkampf 2017
- ▶ Der Umgang von Donald Trump mit den traditionellen Medien und seine eigene Medienpolitik (Twitter, Fake-News-Award, Lügenvorwurf der New York Times)
- ▶ Mazedonien als „Fake-News-Fabrik“
- ▶ Die Einflussnahme Russlands auf westliche Wahlkämpfe mittels Sozialer Medien und Agenturen (Russia Today, Sputnik News)

Mindmap mit zentralen Begriffen/Wissenslandkarte

Als Abschlussübung bietet sich eine Wissenslandkarte oder Concept Map an der Tafel an, die das komplexe Themenfeld Fake News noch einmal übersichtlich und in seiner Vernetzung darstellt. Die folgenden Begriffe werden dazu auf Kärtchen gedruckt. Die SchülerInnen sollen diese und weitere selbstgewählte Begriffe zunächst erklären und dann mit Pfeilen und Grafiken in Beziehung zueinander setzen, sodass eine Wissenslandkarte entsteht.



Arbeitsauftrag 6:

Nimm dir ein Kärtchen, das dich interessiert. Recherchiere zu dem Begriff und komme anschließend an die Tafel. Setze dort durch Pfeile und Grafiken deinen Begriff in Beziehung zu den anderen. Beschrifte diese Relationen.

THEMEN:

Fake News; Filterblase; Geschäftsmodell von Google, Facebook und Co; Clickbaiting; politische Einflussnahme durch Soziale Medien; Medienkonsum von Jugendlichen; Qualitätskriterien für Websites; Merkmale von unseriösem Journalismus; Maßnahmen gegen Desinformation; Institutionen gegen Desinformation

UNTERRICHTSBAUSTEIN 4: Podiumsdiskussion oder digitales Spiel

Abschlussübung:
Podiumsdiskussion

Podiumsdiskussion

Abschließend bietet sich eine Podiumsdiskussion an, bei der die SchülerInnen als ExpertInnen zu Wort kommen. Die SchülerInnen können ein eigenes Thema festlegen. Alternativ kann aus folgenden Vorschlägen gewählt werden, auch eine Kombination ist möglich:

- ▶ Was tun gegen Fake News?
- ▶ Fake News: ein Problem der Sozialen Medien?
- ▶ Nachrichten 2.0 – Fluch oder Segen?
- ▶ Algorithmen gegen Fake News?
- ▶ Vom automatischen Scannen bis zur UserInnen-Zensur – welche Maßnahmen gegen Fake News? ▶ Brauchen wir mehr digitale Bildung in den Schulen – wie soll diese aussehen?
- ▶ Fake-News-Abwehr: Zwischen Zensur und notwendiger Selbstkorrektur

Abschlussübung:
Fake it and make it

Fake News als digitales Spiel

Das digitale Browser-Game „Fake it and make it“ (www.fakeittomakeitgame.com/) ermöglicht es den SchülerInnen, selber eine Fake-News-Website zu betreiben und Werbeeinnahmen zu generieren. Das Spiel ist auf Englisch gehalten, jedoch sehr niederschwellig. Die SchülerInnen sollen das Spiel zunächst ausprobieren. Später können, ebenfalls als Podiumsdiskussion organisiert, Erfahrungen ausgetauscht werden.

1 <https://kurier.at/wirtschaft/facebook-quartalsgewinn-stieg-auf-4-7-milliarden-dollar/295.665.561,27.06.2018>.
2 Siehe: https://de.wikipedia.org/wiki/Mahashta_

Murasi, 01.06.2018.
3 <https://jugendkultur.at/>, 01.06.2018.
4 www.shell.de/ueber-uns/die-shell-jugendstudie.html, 01.06.2018.

Christine Ottner

Zum Verhältnis zwischen Medien und Politik am Beispiel von Karikaturen

Bezug zum Informationsteil	Georg Lauss: Mediendemokratie
Zielgruppe/Alter	Sekundarstufe I, ab der 8. Schulstufe
Lehrplanbezug	Modul 9 (Politische Bildung): Medien und politische Kommunikation
Thematische Konkretisierung	Mediale, im Zusammenhang mit politischer Kommunikation stehende Produkte analysieren und selbst gestalten
Basiskonzepte	Perspektive, Kommunikation
Kompetenzen	Politische Methodenkompetenz, Politische Urteilskompetenz
Kompetenzkonkretisierungen	Arbeiten mit politischen Medien (Analyse von medial vermittelten Informationen)
Zentrale Fragestellungen	<ul style="list-style-type: none">▶ Welche Informationen vermitteln politische Karikaturen zum Thema Medien und Politik?▶ Welche Fertigkeiten sind notwendig, um sie entschlüsseln zu können? Wie lassen sich satirische Aussagen formulieren?▶ Welche Rolle spielt die Perspektive des Zeichners/der Zeichnerin?
Dauer	2 Unterrichtseinheiten
Karikaturen als visuelle Medien	Annäherung an das Thema Donald Trump mit riesiger Föhnwelle, mit überdimensioniertem Smartphone oder beim selbstverliebten Twittern politischer Botschaften mit zweifelhaftem Inhalt – als Staatsoberhaupt wird gerade der Präsident der USA derzeit weltweit in vielen namhaften Tageszeitungen in satirischen, bissigen Karikaturen porträtiert. ¹ Als „gezeichneter“ Leitartikel und kritische Grafiken ² erscheinen politische Karikaturen längst nicht mehr nur in gedruckten Tageszeitungen, sondern finden mittlerweile auch über den Bereich der Sozialen Medien Verbreitung. ³ Auf SchülerInnen wirken sie als visuelle Medien generell anregend und fordern zum Enträtseln, Entdecken und Vermuten auf. Meist handelt es sich bei Karikaturen um eine Synthese von Bild, Symbol und Text. ⁴ Sie motivieren folglich dazu, vorhandenes und erworbenes Wissen in neue Zusammenhänge zu transferieren und dabei kritisch zu denken. Wesentlich dabei ist, dass sie keinesfalls nur oberflächliche, schnelle Eyecatcher sind. Vielmehr liefern sie Anspielungen, werfen aktuelle Fragen auf und fordern damit Wissen und Nachdenken ein. Damit stehen sie den Sehgewohnheiten vieler Jugendlicher entgegen, denn Karikaturen machen es notwendig, die Betrachtung zu verlangsamen. ⁵
Keine Abbilder der Realität	Üblicherweise wollen Karikaturen die Realität nicht 1:1 abbilden, sondern sie sind grafische Kommentare, die verkürzen, verzerren und übertreiben, die Missstände

anprangern, die kritisch und negativ, manchmal sogar aggressiv sind.⁶ In den meisten Fällen enthalten sie zudem ein Werturteil oder/und sind Mittel der politischen Auseinandersetzung. Der Einsatz pointierter, manchmal auch polarisierender Karikaturen, die etwa auch mit Texten zum selben Thema kombiniert werden, erhöht die Chancen auf eine intensivere, eventuell auch multiperspektivische Auseinandersetzung seitens der SchülerInnen. Karikaturen dienen daher dem Motivationseinstieg oder der Veranschaulichung eines Themas, können aber darüber hinaus auch selbst zum Gegenstand des Unterrichts werden.⁷

Methodisch-didaktische Hinweise

Möglichkeiten und Risiken der Karikaturarbeit

In der Unterrichtspraxis birgt der Umgang mit dieser anspruchsvollen Bildgattung großes Potenzial, bringt aber auch große Herausforderungen mit sich. Trotz aller Materialfülle ist die Auswahl geeigneter Karikaturen oft problematisch: Einerseits sind viele Beispiele zu schwierig für die angesprochene Altersgruppe, andererseits gibt es auch (zu) einfache Karikaturen, die nur deskriptiv sind und wenig Diskussionsmöglichkeit zulassen.⁸ Besonders das Verständnis für satirische, ironische Aussagen muss permanent geübt und vertieft werden.

Zeitlosigkeit versus Tagesaktualität

Für den Unterricht besonders geeignet sind zeitlose Karikaturen, die allgemeine (gesellschafts-)politische Themen ansprechen. Hier werden zudem oft anstelle realer Personen bestimmte Typen (nur als Bsp.: „die Unternehmerin“, „der Arbeiter“, „die Politikerin“) verwendet, die über längere Zeit Gültigkeit haben, die sich auch wiederholen und daher leichter verstanden werden können. Allzu tagesaktuelle Zeichnungen verlieren kurz nach Erscheinen womöglich wieder ihrer Gültigkeit und sind von SchülerInnen dann kaum mehr zu verstehen. Dennoch lassen sich unter entsprechender Anleitung auch aktuelle Karikaturen entschlüsseln – vor allem, wenn sie z. B. bekannte Staatsoberhäupter ins Zentrum rücken, wodurch auch das politische Interesse gefördert wird.

Entschlüsseln von Anspielungen und Zeichen

KarikaturistInnen verwenden häufig ein bestimmtes Repertoire an Symbolen, um Botschaften pointiert und sekundenschnell zu vermitteln. Als Stilmittel nutzen sie Metaphern, Übertreibungen und bestimmte Formen der Reduktion, die von den Lernenden erkannt und erklärt werden sollen. Diese müssen üben, etwa Symbole politischer Parteien und Bewegungen, natürliche und politische Metaphern (beispielsweise Licht/Finsternis, geschlossene/offene Türen, dick/dünn; Waage, Wettrennen etc.) zu entschlüsseln oder visualisierte Redensarten in Sprache zu übersetzen und ihre Bedeutung zu erklären (beispielsweise „Brett vor dem Kopf“, „im selben Boot sitzen“, „Schuss geht nach hinten los“, „jemandem das Maul stopfen“ etc.).⁹

Medien und Politik in Karikaturen

Als „vierte Macht“¹⁰ haben Medien in demokratischen Systemen die Aufgabe, neben Legislative, Exekutive und Judikative zu informieren, sie wirken an der politischen Meinungsbildung mit und kontrollieren bzw. kritisieren das politische System und die politischen AkteureInnen. Diese Problematik wird freilich auch in Karikaturen thematisiert,¹¹ die natürlich ihrerseits wiederum Medien sind und damit das Denken, die Werte und Haltung derer beeinflussen, die sie ansehen und zu entschlüsseln versuchen. Der vorliegende Unterrichtsentwurf bewegt sich daher auf zwei Ebenen: Einerseits geht es darum, Karikaturen generell als mediale Produkte der politischen Kommunikation verständlich zu machen. Andererseits wird an zwei konkreten Beispielen auf das Verhältnis zwischen Medien und Politik fokussiert. Entsprechende Leitfragen und ein Analyseraster ermöglichen die genauere gemeinsame Auseinandersetzung damit (Unterrichtsbaustein 1) und sollen auch auf weitere zu recherchierende Beispiele (Unterrichtsbaustein 2) angewendet werden.

UNTERRICHTSBAUSTEIN 1

Beispiele Mit Hilfe des Arbeitswissens (M_1) verschaffen sich die SchülerInnen einen knappen Überblick über das Medium der Karikatur sowie über das Verhältnis zwischen Politik und Medien. Im Zentrum des ersten Unterrichtsbausteins stehen zwei Karikaturen des deutschen Karikaturisten Burkhard Mohr (M_3 und M_4): M_3 ist als Einstieg gedacht und beleuchtet allgemein das zwiespältige Verhältnis und die wechselseitige Abhängigkeit von Medien und PolitikerInnen. M_4 nimmt konkret auf Donald Trump und sein problematisches Verhältnis zu Fakenews und Medien Bezug. Besonders dieses Beispiel birgt eine sehr komplexe Tiefenschicht, die gut herausgearbeitet werden kann.

Leitfragen Die Leitfragen (M_2) dienen dazu, sich der Beschreibung, Analyse und Wertung von Karikaturen schrittweise anzunähern. Das hier gebotene Schema wurde nach fachdidaktisch-bildanalytischen Methodenangeboten zusammengestellt.¹² Als zusätzliche Hilfe bieten sich im Fall des Beispiels aus M_3 die Diskussion danach an, welche Politiker den SchülerInnen aufgrund ihrer medialen Präsenz besonders bekannt sind. Im Fall der Trump-Karikatur (M_4) können zur Unterstützung noch folgende Fragen gestellt werden: Woran erkennt man den US-amerikanischen Präsidenten? Wie wird er dargestellt? Wer schießt hier auf wen? Was könnte der Zeichner mit der Pistole meinen? Warum trägt sie diese Beschriftung? Auf welche Redewendung wird hier angespielt („Schuss nach hinten“)?

Arbeiten mit dem Analyseraster Wichtig dabei ist, die einzelnen Bearbeitungsschritte nicht zu stark zu verwischen und zunächst eine Beschreibung vorzunehmen (siehe M_2), sich auf die einzelnen Elemente und Symbole und die Mittel der Darstellung zu konzentrieren und nicht sofort die Wertung oder Pointe vorwegzunehmen.

Arbeitsaufträge:

1. Verschafft euch zunächst mit Hilfe des Arbeitswissens (M_1) einen Überblick über die Besonderheiten von Karikaturen und über das Verhältnis zwischen Medien und PolitikerInnen.
2. Seht euch dann die beiden Bilder M_3 und M_4 an: Jeder von euch notiert für sich selbst seine ersten Eindrücke und Gedanken dazu.
3. Bildet Dreiergruppen (Tipp: Die Gruppen können ganz leicht mit einem elektronischen Tool, z. B. <http://www.auslosungstool.de/>, nach Zufallsprinzip zusammengelost werden.) und füllt gemeinsam für jede Karikatur einen Analysebogen (M_5) aus. Nehmt dabei die Leitfragen aus M_2 zu Hilfe.
4. Bringt danach beide Beispiele auf eure eigene Art zum Sprechen: Erfindet einen (neuen) passenden Titel. Zeichnet Sprechblasen, die ihr mit euren eigenen Worten befüllt: Was könnten die Strichmännchen in M_3 sagen oder rufen? Was könnte Donald Trump (M_4) in Bezug auf Fake News und Medien tatsächlich denken?
5. Vergleicht anschließend eure Ergebnisse aus Punkt 3 und 4 im Klassenplenum.

UNTERRICHTSBAUSTEIN 2

Arbeitsaufträge:

1. Seht euch auf der Homepage von Burkhard Mohr zwei weitere Beispiele für Karikaturen an, die das Thema Medien und Politik betreffen: http://www.burkhard-mohr.de/B._Mohr/Home.php (unter Suche Stichwort „Medien“ eingeben): „Zurück zu den Facts“ (26.12.2016) und „Vormundschaft“ (29.03.2016). (Tipp: Weitere aktuelle Beispiele finden sich auch auf: https://de.toonpool.com/category_gallery_Politik_2)

2. Analysiert diese Karikaturen nun in Einzelarbeit nach den Leitfragen (M₂) und tragt eure Ergebnisse wieder in den Analysebogen (M₅) ein. Gebt den beiden Karikaturen auch einen neuen Titel.
3. Veranstaltet zum Austausch der Einzelergebnisse ein kurzes Speed-Dating: Verteilt euch dazu auf zwei einander gegenüberstehende Sesselreihen, so dass jeweils zwei Personen einander gegenüber sitzen und Blickkontakt haben. Tauscht schrittweise (gemäß den Leitfragen aus M₂) eure Arbeitsergebnisse und Erkenntnisse zu den beiden Karikaturen aus und ergänzt sie jeweils. Nach Ablauf von zwei Minuten rücken alle TeilnehmerInnen der einen Stuhlreihe einen Platz nach links, sodass allesamt neue PartnerInnen bekommen. Nach weiteren zwei Minuten wird erneut gewechselt etc. und zwar solange, bis alle Antworten ausgetauscht worden sind.
4. Präsentiert im Klassenplenum eure Analyseergebnisse. Vergleicht zum Abschluss alle bisher untersuchten Karikaturen untereinander: Inwiefern unterscheiden oder ähneln sich die verwendeten Zeichen und Symbole? Welches der Beispiele ist für euch das aussagekräftigste und warum? Inwiefern stimmt ihr dem Zeichner zu oder würdet ihm gerne widersprechen?

M1: BESONDERHEITEN VON KARIKATUREN

ARBEITSWISSEN

Wesentliches Merkmal einer Demokratie ist die Medien- und Pressefreiheit. Massenmedien sind wichtig für die öffentliche Meinungsbildung, sie kontrollieren und kritisieren politisches Handeln, da sie den Blick der Menschen auf bestimmte Themen lenken. Heute können über YouTube, Facebook oder Twitter Nachrichten ganz einfach von jedem empfangen, aber auch von jedem selbst produziert und verbreitet werden. Schon zu Beginn seiner Amtszeit hat zum Beispiel der US-amerikanische Präsident Donald Trump VertreterInnen der Medien vorgeworfen, Fake News (Falschmeldungen) über ihn zu produzieren. Allerdings verbreitete auch sein eigenes Wahlkampfteam nachweislich Falschmeldungen über seine Gegnerin (Hillary Clinton). Er selbst verbreitet ebenso via Twitter ständig Meldungen und hat den Kampfbegriff der Fake News richtig populär gemacht.

PolitikerInnen wird zunehmend vorgeworfen, dass sie süchtig nach Popularität sind, ständig im Fernsehen und in Talkshows auftreten, um hier nur mehr in Soundbytes* miteinander zu reden über das, was man eigentlich tun müsste. Daraus ergibt sich auch der Vorwurf, dass es den PolitikerInnen in einer parlamentarischen Demokratie mittlerweile vor allem um persönliche Selbstdarstellung und oberflächliche Kurzaussagen geht – und weniger darum, sich etwa in Parlamentsdebatten der Gesetzgebung und Kontrolle der Bundesregierung zu widmen.**

Diese Themen greifen auch Politische Karikaturen auf (die ihrerseits natürlich auch selbst Medien sind!). Karikaturen begegnen uns häufig in gedruckten oder online erscheinenden Tageszeitungen, aber auch auf online-Plattformen und in sozialen Medien: Sie vermitteln politische Botschaften und machen sich über etwas oder jemanden lustig; sie sind also satirisch oder ironisch. Dabei verwenden sie bestimmte Anspielungen und Symbole. Eine britischer Karikaturist hat einmal gesagt: „Karikaturen sind optisches Juckpulver, das die Betroffenen zwingt, sich zu kratzen.“*** Die hier abgebildeten Karikaturen hat der deutsche Karikaturist (und Maler) Burkhard Mohr (geb. 1959) angefertigt, dessen Zeichnungen unter anderem in der renommierten Süddeutschen Zeitung erscheinen.

* Soundbytes (oder sound bites): sehr kurze Wortbeiträge in der Fernseh- und Radioberichterstattung, die aus einem längeren Beitrag herausgenommen wurden. Sie sollen die Aussage zu einem Thema auf den Punkt bringen.

** Siehe dazu auch: <http://www.faz.net/aktuell/politik/mediendemokratie-miese-stimmung-die-talkshow-politiker-sind-mitschuldig-1227561.html>, 12.3.2018

*** Robert Searl, zitiert nach: Hohaus, Heinz/Keim, Walther (Hrsg.): Kreuz-Stiche – Eine KarikaTour für Gott und die Welt, Ausstellungskatalog im Auftrag der Evangelischen Kirche von Kurhessen-Waldeck, Kassel 2008.

M₂ LEITFRAGEN FÜR DIE DEUTUNG VON KARIKATUREN

1. Beschreiben

- ▶ Formale Kennzeichen: ZeichnerInnen, gegebenenfalls Titel, Jahr und Ort
- ▶ (spontaner) Gesamteindruck
- ▶ Benennung von Einzelheiten: Person(en), Gegenstände, Typen, Symbole, Perspektive, Gestaltungsmittel (Bildaufbau: Bildelemente im Vordergrund/im Hintergrund)
- ▶ Ermitteln, ob es sich um reale Personen handelt oder nicht

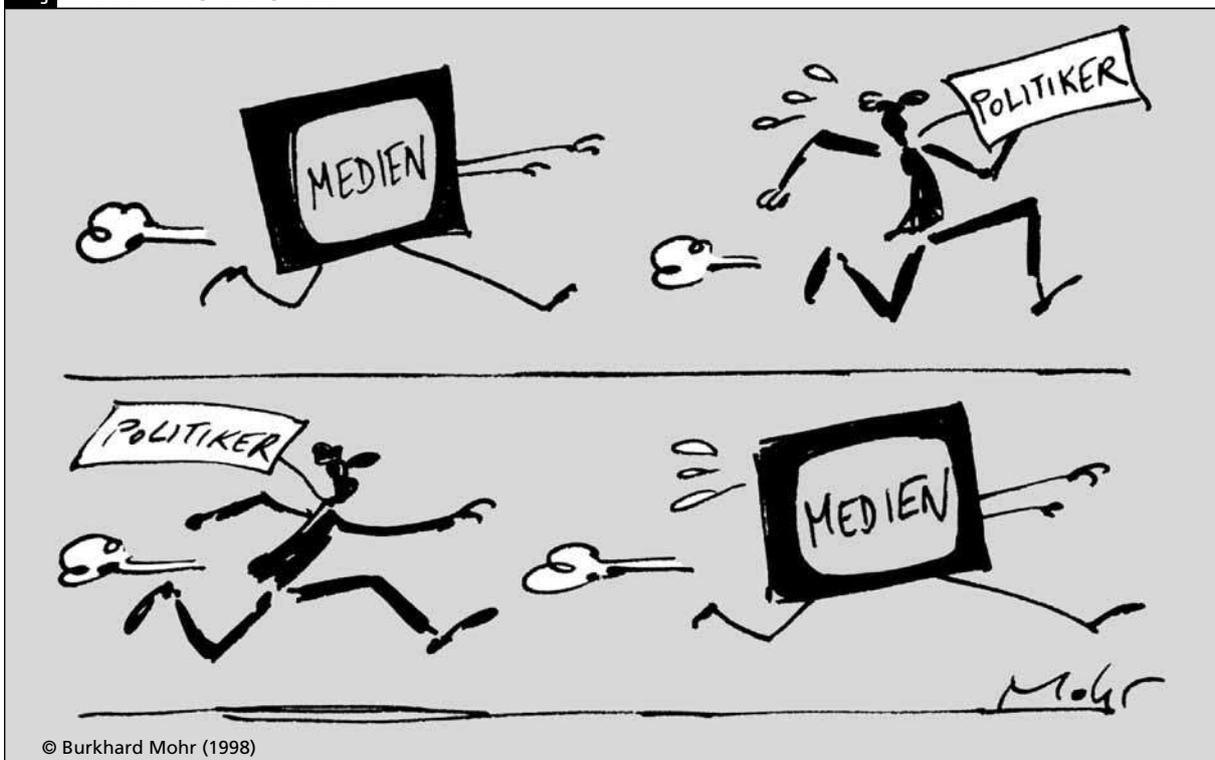
2. Analysieren/Erklären

- ▶ Erklären von Thema und Inhalt der Karikatur
- ▶ Analysieren der Bedeutung der Gegenstände und/oder Symbole und Typen, Identifikation von Personen
- ▶ Analysieren, worin die (satirische) Übertreibung und/oder Ironie besteht
- ▶ Politischer Kontext: Wurde die Karikatur aus konkretem Anlass angefertigt? Auf welche Situation bezieht sich der Zeichner/die Zeichnerin? Oder handelt es sich um eine eher zeitlose Karikatur?

3. Interpretieren/Beurteilen

- ▶ Interpretieren, welche Zielgruppe die Karikatur erreichen soll(te) und welche Absicht mit der Anfertigung der Karikatur verbunden sein könnte
- ▶ Eventuell: Beurteilen, ob die ZeichnerInnen oder die AuftraggeberInnen auf der Seite der karikierten Person oder auf der Seite der „GegnerInnen“ stehen
- ▶ Beurteilen, ob die Darstellung den politischen Gegebenheiten entspricht
- ▶ Formulieren einer Kernaussage
- ▶ Positionierung: eigene Haltung zur dargestellten Problematik formulieren

M₃ KARIKATURBEISPIEL 1



M₄ KARIKATURBEISPIEL 2



- 1 Die dänische Tageszeitung „Politiken“ hat 2017 die besten Karikaturen zum Thema Donald Trump gewählt; siehe: <https://kurier.at/politik/ausland/die-besten-trump-karikaturen/260.929.987/slideshow>, 31.03.2018
- 2 Im Detail dazu: Schnakenberg, Ulrich: Die Karikatur im Geschichtsunterricht (Methoden historischen Lernens), Schwalbach/Ts. 2012, S. 12.
- 3 Nur als Beispiel: Der in der Schweiz lebende Karikaturist und Cartoonist Patrick Chappatte etwa verbreitet und kommentiert einige seiner Zeichnungen via Twitter für mittlerweile fast 15.000 FollowerInnen, siehe <https://twitter.com/chappatte?lang=de>, 01.06.2018
- 4 Dazu ausführlich: Schwingshackl, Angelika: Zwölf Sterne über Österreich – Auf der Suche nach europäischer Identität in politischen Karikaturen im Rahmen der EU-Beitrittsverhandlungen, Masterarbeit Universität Wien 2014, S. 28f.
- 5 Schnakenberg, Ulrich: Politik in Karikaturen (Politik unterrichten), Schwalbach/Ts. 2013, S. 7.
- 6 Frick, Lothar/Weber, Reinhold: Gegen den Strich – Karikaturen zu zehn Themen. Politik und Unterricht. Zeitschrift für die Praxis der Politischen Bildung 31 (3–4/2005), S. 4.
- 7 <http://www.bpb.de/lernen/grafstat/grafstat-bundestagswahl-2013/148870/karikatur-interpretieren>, 15.03.2018
- 8 Schnakenberg, Politik in Kriaturen, S. 6.
- 9 Schnakenberg, Ulrich: Politik in Karikaturen II (Politik unterrichten), Schwalbach/Ts. 2017, S. 9.
- 10 Siehe dazu auch den Beitrag von Georg Lauss in diesem Heft.
- 11 Hellmuth, Thomas: Medien und Macht. Zur politischen Ambivalenz der Mediendemokratie, in: Informationen zur Politischen Bildung, Bd. 31 (2009), S. 63–70. Hier: S. 65.
- 12 Zu beachten ist, dass es zwischen den Anforderungsbereichen freilich zu Überschneidungen kommen kann. Die fachdidaktische Literatur weist zahlreiche, großteils ähnliche Schemata für die Analyse von Karikaturen auf; die meisten enthalten etwa fünf Schritte; vgl. dazu Land, Kristin/Pandel Hans-Jürgen: Bildinterpretation praktisch. Bildgeschichten und verfilmte Bilder. Schwalbach: Wochenschau 2009 (Methoden Historischen Lernens); Schnakenberg 2012; außerdem Schnakenberg, Ulrich: Geschichte in Karikaturen. Karikaturen als Quelle 1945 bis heute (Geschichte unterrichten. Reihe kommentierte Arbeitsblätter), Schwalbach/Ts. 2011.

M₄ ANALYSEBOGEN FÜR KARIKATUREN (KOPIERVORLAGE)	
Formale Kennzeichen: Titel, ZeichnerIn, Erscheinungsort und -jahr	
Ersteindruck Beschreibung	
Politischer Zusammenhang	
Deutung Interpretation Gesamtaussage eigene Haltung	

Christoph Bramann

Populismus in politischen Manifestationen erkennen

Ein Unterrichtskonzept für die Sekundarstufe I

Bezug zum Informationsteil:	Steve Kenner und Dirk Lange: Digital Citizenship Education Georg Lauss: Mediendemokratie
Zielgruppe/Alter	Sekundarstufe I, ab der 8. Schulstufe
Didaktische Prinzipien	Lebensweltbezug, Gegenwartsbezug, Problemorientierung, Wissenschaftsorientierung, Differenzierung
Lehrplanbezug	4. Klasse, Modul 9 (Politische Bildung): Medien und politische Kommunikation
Kompetenzkonkretisierungen	Arbeiten mit politischen Medien (Analyse von medial vermittelten Informationen)
Thematische Konkretisierung	Mediale Umsetzung von politischen Ideen und Informationen sowie die Inszenierung von Politik analysieren
Kompetenzen	Politikbezogene Methodenkompetenz, politische Sachkompetenz, politische Urteilskompetenz
Basiskonzept	Kommunikation, Handlungsspielräume
Dauer	2–3 Unterrichtsstunden

Annäherung an das Thema Populismus

Der Begriff Populismus wird häufig als politischer Kampfbegriff gebraucht, ohne dass dabei immer klar wäre, was genau damit eigentlich gemeint ist.¹ Im Mittelpunkt stehen vor allem die negativen Aspekte eines ideologischen Populismus, der auf der Kernidee einer diversitätsfeindlichen Volkssouveränität und Politik beruht („Anti-Pluralismus“, „Anti-Establishment“, „Pro-Volkssouveränität“).² Auf der Basis antipluralistischer Denkmuster proklamieren populistische PolitikerInnen einen Alleinvertretungsanspruch für ein von verschiedenen ideologischen und politischen Richtungen unterschiedlich definiertes „populus“, neben dem jeweils anders Denkenden kein legitimer Platz zugestanden wird.³

Populismus als Kampfbegriff

Definitionen von Populismus

Neben diesen ideologisch ausgerichteten Ansätzen gibt es jedoch auch andere, die Populismus im Sinne eines bestimmten Politikstils bis zu einem gewissen Ausmaß durchaus positive Effekte für demokratische Strukturen zugestehen.⁴ So lange ein solcher populistischer Politikstil „vielschichtige Probleme vereinfacht darstellt und ein Wir-Gefühl erzeugt“, könne er durchaus helfen, „die Gesellschaft zusammenzuhalten und den Staat handlungsfähig zu machen“.⁵ Auch andere Formen eines populistischen Politikstils, wie die „Inszenierungen von Kandidaten für politische Ämter mittels bestimmten Bildern, Slogans, Kleidungsstücken, rhetorischer Formeln oder symbolischer Handlungen, die auf deren vermeintliche Bürgernähe oder gar

Volksverbundenheit hinweisen sollen“, können erst einmal als „normales, d.h. allgegenwärtiges Element demokratischer Politik“ angesehen werden,⁶ das sich nicht gegen die notwendige Pluralität und Offenheit demokratisch verfasster Gesellschaft richtet. „Volksherrschaft“ braucht also „volkstümliche Kommunikation“ – es kommt offensichtlich „auf die Dosis an“.⁷

Populismus differenziert betrachten lernen

Als kritische und aufgeklärte StaatsbürgerInnen sollen SchülerInnen daher lernen, Populismus differenzierter, d.h. nicht nur als politisches Schlagwort, betrachten zu können. Hierfür wird auf einen Ansatz von Henrik Müller (2017) zurückgegriffen, der zwischen fünf verschiedenen Ausprägungsformen von Populismus unterscheidet:

1. Die Vereinfachung komplexer Sachverhalte,
2. die Schaffung einer gemeinsamen Identifikation („Wir-Gefühl“),
3. die Ignoranz gegenüber Kosten und Folgen der eigenen Politik,
4. einer Schwarzmalerei im Sinne einer Negativität und Dramatisierung der gegenwärtigen Situation, und
5. der Konstruktion von Feindbildern, die die Schuld tragen.⁸

Ausprägungsformen

Während nach Müller die ersten beiden Ausprägungen noch im Rahmen eines „guten Populismus“ lägen, beginne bereits ab der dritten Stufe ein „schlechter Populismus“, der durch die bewusste Ignoranz möglicher Folgen, der Gesellschaft dauerhaft hohe – nicht nur monetäre Kosten – aufbürde. Spätestens wenn mit den Stufen vier und fünf ein undifferenziert negatives Bild der eigenen Gegenwart gezeichnet wird, für das klare Feindbilder verantwortlich gemacht werden, sei ein „hässlicher Populismus“ erreicht.⁹ Formen eines „guten Populismus“ können demnach also durchaus nützlich für Prozesse demokratischer Willensbildung sein, denn PolitikerInnen werden viele ihrer WählerInnen ohne eine nötige Komplexitätsreduktion sowie die Vermittlung des Gefühls, „gemeinsam an einem Strang zu ziehen“ kaum von ihren Standpunkten überzeugen können. Ein „hässlicher Populismus“ kann demokratische Strukturen hingegen gefährden, da die scharfe Kontrastierung des „Wir“ und des „Fremden“ und die Vorführung vermeintlicher Schuldiger zur Ausgrenzung und Verfolgung Andersdenkender bis hin zur Kriegstreiberei führen kann.¹⁰ Vor allem – wenn auch nicht ausschließlich – rassistische und nationalistische Gruppen („Rechtspopulismus“) vereinen in diesem Sinne einen populistischen Politikstil mit ihrer ideologischen Dogmatik.

SchülerInnen die Unterscheidung ermöglichen

Mit dem vorliegenden Unterrichtskonzept soll SchülerInnen daher ein methodisches und konzeptionelles Handwerkszeug zur Verfügung gestellt werden, das ihnen die Offenlegung von verschiedenen Ausprägungen eines populistischen Politikstils ermöglicht. Dabei soll den SchülerInnen klar werden, wo die Grenze ist zwischen einem populistischen Politikstil, der zu demokratischen Aushandlungsprozessen durchaus dazugehören kann und einem Populismus, der über antipluralistische Denkmuster und die Vorführung vermeintlicher Schuldiger zu Ausgrenzung und Gewalt gegen Minderheiten führen kann und damit einem an Vielfalt und politischem Konsens orientierten demokratischen Ideal diametral gegenübersteht.

Methodisch-didaktische Hinweise

Notwendigkeit der Interpretation

„Interpretieren muß man überall, wo man dem, was eine Erscheinung unmittelbar darstellt, nicht trauen will.“¹¹ Das Zitat des Philosophen Hans-Georg Gadamer verweist nicht nur auf die Wichtigkeit einer grundlegenden Wachsamkeit oder Sensibilisierung gegenüber politischen Aussagen, die allzu einfach und absolut wirken. Mit der Notwendigkeit zu „interpretieren“, wird zugleich auf eine fundamentale Fähigkeit für einen reflektierten und kritischen Umgang mit Politik – wie auch anderen Bereichen der Gesellschaft – verwiesen. Dieser Überzeugung folgend sollen mit der vorgestellten Unterrichtseinheit methodische Kompetenzen im Umgang mit politischen Reden

**Entscheidungen
und Positionen
hinterfragen**

eingeebt werden, um auf dieser Basis die Grundlage für eine kritische Meinungsbildung zu schaffen.

SchülerInnen sollen lernen, „gesellschaftliche Entscheidungen, politische Positionen und Ideologien zu hinterfragen und so auf dahinterliegende Interessen, (Vor-)Urteile und theoretische Ansätze zu stoßen“, um dadurch „eigene politische Denkweisen einzunehmen [...] und letztlich umzusetzen“.¹² Dafür müssen die in Reden enthaltenen populistischen Stilmittel und ideologischen Bilder hinsichtlich ihrer narrativen, normativen und empirischen Plausibilität überprüft werden.¹³ Im diesem Sinne verweist das vorliegende Unterrichtskonzept auf die zwei gesellschaftlichen Basiskonzepte „Kommunikation“ und „Handlungsspielräume“.¹⁴

Das methodische Vorgehen basiert auf einer kritischen Auseinandersetzung mit einer politischen Rede als Beispiel für eine bekannte Form politischer Manifestationen (M_1).¹⁵ Die Ergebnisse der Analyse werden anschließend verschiedenen Ausdrucksformen eines populistischen Politikstils (M_2 , M_3) zugeordnet, bevor abschließend die Reflexion über das Phänomen Populismus und der Transfer auf neue Beispiele erfolgt. Indem es sich anbietet, je nach lerngruppenspezifischen und schulischen Voraussetzungen auch Audio- oder Videoverversionen von Reden über Laptop/Beamer/Whiteboard in den Unterricht einzubinden, können dabei auch neue Medien eingebunden werden. Für das ausgewählte Beispiel ist hierfür ein entsprechender Link zur „YouTube“-Version angegeben.

Populistischer Politikstil: Ein Unterrichtskonzept in drei Schritten

Das Unterrichtsbeispiel ist grundsätzlich für zwei Unterrichtsstunden konzipiert, gibt aber auch Anregungen für weitere Einheiten. Der Aufbau lässt sich grob in drei Schritte unterteilen:

1. die Analyse politischer Manifestationen anhand bestimmter Kategorien (hier: einer politischen Rede, M_1),
2. die Einführung von Arbeitswissen über einen populistischen Politikstil (M_2) und die Verknüpfung dieses Wissens mit den Analyseergebnissen (M_3) sowie
3. die Reflexion und Bewertung des Erarbeiteten vor dem Hintergrund demokratischer Strukturen und der eigenen politischen Meinungsbildung.

Schritt 1: Die Analyse politischer Reden

Im vorliegenden Entwurf wurde als Beispiel für eine politische Rede die Antrittsrede von US-Präsident Donald J. Trump (2017) ausgewählt. Neben ihrer offensichtlich populistischen Ausrichtung eignet sich die Rede dabei auch aus anderen Gründen für den Einsatz im Unterricht. Zum einen wird dem 45. US-Präsidenten gegenwärtig unter anderem aufgrund seiner „Twitter-Leidenschaft“ eine für einen Politiker außergewöhnliche weltweite mediale Aufmerksamkeit zuteil, die zusätzlich zur besonderen „Strahlkraft“, welche die USA ohnehin für viele Jugendliche besitzt, motivierend wirken kann (Lebensweltbezug). Zum anderen steht Donald Trump gegenwärtig wie kaum ein/e andere/r PolitikerIn für einen offen populistischen Politikstil innerhalb eines demokratischen Systems,¹⁶ das – trotz aller möglichen Kritik – nicht nur historisch einen Orientierungspunkt für die weltweite Verbreitung demokratischer Grundsätze darstellt. Es versteht sich jedoch von selbst, dass auch die Reden vieler anderer – vor allem auch „eigener“ – PolitikerInnen im Unterricht eingesetzt werden können und sollten, um zu vermeiden, dass Populismus ausschließlich als politisches Phänomen „anderer“ Länder wahrgenommen wird. Zusätzlich sollte auf eine ausgewogene Berücksichtigung genderspezifischer Aspekte geachtet werden, damit Populismus nicht als „männlicher“ Politikstil erscheint.

**Beispiel
Antrittsrede
Trumps**

Balance zwischen didaktischer Reduktion und Authentizität wahren	Für das vorliegende Beispiel wurde die Rede Trumps stark gekürzt aufbereitet. Außerdem wurde eine deutsche Übersetzung verwendet, auch wenn hier für leistungsstärkere Klassen aufgrund der vergleichsweise einfachen Sprache auch eine gekürzte Originalversion denkbar wäre. Generell gilt es bei einer Aufbereitung des Materials darauf zu achten, eine Balance zwischen der Notwendigkeit zur didaktischen Reduktion und der Authentizität zu gewährleisten, um eine „Verfälschung“ des Materials zugunsten einer erwünschten Wirkung oder Aussage zu vermeiden.
Textverständnis schaffen	Für die analytische Erschließung der Rede werden Arbeitsaufträge benötigt, die das allgemeine Textverständnis sicherstellen und damit eine gemeinsame Arbeitsgrundlage schaffen sollen. Die abschließende Bewertung kann dabei eine erste Grundlage für die im dritten Schritt erfolgende reflektierte Beurteilung des Phänomens Populismus darstellen. Im Sinne der Anbahnung politikbezogener und historischer Methodenkompetenzen im Umgang mit Reden empfiehlt sich jedoch eine tiefergehende Analyse, um auch einen wissenschaftsorientierten Umgang mit diesem wichtigen historischen und politischen Medium zu fördern. Dafür kann auf je unterschiedliche Aspekte fokussiert werden (RednerIn, Publikum, Kontext, Sprache, Inhalt etc.), die – ähnlich eines Gruppenpuzzles – von unterschiedlichen SchülerInnengruppen bearbeitet werden können. Politische Reden werden so von verschiedenen Seiten beleuchtet, was besonders bei der Einbindung von Video- und Audiomaterial äußerst gewinnbringend sein kann (zum Beispiel über die Analyse des Auftretens, der Stimme, Kleidung oder Gestik der Vortragenden). ¹⁷ Die Arbeitsaufträge sind dabei innerhalb der jeweiligen Schwerpunkte in ihren kognitiven Anforderungen aufsteigend organisiert und verlangen darüber hinaus verschiedene Schwierigkeitsstufen bzw. unterschiedliche Voraussetzungen (z.B. die Kenntnis rhetorischer Merkmale) und bieten so auch Möglichkeiten zur Differenzierung.
Vertiefend analysieren	

Allgemeine Arbeitsaufträge zur Redeanalyse

1. *Lest die Rede genau durch und arbeitet die wesentlichen Kernaussagen heraus. Für wen/was und gegen wen/was wird argumentiert?*
2. *Gliedert die Rede in mehrere Abschnitte und entwerft jeweils eine Abschnittsüberschrift.*
3. *Erläutert, an welchen Stellen ihr dem Redner bzw. der Rednerin zustimmen würdet und an welchen nicht.*

Vertiefende Arbeitsaufträge mit dem Fokus „RednerIn und Kontext“

1. *Beschreibt, was ihr über den/die Vortragende/n wisst. Wie heißt er/sie? Welche politische Position haben sie inne?*
2. *Benennt Zeitpunkt und Anlass der Rede. Warum wurde die Rede gehalten?*
3. *Untersucht, welche Absichten der/die Vortragende verfolgen könnte. Folgende Begriffe können euch dabei helfen: „etwas rechtfertigen“, „Unerwünschtes tadeln“, „Erwünschtes Loben“, „Ängste“, „Hoffnungen“, „Wünsche wecken“, „Zusammengehörigkeit herstellen“, „Sieg über XY feiern“.¹⁸*

Belegt eure Entscheidungen mit entsprechenden Textstellen!

Vertiefende Arbeitsaufträge mit dem Fokus: „Inhalt“

1. *Benennt wesentliche Schlüsselbegriffe oder Schlagwörter, die in der Rede häufig verwendet werden. Für wen/was und gegen wen/was wird argumentiert?*
2. *Begründet anhand von Textstellen, ob die Rede eher einseitig oder ausgeglichen formuliert ist. Welches Bild wird von der Gegenwart gezeichnet? Bei welchen Aussagen würden politische GegnerInnen protestieren? Belegt eure Entscheidungen mit entsprechenden Textstellen!*

3. *Beurteilt, ob die Rede eher Tatsachen oder Meinungen wiedergibt. Kennt ihr andere Sichtweisen zu den dargelegten Inhalten? Belegt eure Argumente mit Textstellen!*

Vertiefende Arbeitsaufträge mit dem Fokus „Publikum und Sprache“

1. *Benennt Wörter und Formulierungen, die besonders häufig vorkommen und belegt eure Entscheidungen mit Textstellen. Fallen euch vielleicht sprachliche und rhetorische Merkmale auf, die ihr im Deutschunterricht bereits kennengelernt habt (z.B. Wiederholungen, Metaphern, Alliterationen, Vergleiche etc.)?*
2. *Erläutert, inwiefern über Sprache eine Verbindung zwischen den RednerInnen und den ZuhörerInnen hergestellt wird. Werden diese direkt angesprochen („Ihr“)? Wird eine Zusammengehörigkeit hergestellt („Wir“)? Werden dadurch bestimmte Personen/Gruppen implizit oder explizit ausgegrenzt?*

**Merkmale von
Populismus
erkennen**

Schritt 2: Einführung in Formen eines populistischen Politikstils und Bewertung der Ergebnisse

Damit SchülerInnen im nächsten Schritt beurteilen können, ob und an welchen Stellen die Rede Trumps populistische Ansätze enthält, müssen die herausgearbeiteten Ergebnisse der Redeanalyse entsprechenden Merkmalen zugeordnet werden. Da Populismus für SchülerInnen der 8. Schulstufe zwar ein Begriff, jedoch nicht in seiner konkreten Bedeutung bekannt sein dürfte, wird das hierfür benötigte Arbeitswissen als Arbeitsblatt mit zur Verfügung gestellt (M₂).¹⁹ Gleichzeitig wird mit dem „Populismeter“ eine Visualisierung drei verschiedener Populismus-Stufen – „ansatzweise“ (hellgrau), „übertrieben“ (grau) und „gefährlich“ (dunkelgrau) – eingeführt, die SchülerInnen eine Zuordnung erleichtern soll. Diese Skala wurde gewählt, um zu verdeutlichen, dass populistische Elemente zwar durchaus zum Repertoire demokratischer Aushandlungsprozesse gehören können, im Sinn einer aufgeklärten und sachlichen Auseinandersetzung mit Politik jedoch immer „im Blick behalten“ werden sollen, um so die undifferenzierte Vorstellung eines „guten Populismus“ zu vermeiden. Für die Zuordnung fünf populistischer Ausdrucksformen werden zusätzlich Differenzierungsmaßnahmen in Form von Tippkarten zur Verfügung gestellt (M₃), die SchülerInnen sowohl Formulierungshilfen, als auch Hilfen bei der Lokalisierung geeigneter Textstellen bieten sollen. Die Tippkarten können einzeln – auch in mehrfacher Ausführung – am Lehrkräftepult oder einem anderen zentralen Ort im Klassenraum positioniert werden, sodass SchülerInnen sich dieser frei bedienen können, wenn sie nicht weiterkommen.

„Populismeter“

Arbeitsaufträge zur Offenlegung populistischer Stilmittel (M₃)

1. *Benennt, welche Aspekte es gibt, die auf einen populistischen Politikstil hinweisen können. Lest euch dazu das Arbeitsblatt M₂ genau durch.*
2. *Ordnet die fünf verschiedenen Ansätze populistischer Politik den Ergebnissen eurer Redeanalyse zu. Welche werden in der Rede verwendet? Welche nicht? Beschreibt dafür in ganzen Sätzen, an welchen Stellen (Zeilenangabe!) ihr Ansätze für einen bestimmten populistischen Stil erkennt. Ihr könnt hierfür auch auf Tippkarten zurückgreifen, die euch beim Finden entsprechender Textstellen oder der Formulierung helfen können.*
3. *Bewertet, ob ihr die Rede insgesamt als populistisch bezeichnen würdet oder nicht. Begründet eure Antwort!*

Bezogen auf das Beispiel M₁ wird deutlich, dass die Rede Trumps sämtliche Ausprägungen von Populismus beinhaltet (z.B. Kontrastierung des amerikanischen Volkes sowohl gegenüber „Washington“, als auch dem „Ausland“; starke Vereinfachungen (amerikanisch kaufen und einstellen); eine drastische bildhafte und symbolische Sprache („verrostete Fabriken“, die „wie Grabsteine“ im Land liegen; ein Bildungssystem, das Wissen raubt; ein „Massaker Amerikas“). Hierbei kann SchülerInnen unter

Rückbesinnung auf die im ersten Schritt vorgenommene Beurteilung der Rede bereits die eigene „Anfälligkeit“ für bestimmte populistische Aussagen bewusst werden, und damit eine wichtige Voraussetzung für die im dritten Schritt folgende Reflexion geschaffen werden.

Schritt 3: Reflexion und Bewertung eines populistischen Stils

Um zu einer reflektierten und differenzierten Sicht auf den Einsatz populistischer Stilmittel zu gelangen, sollte nach der analytischen Erschließung und kategorialen Bewertung der Rede die abschließende Reflexion und Diskussion der Ergebnisse und damit ihre Interpretation vor dem Hintergrund der eigenen Lebenswelt erfolgen. Auf diese Weise sollen SchülerInnen nicht nur lernen, welche Aspekte einen populistischen Politikstil ausmachen, sondern auch zu der weiterführenden Einsicht gelangen, inwiefern ein populistischer Politikstil Menschen beeinflussen kann und was das für ihre eigene politische Meinungsbildung bedeutet. Folgende Fragen können dabei im Mittelpunkt stehen: Gibt es auch im eigenen Land PolitikerInnen, die einen „gefährlichen“ populistischen Politikstil verfolgen? Was haben PolitikerInnen davon, wenn sie sich eines populistischen Politikstils bedienen? Lasse auch ich mich durch einen populistischen Politikstil beeinflussen?

**Vertiefung durch
Diskussion und
Recherche**

Zur Vertiefung dieser Fragen sind verschiedene Formen von Diskussionsrunden ebenso geeignet, wie weiterführende Aufgaben im Sinne eigenständiger Recherchen verschiedener politischer Manifestationen (z.B. Wahlplakate oder Wahlwerbespot) und deren Überprüfung hinsichtlich vorhandener populistischer Merkmale anhand des „Populismeters“. Dabei kann es lohnenswert sein, sich nicht zu sehr auf offensichtlich populistische PolitikerInnen und/oder Parteien zu fokussieren, sondern vielmehr das gesamte Parteienspektrum zu berücksichtigen. Hierdurch wird deutlich, dass gerade auch viele gemäßigte PolitikerInnen „der Mitte“ in bestimmten Situationen auf populistische Stilmittel zurückgreifen, um die potenzielle WählerInnenschaft von einer gemeinsamen Idee zu überzeugen.

**Präsentation in
der Klasse**

Die Ergebnisse können dann der Klasse vorgestellt werden, wobei immer auch die mögliche Beeinflussung der eigenen politischen Meinungsbildung reflektiert und diskutiert werden sollte. Die selbstständige und gezielte Recherche politischer Manifestationen kann dabei eine methodische Herausforderung für die SchülerInnen darstellen, die von der Lehrkraft über methodische Hinweise sowie Tipps für geeignete Manifestationen und Internetseiten (offizielle Partei- oder PolitikerInnenhomepages, offizielle YouTube-Kanäle) begleitet werden sollte.

**Kritische
Berurteilung
ermöglichen**

Die dadurch angestoßene Reflexion über Populismus – auch in digitalen Medien – soll dazu beitragen, SchülerInnen für die besonderen Eigenarten politischer Manifestationen zu sensibilisieren, um sie im Sinne einer kritischen Urteilskompetenz bei der „selbstständigen, begründeten und möglichst sach- und/oder wertorientierten Beurteilung politischer Entscheidungen, Probleme und Kontroversen“²⁰ zu unterstützen.

**Flexible Einsatz-
möglichkeiten**

Anmerkungen zur Anpassung des Konzepts

Gerade bei einem komplexen Thema wie Populismus kommt es an vielen Stellen sehr stark auf die Lernvoraussetzungen der SchülerInnen an, die bereits innerhalb einer Schulform und eines Klassenverbandes erheblich schwanken können. Daher ist an vielen Stellen des vorgestellten Unterrichtskonzepts bewusst auf konkretere Beschreibungen zugunsten offener und damit flexiblerer Vorschläge zum Unterrichtsaufbau verzichtet worden. Im Kern steht dabei immer die differenzierte Arbeit mit verschiedenen Merkmalen populistischer Politik, die über das „Populismeter“ didaktisch aufbereitet wurden und dadurch auf verschiedene politische Manifestationen

„angewendet“ werden können. Diesem Kernziel eines reflektierten Umgangs mit populistischen Ansätzen in der politischen Kommunikation können die anderen vorgestellten Schritte je nach Situation angepasst werden. Das betrifft nicht nur Anzahl und Art der einbezogenen politischen Manifestationen, sondern auch den Detailgrad der (Vor-)Analyse. Auch wenn die konkreten methodischen Umsetzungen auch beim dritten Schritt flexibel gestaltbar sind, sollte hier in jedem Fall auf die (Selbst-) Reflexion des Phänomens Populismus vor dem Hintergrund des eigenen politischen Meinungsbildungsprozesses geachtet werden, um die langfristige Anbahnung politischer Urteils- und Handlungskompetenzen von SchülerInnen und damit ihre Entwicklung zu aufgeklärten und reflektierten StaatsbürgerInnen bestmöglich zu unterstützen.

**Kernziel (Selbst-)
Reflexion**

- 1 Vgl. Follmann, Stefan: Was ist Populismus? Auseinandersetzung mit einem umstrittenen Begriff, in: Praxis Politik 1, 2018, S. 13–18. Hier: S. 13.
- 2 Vgl. Vehrkamp, Robert/Wratil, Christopher: Die Stunde der Populisten? Populistische Einstellungen bei Wählern und Nichtwählern vor der Bundestagswahl 2017, Bertelsmann Stiftung (Hrsg.), o.O. 2017, S. 8. Priester, Karin: Das Syndrom des Populismus, in: Dossier Rechtpopulismus, Bundeszentrale für Politische Bildung (Hrsg.), Bonn 2017, S. 7–12. Hier: S. 8.
- 3 Vgl. auch Follmann, Was ist Populismus, S. 13.
- 4 Vgl. auch Mudde, Cas/Rovita Kaltwasser, Cristóbal: Populism. A Very Short Introduction. New York 2017, S. 87.
- 5 Müller, Henrik: Kanzlerkandidat Schulz. Demokratie braucht Populismus, in: Spiegel Online vom 26. Februar 2017, <http://www.spiegel.de/wirtschaft/soziales/martin-schulz-demokratie-braucht-populismus-kolumne-a-1136314.html>, 22.04.2018
- 6 Jörke, Dirk/Selk, Veith: Theorien des Populismus. Zur Einführung. Hamburg 2017, 80f., zit. ebd.
- 7 Müller, Henrik: Kanzlerkandidat Schulz. Demokratie braucht Populismus in: Spiegel Online vom 26. Februar 2017, <http://www.spiegel.de/wirtschaft/soziales/martin-schulz-demokratie-braucht-populismus-kolumne-a-1136314.html>, 22.04.2018
- 8 Vgl. Müller, 2017.
- 9 Vgl. Müller, 2017.
- 10 Vgl. Müller, 2017.
- 11 Gadamer, Hans-Georg: Hermeneutik I. Wahrheit und Methode. Grundzüge einer philosophischen Hermeneutik, Tübingen 2010, S. 342.
- 12 Lange, Dirk/Greco, Sara Alfia: „Politische Bildung ... weil Kritikfähigkeit gelernt werden muss“, in: Reinhardt (Hrsg.): Wirksamer Politikunterricht. Baltmannsweiler 2018, S. 117–127. Hier: S. 118.
- 13 Vgl. Steiner-Hämmerle, Kathrin: Populismus und Politische Bildung, in: Diendorfer, G./Sander, G./Turek, E. (Hrsg.): Populismus – Gleichheit – Differenz. Herausforderungen für die Politische Bildung. Schwalbach/Ts. 2017, S. 29–39. Hier: S. 37f.
- 14 Vgl. Kühberger, Christoph: Lernen mit Konzepten – Basiskonzepte in politischen und historischen Lernprozessen, in: Forum Politische Bildung (Hrsg.): Informationen zur Politischen Bildung Nr. 38, S. 20–29. Hier: 26f.
- 15 Für grundlegende methodische Ansätze zum Umgang mit Reden im Geschichts- und Politikunterricht, vgl. Bramann, Ch. / Kühberger, Ch.: Populismus begegnen – Warum man Konzepte des historischen und politischen Lernens ernst nehmen sollte, in: „Wahres Volk“ vs. „korrupte Elite“? Herausforderung Populismus – multidisziplinäre Zugänge für die Politische Bildung (Tagungsband in Vorbereitung, 2019).
- 16 Vgl. auch das jüngst erschienene Unterrichtsbeispiel von Beckmann-Schulz, Petra: Beispiel Donald Trump. Die USA – das „richtige“ politische System für Populisten? In: Praxis Politik 1 (2018), S. 26–31.
- 17 Weitere Vorschläge für mögliche Kategorien finden sich bei Tischner, Christian: Historische Reden im Geschichtsunterricht. Schwalbach/Ts. 2008, insbesondere S. 57–60; sowie Felder, Ekkehard (Hrsg.): Themenheft „Sprache und Politik“, Politik und Unterricht, Zeitschrift zur Gestaltung des politischen Unterrichts, 1/98, Villingen-Schwenningen, S. 14.
- 18 Vgl. zu dieser Art der Erschließung auch Sauer, Michael (Hrsg.): Geschichte und Geschehen 3, Ausgabe Hessen. Stuttgart/Leipzig 2014, S. 165.
- 19 Für andere Möglichkeiten der Annäherungen an Populismus über vorhandene Präkonzepte von SchülerInnen vgl. die anregenden Ausführungen von Follmann, Stefan: Populismus bedeutet ... Erfassung von Schülerpräkonzepten, in: Praxis Politik 1, 2018, S. 32–35; vgl. allgemeiner auch Hellmuth, Thomas/Kühberger, Christoph: Historisches und politisches Lernen mit Konzepten, in: Historische Sozialkunde 1, 2016, S. 3–8.
- 20 Vgl. Kühberger, Christoph: Kompetenzorientiertes historisches und politisches Lernen. Methodische und didaktische Annäherungen für Geschichte, Sozialkunde und Politische Bildung. Innsbruck/Wien/Bozen 2015, S. 129.

M₁ ANTRITTSREDE VON US-PRÄSIDENT DONALD J. TRUMP

– Ausschnitt –

Gehalten am Freitag, den 20. Januar 2017, auf der National Mall in Washington, D.C.

- 1 [...] Wir, die Bürger Amerikas, sind nun in einer großen nationalen Anstrengung geeint, unser Land wieder aufzubauen und seine Hoffnung für unser ganzes Volk wiederherzustellen. [...] Denn heute übergeben wir die Macht nicht nur von einer Regierung an die andere oder von einer Partei an die andere, sondern wir nehmen die Macht von
5 Washington D.C. und geben sie zurück an euch – das Volk!

- Zu lange hat eine kleine Gruppe in der Hauptstadt unseres Landes von der Regierung profitiert, und das Volk hat die Kosten getragen. Washington blühte, aber das Volk hat nichts von dem Reichtum gehabt. [...] Das Establishment schützte sich selbst, aber nicht die Bürger unseres Landes. Ihre Siege waren nicht eure Siege, ihre Triumphe waren
10 nicht eure Triumphe. Und während sie in der Hauptstadt unseres Landes feierten, gab es für Familien am Existenzminimum in unserem ganzen Land wenig zu feiern. [...]

- Der 20. Januar 2017 wird als der Tag in der Erinnerung bleiben, an dem das Volk wieder zum Herrscher dieser Nation wurde. [...] Im Zentrum dieser Bewegung steht die entscheidende Überzeugung, dass die Nation da ist, um ihren Bürgern zu dienen. Doch
15 für zu viele unserer Bürger gibt es eine andere Realität: Mütter und Kinder, die in unseren innerstädtischen Problemvierteln in Armut gefangen sind; verrostete Fabriken, die wie Grabsteine über die Landschaft unserer Nation verstreut liegen; ein Bildungssystem, das genug Geld hat, das aber unsere jungen und schönen Schüler jeglichen Wissens beraubt; und das Verbrechen und die Banden und die Drogen, die zu viele Leben
20 gestohlen und unserem Land so viel unerfülltes Potenzial genommen haben. Dieses Massaker Amerikas endet hier und jetzt. [...]

- Viele Jahrzehnte lang haben wir ausländische Industrien auf Kosten der amerikanischen Industrie reicher gemacht; [...]. Wir haben die Grenzen anderer Länder verteidigt, aber uns geweigert, unsere eigene zu verteidigen. Wir haben Milliarden und Abermilliarden
25 von Dollar im Ausland ausgegeben, während die amerikanische Infrastruktur zerfallen ist. [...] Aber das ist Vergangenheit. Jetzt blicken wir nur in die Zukunft. [...] Vom heutigen Tag an wird es nur noch Amerika zuerst heißen, Amerika zuerst. [...] Wir werden zwei einfachen Regeln folgen – amerikanische Waren kaufen und Amerikaner einstellen. [...]

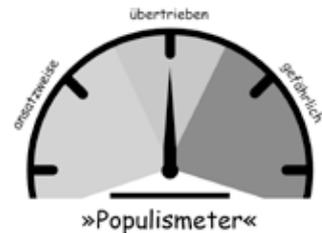
- 30 Gemeinsam werden wir Amerika wieder stark machen! Wir werden Amerika wieder wohlhabend machen! Wir werden Amerika wieder stolz machen! Wir werden Amerika wieder sicher machen! Und ja – gemeinsam werden wir Amerika wieder großartig machen! [...]

Textquelle: <http://www.zeit.de/politik/ausland/2017-01/rede-amsantritt-donald-trump-inauguration-komplett/komplettansicht>, 10.04.2017, leichte Modifikationen, eigene Kürzungen; Videoquelle: https://www.youtube.com/watch?time_continue=1673&v=4GNWldTc8VU (Min. 28:30 bis Min. 45:20), 10.04.2017

M₂ POPULISTISCHE POLITIK – WAS IST DAS ÜBERHAUPT?

Das Wort „**Populismus**“ ist in letzter Zeit in aller Munde. Häufig wird das Wort dabei als eine Art Schimpfwort verwendet: „XY ist ein Populist!“ Doch was bedeutet Populismus überhaupt?

Populismus kommt aus dem Lateinischen **populus = das „Volk“**. Dabei gibt es sehr unterschiedliche Auffassungen darüber, wer zu einem Volk dazu gehört und wer nicht. Eine auf das Volk ausgerichtete Politik kann sich auf verschiedene Weisen zeigen.



Wenn PolitikerInnen z.B. versuchen, ihre WählerInnen zu überzeugen, indem sie komplizierte Dinge sehr einfach darstellen oder wenn sie sich besonders „volksnah“ verhalten (z.B. Trachten tragen), lässt sich das als populistischer Stil bezeichnen. Ein solcher **ansatzweiser populistischer Stil** kann manchmal helfen, Politik verständlicher zu machen.

Manche PolitikerInnen versuchen aber auch, die Gegenwart und Zukunft besonders schlecht darzustellen und bestimmten Gruppen die alleinige Schuld daran zu geben. Sie sagen, dass alles bisherige schlecht war, und dass nur sie allein alles besser machen können. Ein solcher gefährlicher populistischer Stil kann dazu führen, andere Menschen auszugrenzen, zu verfolgen oder ihnen sogar Gewalt anzutun.

Daher ist es wichtig, dass du zwischen verschiedenen Ausprägungen von Populismus unterscheiden kannst, die in den unteren Kästen beschrieben werden. Das „Populismeter“ kann dir dabei helfen, indem es dir zeigt, ob es sich um „ansatzweisen“, „übertriebenen“ oder sogar „gefährlichen“ populistischen Politikstil handelt.

Vereinfachung

Komplizierte Dinge (z.B.: die Wirtschaft oder das politische Verhältnis zu anderen Ländern) werden sehr vereinfacht dargestellt. Für schwierige Sachverhalte werden einfache Lösungen geboten (z.B. weniger Steuern = mehr Reichtum/mehr Polizei = größere Sicherheit).



Identifikation

Ein gemeinsames „Wir-Gefühl“ wird erzeugt, das Menschen mit bestimmten Interessen oder Eigenschaften miteinander verbinden soll (z.B. ÖsterreicherInnen oder SalzburgerInnen). Dazu werden z.B. die gemeinsame Geschichte, oder gemeinsame Ziele besonders betont.



Ignoranz

Die langfristigen Folgen der eigenen Politik werden dem Volk bewusst verschwiegen (z.B. hohe Kosten). Manche verbreiten sogar absichtlich Unwahrheiten („Fake News“).



Schwarzmalerei

Gegenwärtige Zustände oder Entwicklungen werden als übertrieben schlecht dargestellt (z.B. „PolitikerInnen machen alles nur für sich“/„unser Land liegt in Trümmern“). Häufig wird auch Angst vor der Zukunft gemacht („andere nehmen uns die Arbeit weg/bedrohen unseren Wohlstand“).



Feindbilder

Eine oder mehrere Gruppen („die anderen“) werden für vermeintlich schlechte Zustände oder Entwicklungen verantwortlich gemacht. Feindbilder sind häufig die regierenden Parteien („PolitikerInnen“), andere Eliten (z.B. Reiche) oder Minderheiten (z.B. AusländerInnen)



M₃ TIPPKARTEN ZU POPULISTISCHEN ASPEKTEN IN REDEN

TIPP Formulierung (Vereinfachung)

Eine Vereinfachung von politischen Inhalten zeigt sich in der Rede zum Beispiel in Zeile _____. Dort wird ausgeführt, dass _____. Andere Beispiele finden sich in Zeile _____, wo steht, _____.

TIPP Textstellen finden (Vereinfachung)

Achte besonders auf Textstellen, bei denen alles sehr einfach und schlüssig klingt und überlege dann, ob damit eigentlich komplizierte Dinge gemeint sind. Vielleicht werden auch sehr einfache Lösungen für zuvor angeführte Probleme angeboten.

TIPP Formulierung (Identifikation)

Die Rede erzeugt ein gemeinsames „Wir-Gefühl“ indem in den Zeilen _____ gesagt wird _____. Dafür sollen alle Mitglieder dieser Gruppe sich über _____ identifizieren.

TIPP Textstellen finden (Identifikation)

Achte auf Formulierungen und Sätze die häufig die Wörter „Wir“ oder „unser“ enthalten. Sagt der Redner/ die Rednerin auch, wer nicht dazu gehört?

TIPP Formulierung (Ignoranz)

In den Zeilen _____ wird gesagt, dass _____ ganz wichtig ist für die Zukunft. Dabei wird nicht erwähnt, dass ein solches Vorhaben auch andere Probleme mit sich bringen kann, wie z.B. _____.

TIPP Textstellen finden (Ignoranz)

Achte auf Stellen, an denen Dinge gesagt werden, die dir nicht ganz richtig vorkommen. Wo verschweigt der Redner/ die Rednerin vielleicht wichtige Folgen seiner/ ihrer Forderungen?

TIPP Formulierung (Schwarzmalerei)

In den Zeilen _____ wird ein sehr negatives Bild über den Zustand von _____ gezeichnet. Das zeigt sich durch Formulierungen, wie _____ oder _____.

TIPP Textstellen finden (Schwarzmalerei)

Achte darauf, ob die Gegenwart oder Zukunft als sehr schlecht oder sogar gefährlich dargestellt wird. Häufig wird für solche Übertreibungen auch eine bunte Bildsprache verwendet (z.B. Metaphern).

TIPP Formulierung (Feindbilder)

In den Zeilen _____ werden Feindbilder geschaffen, indem _____ als besonders schlecht oder gefährlich für das Volk dargestellt werden. Außerdem wird _____ die Schuld an vielen Problemen gegeben. Das zeigt sich in den Zeilen _____.

TIPP Textstellen finden (Feindbilder)

Achte auf Stellen, an denen andere Menschen oder Gruppen als sehr schlecht oder gefährlich dargestellt werden. Häufig wird diesen Menschen auch die alleinige Schuld für zuvor beschriebene Probleme gegeben.

Stefan Schmid-Heher

„Verschwörung Flache Erde“

Harmlose Spinnerei oder Gefahr für die Demokratie?

Zielgruppe/Alter	Sekundarstufe I, ab der 8. Schulstufe
Lehrplanbezug	Modul 9 (Politische Bildung): Medien und politische Kommunikation
Thematische Konkretisierung	<ul style="list-style-type: none">▶ Öffentlichkeit als zentralen Ort der politischen Kommunikation analysieren, die Vor- und Nachteile der Mediendemokratie erörtern, die mediale Umsetzung von politischen Ideen und Informationen analysieren;
Didaktische Prinzipien	<ul style="list-style-type: none">▶ Die Bedeutung der digitalen Medien in der politischen Kommunikation erläutern und bewerten;▶ Mediale, im Zusammenhang mit politischer Kommunikation stehende Produkte analysieren.
Kompetenzen	Politische Urteilskompetenz, Politische Sachkompetenz, Politikbezogene Methodenkompetenz
Kompetenzkonkretisierungen	<ul style="list-style-type: none">▶ Arbeiten mit politischen Manifestationen (Nachvollzug der Erhebung und Analyse von Daten);▶ Arbeiten mit politischen Medien (Analyse von medial vermittelten Informationen)
Dauer	4 bis 5 Unterrichtseinheiten

Annäherung an das Thema

„Verschwörungstheorien“ gewinnen durch ihre Verbreitung in Sozialen Medien immer mehr an Bedeutung. Vor dem Siegeszug des Internets war die ernstgemeinte Auseinandersetzung mit solchen „Theorien“ ohnehin nur einem kleinen Kreis vorbehalten. Grundsätzlich können „Verschwörungstheorien“ auch harmlose Spinnereien sein, die Spannung und Spaß versprechen. Die in den 1990er-Jahren beliebte Fernsehserie Akte X – Die unheimlichen Fälle des FBI ist ein Beispiel dafür.

Verbreitung durch das Internet	
Verschwörungstheorien und antidemokratische Tendenzen	Aus Sicht einer der Demokratie verpflichteten Politischen Bildung werden „Verschwörungstheorien“ dann problematisch, wenn sie als politische Manifestationen in Erscheinung treten. Das ist der Fall, wenn auf der Grundlage von „Verschwörungstheorien“ politisch geurteilt und gehandelt wird. Damit ist immer eine antidemokratische Tendenz verbunden: „Verschwörungstheorien“ funktionieren nicht ohne Sündenböcke und gruppenbezogenen Hass. Verbreitete Probleme wie politische Orientierungslosigkeit, Krisen und Leiden unter unverstandenen Verhältnissen sind wesentliche Herausforderungen für die Politische Bildung, aber zugleich ein Nährboden für „Verschwörungstheorien“. Diese bieten stets einfache Antworten mithilfe von klaren Feindbildern. Daher spielen sie auch in aktuellen politischen Diskursen eine wichtige Rolle und bieten ein trügerisches Gefühl von Sicherheit. Auch die auf den ersten Blick bloß lächerlich anmutende Vorstellung einer „Flachen Erde“ geht in Sozialen Medien sehr häufig Hand in Hand mit antidemokratischen Ideologien wie Antisemitismus, Rassismus und Rechtsextremismus.

Didaktische Probleme und Potenziale im Zusammenhang mit „Verschwörungstheorien“

**Rechte
Diskurse und
Sündenböcke**

Die Wirkung von „Verschwörungstheorien“ geht – nicht zuletzt aufgrund ihrer Verbreitung in Sozialen Medien – deutlich über den Kreis der eingefleischten AnhängerInnen hinaus. Erstens geschieht das über Brücken zu rechtspopulistischen Diskursen. Die Vorstellung von einem homogenen „Volk“, das von einer „korrupten Elite“ unterdrückt wird, ist jeweils grundlegend. Dazu gehören stets simple Antworten, mit denen politische Interessenkonflikte durch die Instrumentalisierung von Feindbildern verschleiert werden. Zweitens bedingt schon allein das Ausmaß der Verbreitung von „Verschwörungstheorien“ in Sozialen Medien in Kombination mit fehlender Medienkompetenz eine nicht zu unterschätzende Akzeptanz. Es ist davon auszugehen, dass beispielsweise die Vorstellung von 9/11 als von der US-amerikanischen Regierung selbst verübtes Verbrechen von vielen Jugendlichen (und auch Erwachsenen) selbstverständlich geteilt oder zumindest für durchaus plausibel gehalten wird.

**Spannungsfeld
Medienkritik
und Fake News-
Vorwurf**

Falschmeldungen und „Verschwörungstheorien“ im Netz sind vor diesem Hintergrund in einem engen Zusammenhang zu sehen. Ironischerweise können wichtige Appelle an eine kritische Haltung gegenüber Medien und Politik aber ein generelles Misstrauen in „das System“ und „Systemmedien“ legitimieren. Zwielfichtige PosterInnen und BloggerInnen, die ein antidemokratisches Welt- und Menschenbild verbreiten, füllen diese Lücke. Die Auseinandersetzung mit Verschwörungstheorien im Unterricht kann deutlich machen, dass Medienkompetenz in einer Demokratie nicht nur Fähigkeiten wie Quellenkritik voraussetzt, sondern darüber hinaus ein demokratisches Welt- und Menschenbild braucht. Schließlich ist es unmöglich, jede einzelne Information im Netz gleichermaßen kritisch zu überprüfen. Umso mehr Bedeutung kommt also einer grundlegenden Einordnung zu. Die Grenze zwischen einer notwendigen kritischen Haltung gegenüber Medienberichten und obskuren „Verschwörungstheorien“ liegt dort, wo Daten und Fakten so zurechtgerückt werden, dass sie in das Puzzle der „Verschwörung“ passen.

**Beispiel „Flat
Earth Theorie“**

Für das grundlegende Ziel politischer Mündigkeit erscheint es als problematisch, die „Verschwörungstheorien“ selbst zum Ausgangspunkt der Auseinandersetzung zu machen, weil sie sich per se jeder rationalen Auseinandersetzung entziehen.¹ Im vorliegenden Beispiel wird diesem Problem durch die Auseinandersetzung mit einem authentischen Fall entgegnet.

Es ist nicht Ziel dieses Unterrichtsbeispiels, zu beweisen, dass die Erde keine Scheibe ist. Das würde weder den Eigenheiten von „Verschwörungstheorien“ noch ihrer Bedeutung in der medialen Kommunikation gerecht werden. Eine vorausgehende Auseinandersetzung der Lehrkraft mit den Eckpfeilern der „Flat Earth Theorie“ sowie gegebenenfalls mit damit zusammenhängenden Grundlagen der Physik ist dennoch empfehlenswert. Für die Auswahl der „Flat Earth Theorie“² waren folgende Überlegungen ausschlaggebend: Im Gegensatz zur Vorstellung, dass die Welt von „Reptiloiden“ oder der Familie Rothschild beherrscht wird, lässt sich die „Flache Erde“ sehr wohl leicht nachvollziehbar widerlegen (allerdings nicht aus der Sicht überzeugter AnhängerInnen). Die „Flat Earth Theorie“ ist uralte, aber boomt seit ca. zwei bis drei Jahren und wird über den Kreis der VerschwörungstheoretikerInnen hinaus thematisiert. Grundlegende Elemente von Verschwörungsideologien lassen sich gut veranschaulichen. Im Gegensatz zu bspw. 9/11-Verschwörungstheorien ist die dafür hilfreiche Distanz der Lernenden wesentlich wahrscheinlicher.

Methodisch-didaktische Hinweise

Entscheidend für die Konzeption des Beispiels ist ein konkreter Fall, über den nicht nur im Standard, sondern in nahezu allen österreichischen und zahlreichen internatio-

nen Tageszeitungen berichtet wurde. Die Fallanalyse (M₁) ist nicht nur Ausgangspunkt, sondern auch Motor der Auseinandersetzung. Dabei steht der exemplarische Charakter im Mittelpunkt. Wesentlich ist, dass die einzelnen Schritte der Fallanalyse (M₁) jeweils von allen SchülerInnen nachvollzogen werden. Bei der Bildanalyse (M₂) bietet sich hingegen auch ein arbeitsteiliges Vorgehen (ein Meme pro Gruppe) an. Das Arbeitswissen „Flache Erde“ ist eine Voraussetzung für M₂. Die Memes stammen alle vom angegebenen Flickr-Account, weil sie dort als urheberrechtsfrei gekennzeichnet sind. Eine offenere Auseinandersetzung mit „Verschwörungstheorien“ findet erst abschließend (M₃) vor dem Hintergrund des Arbeitswissens „Was sind Verschwörungstheorien?“ statt. Geeignete Sozialformen und Arbeitstechniken für M₃ sind von der Lehrkraft zu bestimmen.

M₁ FALLANALYSE EINES ZEITUNGSARTIKELS

US-Amerikaner wollte in Eigenbau-Rakete Scheibenform der Erde beweisen

61-jähriger Flacherde-Anhänger wollte sich in 600 Meter Höhe schießen, erhielt aber keine Startgenehmigung Los Angeles

Der US-Amerikaner Mike Hughes hat seinen für diesen Samstag geplanten Flug in einer selbst gebauten Rakete auf kommende Woche verschoben. Er habe von der zuständigen US-Behörde keine Genehmigung für den Start auf einem staatlichen Grundstück in der Mojave-Wüste bekommen, zitierte die „Washington Post“ am Freitag (Ortszeit) den 61-Jährigen. Zudem gebe es technische Schwierigkeiten.

Nun will Hughes das Experiment auf einem Privatgelände drei Meilen (knapp fünf Kilometer) entfernt vom ursprünglich geplanten Startpunkt im kalifornischen Amboy an der historischen Überlandstraße Route 66 angehen. [...] Hughes will mit seinem Flug über die Wüste nachweisen, dass die Erde eine Scheibe ist, wie er auf seiner Facebook-Seite schreibt.

[...] Die Rakete hatte Hughes aus Altteilen zusammengebaut, sie soll mit Dampf aus mehr als 260 Liter heißem Wasser angetrieben werden und ihn auf eine Höhe von bis zu 600 Metern steigen lassen. Wie damit bewiesen werden soll, dass die Erde nicht rund ist, ist unklar. Flugzeuge fliegen schließlich tagtäglich mehr als zehntausend Meter hoch, und auch das höchste Gebäude der Welt, der Burj Khalifa, ist mit 830 Metern höher. Und schließlich könnte Hughes einfach auf einen Berg steigen, um die Erde aus einer erhöhten Position betrachten zu können.

Das Gefährt werde rund 500 Meilen pro Stunde (fast 800 Kilometer pro Stunde) schnell, behauptet er. Sein Spendenaufruf hatte ihm zunächst nur etwa 300 Dollar eingebracht. Dann gab er bekannt, er sei zu den Anhängern der Theorie gewechselt, die Erde sei eine Scheibe. Die Spendensumme erhöhte sich auf fast 8000 Dollar.

„Ich glaube nicht an Wissenschaft“, sagt Hughes. „Ich kenne mich mit Aerodynamik und Fluidodynamik aus und wie sich Dinge bewegen, mit der richtigen Größe von Raketendüsen und mit Schub. Aber das ist nicht Wissenschaft, das ist nur eine Formel. Es gibt keinen Unterschied zwischen Wissenschaft und Science-Fiction.“

Die Anhängerschaft der grotesk anmutenden Theorie, die Erde sei flach und werde an ihren Enden von Meereis begrenzt, hat zuletzt in den USA wieder Zulauf bekommen. Unterschiedlichste Gruppen kommen einmal im Jahr bei einer Generalversammlung zusammen, die kürzlich in North Carolina stattgefunden hatte. (red, APA, 23.11.2017)

Quelle: derStandard.at, 25. November 2017, <https://derstandard.at/2000076782444/Flache-Erde-Juenger-flog-mit-seiner-selbstgebastelten-Rakete>, 28.03.2018

Am 25. März 2018 berichtete Der Standard, dass sich Mike Hughes mit seiner selbstgebastelten Rakete 570 Meter hoch in die Luft schoss. Er überstand den Versuch diesmal unverletzt.

- 1. Außenbetrachtung** (aus der Perspektive des Beobachters/der Beobachterin)
- Was ist passiert? (Wer hat was, wo, wann, wie und warum getan und woher stammt die Information?)
 - Welche Fragen stellen sich für dich zu diesem Geschehen?

- 2. Innenbetrachtung** (aus der mutmaßlichen Perspektive der handelnden Personen)
- Versuche, dich in die Lage von Mike Hughes zu versetzen:
 - Warum riskiert er sein Leben und steckt so viel Energie und Geld in Flüge mit selbstgebastelten Raketen?
 - Glaubt er tatsächlich, dass die Erde eine flache Scheibe ist? (Warum ist das wichtig oder unwichtig?)
 - Welche Ziele könnte er verfolgen?
 - Warum berichteten Medien aus der ganzen Welt? Welche Ereignisse sind grundsätzlich Themen von Medienberichterstattung?
Laut Der Standard war „das kuriose Projekt des Amerikaners unter den meistgelesenen Wissenschaftsartikeln“ im Jahr 2017. Warum haben so viele Menschen diesen Artikel angeklickt?
 - Warum könnten andere Menschen Mike Hughes unterstützen bzw. seine Aktion gut finden?

3. Urteilsbildung

Diese beiden Postings sind aus dem Standard-Forum zum Artikel „Flache-Erde-Jünger flog mit seiner selbstgebastelten Rakete“ (25.03.2018) über den geglückten Raketenstart vom März 2018.



- Beurteile die beiden Postings nach den angegebenen Kriterien. Begründe, wie du zu deiner Einschätzung kommst.

Der User/die Userin ...	„masterP“			„Threonin“		
I) hält es für vernünftig, die Form der Erde mit eigenen Augen sehen zu wollen. Nur dann kann man sich sicher sein.	ja	?	nein	ja	?	nein
II) ist selbst überzeugt davon, dass die Erde flach ist.	ja	?	nein	ja	?	nein
III) hält es für problematisch, wenn Leute heutzutage glauben, dass die Erde flach ist.	ja	?	nein	ja	?	nein

- Welche Position hast du zu den Aussagen a), b) und c)? Erkläre, warum du diese Meinung hast und wie du zu dieser Meinung kommst.

4. Was hat das mit mir zu tun?

Mike Huges postete am 19. Jänner 2018 ein Video auf seiner Facebook-Seite.³ Darin erklärte er unter anderem, nie behauptet zu haben, mit diesem Raketenflug Beweise

für die „Flache Erde“ bringen zu können. Es gehe ihm zunächst darum, Aufmerksamkeit zu bekommen, um schließlich rund zwei Millionen Dollar für einen Raketenflug ins Weltall sammeln zu können.

Er glaube an die Erdscheibe, weil er die Theorie nicht widerlegen könne. Deshalb wolle er selbst die Erde aus dem Weltraum sehen, um das „ein für alle Mal“ zu klären. In der Schule lerne man seiner Ansicht nach nur „Bullshit“. Denn die LehrerInnen wissen selbst nichts, sondern erzählen nur, was ihnen in der Schule erzählt wurde.

Diskutiert vor dem Hintergrund von Hughes' Aussagen die folgenden Fragen:

- a. Muss man die Erde vom Weltraum gesehen haben, um zu wissen, dass sie kugelförmig ist?
- b. Was hältst du für glaubwürdig, obwohl du es nicht selbst gesehen hast?
 - Dass Nordkorea eine unmenschliche Diktatur ist.
 - Dass Reptilienwesen die Erde beherrschen.
 - Dass schwimmende „Müllinseln“ im Pazifik 19-mal so groß wie Österreich sind.
 - Dass Handystrahlen gesundheitsschädlich sind.
- c. Wie entscheidest du, was glaubwürdig ist?
- d. Woher wissen LehrerInnen, was sie selbst unterrichten?

ARBEITSWISSEN „FLACHE ERDE“ (ZU M₂)

ARBEITSWISSEN

Die Vorstellung einer flachen Erde ist sehr alt. Es gab sie in verschiedenen frühen Kulturen. Bereits seit der griechischen Antike ist gebildeten Menschen bekannt, dass die Erde kugelförmig ist. Je mehr Menschen Zugang zu Bildung bekamen, desto weniger Bedeutung hatte die Vorstellung einer „Flachen Erde“. Dennoch gab es immer Menschen, die die Erde für eine Scheibe hielten. Oft geht das auch heute noch mit einer Ablehnung der Evolutionstheorie (= Theorie der Entwicklung des Lebens von einfachen zu komplizierten Formen) einher.

Die „Flat Earth Society“ ist eine private Organisation, die für die Vorstellung einer „Flachen Erde“ wirbt. Ihre Entwicklung geht bis in das 19. Jahrhundert zurück. Im Jahr 2001 hatte die „Flat Earth Society“ gerade einmal rund 100 Mitglieder.¹ In den letzten Jahren ist die Aufmerksamkeit für die „Flache Erde“ stark angestiegen. Auf YouTube, Facebook, Twitter und vielen Webseiten bekommt das Thema immer mehr Beachtung. Seit 2016 wurde nach dem Thema weltweit immer öfter auf Google gesucht (davor war das Interesse seit 2004 gleichbleibend niedrig).²

Menschen, die an die „Flache Erde“ glauben, bezeichnen sich oft als „Flat Earther“ oder „Flacherdler“. Sie sind absolut überzeugt davon, dass der Nordpol im Mittelpunkt der Erdscheibe sei. Der Südpol sei eine Mauer aus Eis, die rund um die Erdscheibe verlaufe und das Wasser zurückhalte. Sonne und Mond bewegen sich kreisförmig über die Scheibe. Die Sonne sei sehr nahe und leuchte deshalb immer nur ein begrenztes Gebiet aus. Der wichtigste Beweis für die Flache Erde ist für sie, dass die Erde flach aussieht. Hinter allen naturwissenschaftlichen Erkenntnissen sehen „Flacherdler“ eine „Verschwörung“ von Mächtigen Menschen (oder auch anderen Wesen), die Böses wollen. Die Erdkugel sei die größte Lüge der Welt.

1 <https://www.nytimes.com/2001/03/25/us/charles-johnson-76-proponent-of-flat-earth.html>, 28.03.2018

2 <https://trends.google.at/trends/explore?date=all&q=%2Fm%2F032dv>, 28.03.2018

1 Insofern handelt es sich nicht um Theorien, die ja definitionsgemäß bewiesen oder widerlegt werden können. Aus diesem Grund wird der „Verschwörungstheorien“ in diesem Unterrichtsbeispiel nur in Anführungszeichen verwendet. Aufschlussreicher wäre die Bezeichnung Verschwörungsideologien.

2 Einen Einblick in die „Flat Earth Theorie“ bieten der Blog Der goldene Aluhut, der sich Hilfe und Aufklärung im Umgang mit Verschwörungstheorien zum Ziel gesetzt hat (<http://blog.der-goldenealuhut.de/category/flache-erde/>, 29.03.2018) und die

Webseite Mimikama – Verein zur Aufklärung über Internetmissbrauch (<https://www.mimikama.at/allgemein/flat-earth-theory/>, 29.03.2018.) Weitere Informationen zur Initiative Der goldene Aluhut und Verschwörungstheorien finden sich auf der Webseite der Bundeszentrale für Politische Bildung (<http://www.bpb.de/politik/extremismus/rechtsextremismus/258213/der-goldene-aluhut>, 29.03.2018).

3 <https://www.facebook.com/madmikehughes/videos/1726093560776311/>, 28.03.2018

Analysiert in Gruppen jeweils eines der Bilder anhand der folgenden Fragen:

1. Beschreibe möglichst genau, was auf dem Bild zu sehen/zu lesen ist.
2. Was soll das Bild aussagen? Fasse die Aussage in eigene Worte und erkläre, warum du auf diese Deutung kommst.
3. Was bedeutet diese Aussage für die Diskussion mit jemandem, der von diesem Gedanken überzeugt ist?

M₂ BILDANALYSE



Abb. 1: <https://www.flickr.com/photos/ipressthis/28076861520/in/album-72157668113133003/>, 28.03.2018

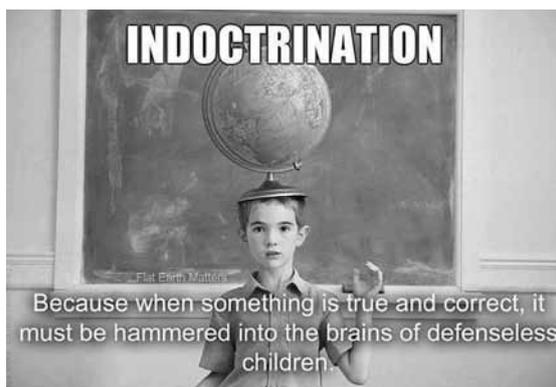


Abb. 2: <https://www.flickr.com/photos/ipressthis/28853279850/in/album-72157668113133003/>, 28.03.2018

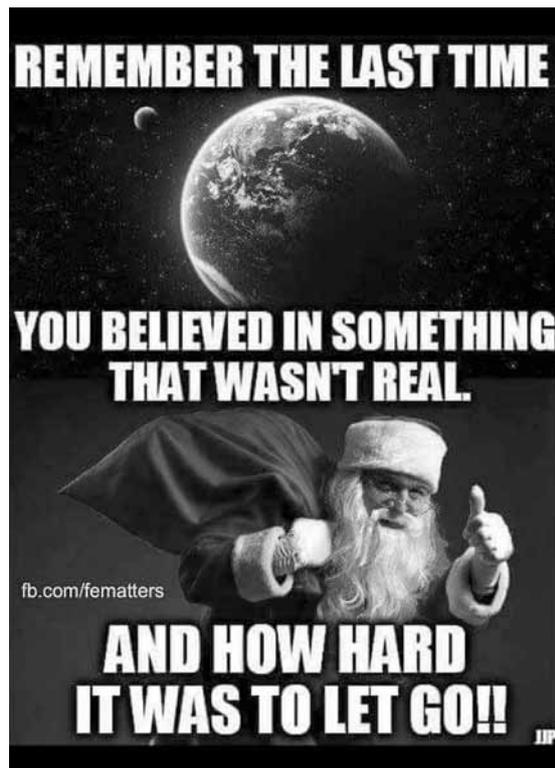


Abb. 3: <https://www.flickr.com/photos/ipressthis/29140649765/>, 28.03.2018

Hier findest du vier Memes (= Gedanken, die meistens als Bild mit Text im Internet weitergegeben werden). Tausende solcher Bilder (und natürlich auch Videos) werden in Sozialen Medien geteilt. Meistens sind sie ernst gemeint.

WAS IST EINE „VERSCHWÖRUNGSTHEORIE“?**ARBEITSWISSEN**

Eine Theorie ist ein Modell, das einen Teil der Wirklichkeit darstellen und erklären kann. Theorien entstehen aus Erfahrungen und Beobachtungen. Jede/r kann z. B. beobachten, dass Sachen auf den Boden fallen. Der britische Naturforscher Isaac Newton beschrieb und berechnete im 17. Jahrhundert erstmals die Gravitation (Schwerkraft). Zuvor hatten andere Naturforscher andere Erklärungen dafür, dass alles auf den Boden fällt. Diese anderen Theorien wurden durch Newton widerlegt. Newtons Berechnungen können überprüft werden und seine Versuche können nachgemacht werden. Deshalb sind sie wissenschaftlich. Albert Einstein hat Newtons Theorie im 20. Jahrhundert erweitert und damit noch mehr Verständnis ermöglicht. Auch nützliche und richtige Theorien können also weiterentwickelt und grundsätzlich auch widerlegt werden.

Eine Verschwörung ist ein geheimer Plan einer kleinen Gruppe. Es können sich zum Beispiel einige Menschen in einer Partei, in einem Unternehmen oder in einem Sportverein gemeinsam überlegen, wie sie zu mehr Einfluss kommen. Verschwörungen gibt es überall, wo Menschen zusammenleben und manche ihre Macht auf Kosten anderer vergrößern wollen. Verschwörungen können aufgedeckt werden oder geheim bleiben.

Der Begriff „Verschwörungstheorien“ ist missverständlich. Er meint nämlich nicht einfach Theorien über Verschwörungen. „Verschwörungstheorien“ sagen, dass eine bestimmte Gruppe von Menschen alle wichtigen Entscheidungen der Welt steuert. Daher sei die Welt nur so zu verstehen. Einfache Theorien über bestimmte Erfahrungen und Beobachtungen können wissenschaftlich bewiesen oder widerlegt werden. „Verschwörungstheorien“ haben an sich, dass sie nicht bewiesen werden können. Sonst wäre „die Verschwörung“ ja aufgedeckt und eben keine Verschwörung mehr. Deshalb sind „Verschwörungstheorien“ eigentlich keine Theorien. Und nicht jede unbewiesene Theorie über Macht und Einfluss ist eine „Verschwörungstheorie“.

„Verschwörungstheorien“ ...

1. teilen die Menschheit in eine „gute“ Gruppe, die angeblich „die Wahrheit“ kennt und eine Gruppe, die entweder dumm oder bössartig ist („wir“ und „die anderen“).
2. nennen immer „Sündenböcke“. Bestimmte Gruppen oder eine bestimmte Gruppe werden für alles Schlechte verantwortlich gemacht.
3. wiederholen immer wieder die gleichen Aussagen und benutzen immer wieder die gleichen Sündenböcke und Feindbilder.
4. sind sehr häufig antisemitisch. Sie zeichnen sich durch Hass auf Juden und Jüdinnen aus. Dieser Hass hat und hatte nie etwas damit zu tun, was Juden/Jüdinnen tun oder nicht tun. Antisemitismus hat eine lange Geschichte und passt sich immer wieder neuen Zeiten an.
5. sehen die „Verschwörer“ als übermächtig oder sogar übermenschlich an.
6. deuten jeden Gegenbeweis als Beweis und jede Kritik als Bestätigung für die Verschwörung um. Nichts ist zu absurd.
7. vereinfachen oft komplizierte Dinge, damit es möglichst leichte Erklärungen gibt.
8. machen einfache Dinge oft kompliziert, weil sie keine Zufälle dulden.
9. haben fertige Antworten auf alle Fragen.
10. bieten Sicherheit und Orientierung.

M₃ DISKUTIERT FOLGENDE FRAGEN IM ZUSAMMENHANG MIT DER „FLAT EARTH THEORIE“:

1. Welche der genannten Punkte treffen – nach deinem Wissensstand – auf die Vorstellung einer „Flachen Erde“ zu?
2. Von welchen „Verschwörungstheorien“ hast du schon gehört? Welche Punkte treffen zu?
3. Wann sind „Verschwörungstheorien“ harmlose, vielleicht nicht ganz ernst gemeinte Spinnereien? Und wann sind Sie ein Problem für Demokratie und Menschenrechte?
4. Was unterscheidet „Verschwörungstheorien“ von einer berechtigten und wünschenswerten kritischen Einstellung gegenüber Medien?
5. Was kann „Verschwörungstheorien“ entgegengesetzt werden?

Glossar

Agenda Setting

Agenda Setting bezeichnet die Fähigkeit der Massenmedien, durch die Betonung von Themen in der Berichterstattung – also durch Publikationshäufigkeit, Platzierung und Aufmachung – zu beeinflussen, welche Themen in einer Gesellschaft oder von einzelnen MedienrezipientInnen als besonders wichtig angesehen werden.

Quelle: www.demokratiezentrum.org → Wissenslexikon

Cybermobbing

„Cybermobbing“ bezeichnet das absichtliche und über einen längeren Zeitraum anhaltende Beleidigen, Bedrohen, Bloßstellen, Belästigen oder Ausgrenzen anderer über digitale Medien. Es findet vor allem im Internet (Social Media, Messenger-Dienste, ...) oder per Handy statt. Meist gehen die Angriffe von Personen aus dem eigenen Umfeld aus.

Quelle: www.saferinternet.at/cyber-mobbing

Deliberation

Im Zusammenhang mit Demokratie meint deliberativ, dass durch Beratschlagung gemeinsame, möglichst konsensuale Entscheidungen getroffen werden. Dieser Partizipationsprozess fordert von den TeilnehmerInnen neben Zeit auch Sachkenntnis, rhetorische Fähigkeiten und selbstbewusstes Auftreten.

Quelle: www.demokratiezentrum.org → Wissenslexikon

Echokammer

Der Echokammer-Effekt (englisch „Echo Chamber Effect“) beschreibt, wie es durch den verstärkten virtuellen Umgang mit Gleichgesinnten in Sozialen Netzwerken zu einer Verengung der Weltsicht kommt. Der Echokammer-Effekt ist verwandt mit dem Phänomen der Filterblase und wurde in der Kommunikationswissenschaft erforscht.

Quelle: www.demokratiezentrum.org → Lernmodule → Soziale Medien und Stärkung digitaler Zivilcourage

Fake News

Falschmeldungen, die gezielt im Internet verbreitet werden, oft im Dienst einer bestimmten politischen Ideologie.

Filterblase

Die Filterblase (englisch „filter bubble“) oder Informationsblase entsteht dem Internetaktivsten und Autor Eli Pariser zufolge, weil Webseiten versuchen, algorithmisch vorauszusagen, welche Informationen UserInnen auffinden möchten – basierend auf den

verfügbaren Informationen über die UserInnen (beispielsweise Standort, Suchhistorie und Klickverhalten). Dies führt dazu, dass Informationen, die nicht den Standpunkten der UserInnen entsprechen, für sie/ihn ausgeblendet bleiben. Beispiele dafür sind Googles personalisierte Suchergebnisse und der personalisierte News-Stream von Facebook.

Quelle: www.demokratiezentrum.org → Lernmodule → Soziale Medien und Stärkung digitaler Zivilcourage

Massenmedien

Massenmedien umfassen die Printmedien (Bücher, Tageszeitungen, Magazine), die elektronischen Medien (Radio, Fernsehen, Audio-, Videoaufnahmen) und die Neuen Medien (Computer und Computernetzwerke). Zwar unterscheiden sich diese Medien in Vielem, doch weisen sie gemeinsame Merkmale auf: Die Inhalte werden von eigenen Organisationen, Medienunternehmen, erstellt, die eine genaue Vervielfältigung der Inhalte ermöglichen. Die Nachrichten können zur selben Zeit an Millionen von Menschen übermittelt werden.

Quelle: www.mediamanual.at/mediamanual/workshop/kommunikation/bedeutung/medien01.php

Meme

Ein Internetphänomen, das sich rasch über Social Media verbreitet. Es kann aus Bildern, Texten, Videos und Links bestehen und bezieht sich meist humorvoll zugespitzt auf aktuelle (politische, popkulturelle ...) Themen.

Postfaktisch

„Postfaktisch“ bezieht sich auf die Tatsache, dass nachweisbare Fakten in Medien und öffentlichem Diskurs zunehmend an Bedeutung verlieren, während Urteile immer stärker von Emotionen bestimmt werden.

Qualitätsjournalismus

Der Begriff grenzt professionelle Redaktionen vom Laienjournalismus ab, dessen Inhalte meist kostenlos verfügbar sind. Geprägt haben ihn Zeitungsverlage. Die journalistische Berufsethik entspricht den Kriterien für den sogenannten Qualitätsjournalismus: Wahrhaftigkeit, Sorgfalt bei Recherche und Dokumentation, Sachlichkeit bei der Berichterstattung, Unparteilichkeit im Konfliktfall, Argumentation statt Meinungsinfektion, Ausgewogenheit, Unabhängigkeit und Unbestechlichkeit, Vertraulichkeit.

Quelle: www.journalistenkolleg.de/lexikon-journalismus-abc-a-bis-z

Social Bots

oder „Social Networking Bots“ (von engl. „Robot“) sind Programme, die in Sozialen Netzwerken menschliche Verhaltensmuster simulieren und als (falsche) Accounts auftauchen. Sie beruhen wie Google-Suchergebnisse oder Facebook-Anzeigen auf bestimmten Algorithmen. Social Bots sollen menschliche Präsenz im Web vortäuschen und

somit andere UserInnen zu blenden. Meist sind die Bots für einen bestimmten Zweck bestimmt, etwa PR-Arbeit, Marketing oder zunehmend auch politische Propaganda. Social Bots finden sich besonders häufig auf Twitter, da die Kürze und geringe Komplexität der Tweets ihren Möglichkeiten entgegenkommt.

Quelle: www.demokratiezentrum.org → Lernmodule → Soziale Medien und Stärkung digitaler Zivilcourage

AutorInnenverzeichnis

Christoph Bramann, Mag.

Lektor für Geschichts- und Politikdidaktik und wissenschaftlicher Mitarbeiter im geschichtsdidaktischen Forschungsprojekt CAOHT an der Universität Salzburg. Nach dem ersten Staatsexamen für das Gymnasiallehramt (Deutsch und Geschichte) an der Goethe-Universität Frankfurt promoviert er seit 2017 an der Universität Hildesheim im Bereich Geschichtsdidaktik.

Steve Kenner, M.Ed.

Mitarbeiter am Institut für Didaktik der Demokratie (IDD) an der Leibniz Universität Hannover. Seine Arbeitsschwerpunkte sind politisches Lernen, politische Aktion, Kinder und Jugendliche in sozialen/politischen Bewegungen und demokratische Schulentwicklung.

Dirk Lange, Univ.-Prof. Dr.

Lehrt Didaktik der Politischen Bildung an den Universitäten Wien und Hannover. Er ist Direktor des Instituts für Didaktik der Demokratie (IDD) und geschäftsführender Leiter des Demokratiezentrum Wien. Neben den Forschungskonzepten „Bürgerbewusstsein“ und „Inclusive Citizenship“ liegen seine aktuellen Arbeitsschwerpunkte im Feld der Demokratiebildung, historisch-politischen Didaktik und migrationspolitischen Bildung.

Georg Lauss, Dr.

Seit 2014 Hochschullehrperson für Politische Bildung und empirische Sozialforschung an der Pädagogischen Hochschule Wien. Mitarbeiter am Zentrum für Politische Bildung. Davor Mitglied der Life-Science-Governance Research Platform am Institut für Politikwissenschaft der Universität Wien.

Elmar Mattle, Mag.

Unterrichtet gegenwärtig Deutsch und Geschichte und Sozialkunde/Politische Bildung am Kollegium Aloisianum (Linz). Seit 2009 Mitverwendung an

der Pädagogischen Hochschule der Diözese Linz (NMS-Ausbildung Geschichte und Sozialkunde/Politische Bildung). Seit 2015 ist er Mitarbeiter am Bundeszentrum für Gesellschaftliches Lernen an der Pädagogischen Hochschule Salzburg Stefan Zweig.

Simon Mörwald, Mag.

Unterrichtet Deutsch, Geschichte und Sozialkunde/Politische Bildung an der HBLW Linz Landwiedstraße. Seit 2012 ist er als Referent in der Lehrerinnen- und Lehrerbildung an der PH Oberösterreich tätig und seit 2015 Mitarbeiter am Bundeszentrum für Gesellschaftliches Lernen der Pädagogischen Hochschule Salzburg Stefan Zweig.

Christine Ottner-Diesenberger, Mag. Dr., MAS

Hochschullehrende an der PH Wien und Leiterin des Lehrganges für Führungskräfte an AHS, Lektorin an der Universität Wien für Neuere Geschichte und Geschichts- und Politikdidaktik. Bis 2017 AHS-Lehrerin, davor wissenschaftliche Mitarbeiterin und Abteilungsleiterin an der Österreichischen Akademie der Wissenschaften, Forschungsschwerpunkte: Wissenschafts- und Kulturgeschichte, Österreichische Geschichte und Geschichtsdidaktik (u.a. digitale Medien).

Alexander Preisinger, MMag. Dr.

Studium der Germanistik, Geschichte, Philosophie und Psychologie; Lehrtätigkeit an einer HAK in Wien und Senior Lecturer an der Universität Wien im Bereich der Geschichtsdidaktik. Forscht zu digitalen Spielen im Geschichtsunterricht.

Stefan Schmid-Heher, Mag. BEd

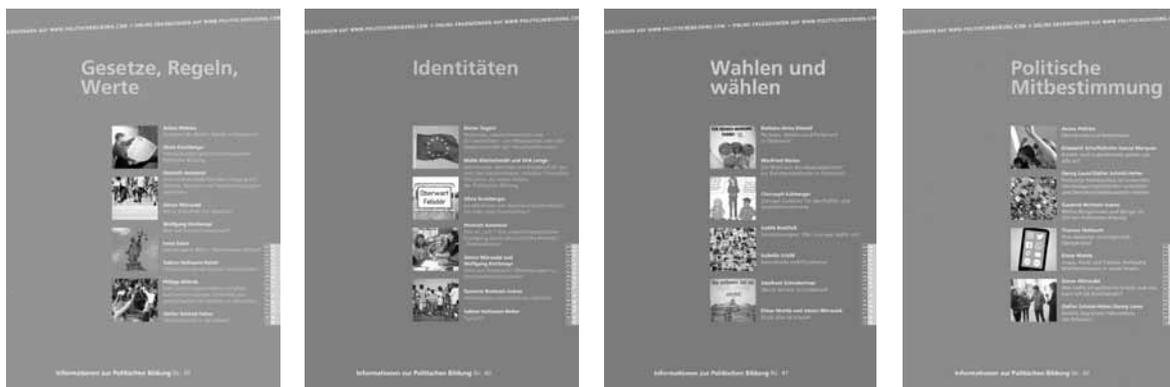
Seit 2016 dienstzugeeteilt an der PH Wien (Mitarbeiter am Zentrum für Politische Bildung). Davor zehn Jahre Berufsschullehrer in Wien (unter anderem für Politische Bildung). Seit 2011 in der LehrerInnenaus- und -fortbildung tätig. Diplomstudium der Geschichte.

Themenhefte der *Informationen zur Politischen Bildung* zum neuen Lehrplan Geschichte und Sozialkunde/Politische Bildung für die Sekundarstufe I

Mit dem Schuljahr 2016/17 trat der neue Lehrplan Geschichte und Sozialkunde/Politische Bildung für die Sekundarstufe I in Kraft. Dieser ist modular aufgebaut und enthält auch sechs Module für die Politische Bildung. Ab Themenheft 38 beschäftigen sich daher sechs Hefte der *Informationen zur Politischen Bildung* mit jeweils einem Themenmodul des neuen Lehrplans. Aufgrund des neuen Lehrplans sind die Unterrichtsbeispiele in diesen Heften bereits für Sekundarstufe I, beginnend mit der 6. Schulstufe, aufbereitet.

Die Themenhefte bieten für LehrerInnen

- ▶ verständliche fachwissenschaftliche Artikel
- ▶ fachdidaktische Beiträge zu den Neuerungen im Lehrplan, wie Kompetenzorientierung und konzeptuelles Lernen
- ▶ Unterrichtsbeispiele, Materialien und kopierfähige Vorlagen für die Unterrichtspraxis



Themenheft 38 „*Politisches Handeln im demokratischen System Österreichs*“ enthält inhaltliche Beiträge und Unterrichtsbeispiele, die auf das Modul 8 der 2. Klasse (politische Bildung) „Möglichkeiten für politisches Handeln“ des neuen Lehrplans abgestimmt sind.

Themenheft 39 „*Gesetze, Regeln, Werte*“ bietet Konkretisierungen für das Modul 9 der 2. Klasse (Politische Bildung) „Gesetze, Regeln und Werte“ des Lehrplans an.

Themenheft 40 „*Identitäten*“ setzt sich mit dem Modul 8 der 3. Klasse (Politische Bildung) „Identitäten“ auseinander.

Themenheft 41 „*Wahlen und wählen*“ beschäftigt mich mit dem Modul 9 der 3. Klasse (Politische Bildung). „Wahlen und Wählen“ und bietet Informationen über Wahlen, Wahlkämpfe, gewählte Institutionen und ihr Zusammenspiel im politischen Mehrebenensystem.

Themenheft 42 „*Politische Mitbestimmung*“ bezieht sich auf das Modul 8 der 4. Klasse (Politische Bildung).

Bestellmöglichkeiten:

LehrerInnen und Schulbuchbibliotheken können die Hefte der Reihe auf www.politischebildung.com unter der Rubrik „Bestellungen“, sowie unter office@politischebildung.com oder per Telefon und Fax unter Tel.: 01/5123737-11, Fax: 01/5123737-20 bestellen. Download unter www.politischebildung.com



Die Beiträge und Materialien der Hefte sind auch in der Onlineversion kostenlos zugänglich:

- ▶ Kopierfähige Vorlagen und Arbeitsaufgaben und Materialien als Download
- ▶ Vollständige Printausgaben als Download

www.politischebildung.com → Informationen zur Politischen Bildung → Onlineversion

forum**politischebildung**

Informationen zur Politischen Bildung

forumpolitischebildung (Hg.)

- | | |
|---|---|
| Nr. 1 Osteuropa im Wandel 1991 | Nr. 20 Gedächtnis und Gegenwart
HistorikerInnenkommissionen, Politik und Gesellschaft, 2004 |
| Nr. 2 Flucht und Migration 1991 | Nr. 21 Von Wahl zu Wahl 2004 |
| Nr. 3 Wir und die anderen 1992 | Nr. 22 Frei-Souverän-Neutral-Europäisch
1945 1955 1995 2005, 2004 |
| Nr. 4 EG-Europa
Fakten, Hintergründe, Zusammenhänge, 1993 | Nr. 23 Globales Lernen – Politische Bildung
Beiträge zu einer nachhaltigen Entwicklung, 2005 |
| Nr. 5 Mehr Europa?
Zwischen Integration und Renationalisierung, 1993 | Nr. 24 Wie viel Europa?
Österreich, Europäische Union, Europa, 2005 |
| Nr. 6 Veränderung im Osten
Politik, Wirtschaft, Gesellschaft, 1993 | Nr. 25 Sicherheitspolitik
Sicherheitsstrategien, Friedenssicherung, Datenschutz, 2006 noch lieferbar |
| Nr. 7 Demokratie in der Krise?
Zum politischen System Österreichs, 1994 | Nr. 26 Geschlechtergeschichte – Gleichstellungspolitik – Gender Mainstreaming 2006 |
| Nr. 8 ARBEITS-LOS
Veränderungen und Probleme in der Arbeitswelt, 1994 | Nr. 27 Der WählerInnenwille 2007 noch lieferbar |
| Nr. 9 Jugend heute
Politikverständnis, Werthaltungen, Lebensrealitäten, 1995 | Nr. 28 Jugend – Demokratie – Politik 2008 |
| Nr. 10 Politische Macht und Kontrolle 1995/96 | Nr. 29 Kompetenzorientierte Politische Bildung 2008 |
| Nr. 11 Politik und Ökonomie
Wirtschaftspolitische Handlungsspielräume Österreichs, 1996 | Nr. 30 Politische Kultur. Mit einem Schwerpunkt zu den Europawahlen 2009 |
| Nr. 12 Bildung – ein Wert?
Österreich im internationalen Vergleich, 1997 | Nr. 31 Herrschaft und Macht 2009 |
| Nr. 13 Institutionen im Wandel 1997 | Nr. 32 Erinnerungskulturen 2010 noch lieferbar |
| Nr. 14 Sozialpolitik
im internationalen Vergleich, 1998 | Nr. 33 Wirtschaft und Politik 2010 noch lieferbar |
| Nr. 15 EU wird Europa?
Erweiterung – Vertiefung – Verfestigung, 1999 | Nr. 34 Politische Handlungsspielräume 2011 noch lieferbar |
| Nr. 16 Neue Medien und Politik 1999 | Nr. 35 Medien und Politik 2012 noch lieferbar |
| Nr. 17 Zum politischen System Österreich
Zwischen Modernisierung und Konservatismus, 2000 | Nr. 36 Das Parlament im österreichischen politischen System 2012 noch lieferbar |
| Nr. 18 Regionalismus – Föderalismus – Supranationalismus 2001 | Nr. 37 Religion und Politik 2013 noch lieferbar |
| Nr. 19 EU 25 – Die Erweiterung der Europäischen Union 2003 | Nr. 38 Politisches Handeln im demokratischen System Österreichs 2016 |
| | Nr. 39 Gesetze, Regeln, Werte 2016 |
| | Nr. 40 Identitäten 2016 noch lieferbar |
| | Nr. 41 Wahlen und Wählen 2017 noch lieferbar |
| | Nr. 42 Politische Mitbestimmung 2017 noch lieferbar |

ISBN: 9783950423457



9 783950 423457