

Positionspapier Politische Medienbildung

April 2022

Die Zentralen für politische Bildungsarbeit legen mit diesem Positionspapier dar, warum eine rein medienpädagogisch ausgerichtete Medienbildung für politische Bildungsziele nicht ausreichend ist (1) und warum politische Bildung und Medienbildung im digitalen Zeitalter verknüpft werden müssen (2). Darauf aufbauend formulieren wir Forderungen für eine zeitgemäße politische Medienbildung, die von den Zentralen der politischen Bildung in Deutschland auch in Zusammenarbeit mit anderen Partnern der Medienbildung gestaltet wird (3).

Unsere Gesellschaft befindet sich in einem tiefgreifenden Umbruch, der durch die Digitalisierung aller Lebensbereiche getrieben wird. Das Orientierungsbedürfnis ist groß: Was bedeuten die globalen Entwicklungen für die unmittelbare Lebenswelt der Menschen, für den sozialen Zusammenhalt und für die politische Ordnung? Besonders deutlich wird dies bei der Rolle der digitalen Medien für politische Aushandlungsprozesse, für die (digitale) Öffentlichkeit sowie für die Stabilität von Gesellschaft und Demokratie. Durch das Internet steht Gesellschaften heute eine Fülle von politischen Informations- und Beteiligungsmöglichkeiten zur Verfügung. Journalistische Medien kämpfen um ihre Gatekeeping-Stellung in der politischen Öffentlichkeit, sind aber gleichzeitig wichtiger denn je für den politischen Diskurs, gerade in Zeiten erhöhten gesellschaftlichen Orientierungsbedarfs. Soziale Netzwerke wie *Facebook* und *Twitter* sowie Messenger wie *Telegram* haben die politische Debattenkultur in Deutschland verändert. Die politische Kommunikation steht damit auch vor Herausforderungen. Dazu zählen Hassrede, Manipulationsversuche durch Desinformation und Verschwörungsnarrative, eine Polarisierung politischer Diskussionen sowie das Beeinflussungs- und Diskriminierungspotenzial von Algorithmen. Es ist Aufgabe der Zentralen für politische Bildung, die Ambivalenz von Medienwandel und Digitalisierung herauszuarbeiten und **sowohl Chancen als auch Risiken** zu thematisieren.

Diese Veränderungen sind keine festgeschriebenen Entwicklungen, sondern gesellschaftlich und politisch gestaltbar. In der derzeitigen Transformation unserer Gesellschaft und des Mediensystems kommt den Zentralen der politischen Bildung eine besondere Rolle zu: Sie können digitale Innovationen und neue soziale Praktiken schnell aufgreifen und fundierte politische Bildungsangebote entwickeln. Und sie können Orientierung bieten sowie die Menschen für die veränderten Bedingungen politischer Informiertheit, Meinungsbildung und Beteiligung in einer diversen und digitalisierten Gesellschaft sensibilisieren und handlungsfähig machen.

Das übergeordnete Ziel staatlich verfasster politischer Bildungsarbeit bleibt dabei auch unter digitalen Vorzeichen gültig: die Menschen in Deutschland dabei zu unterstützen, als politisch mündige Mitglieder der Gesellschaft aktiv zu partizipieren. Allerdings muss dieses Ziel im Angesicht der digitalen Transformation erweitert werden. Als Voraussetzung für politische Mündigkeit im digitalen Zeitalter fungiert Medienkompetenz für die Informationssuche, die eigenständige Meinungsbildung und für die politische wie gesellschaftliche Beteiligung als **Schlüsselkompetenz** (z. B. BMFSFJ 2020: 10; Rat der Europäischen Union 2020; KMK 2012: 4f.). Die Zentralen der politischen Bildung arbeiten daher daran, eine politische Medienbildung zu etablieren, welche die Reflexion von technischen, ökonomischen, gesellschaftlichen und politischen Entwicklungen der Digitalisierung, den selbstbestimmten Umgang mit Daten sowie die Teilhabe aller Gesellschaftsmitglieder umfasst. Medienkompetenz bildet nicht lediglich die Voraussetzung für politische Bildung; vielmehr bedarf es einer spezifisch **politischen Medienbildung**, die den souveränen Umgang mit etablierten journalistischen und neuen Medienwelten als integralen Bestandteil politischer Beteiligung der Menschen in diesem Land versteht.

(1) Politische Bildung und Medienbildung in Deutschland: Situationsbeschreibung

Die Zentralen für politische Bildung setzen sich mit ihrem Bildungsangebot seit mehreren Jahrzehnten für die Vermittlung eines aufgeklärten Umgangs mit der medialen Umwelt in Deutschland ein. Die kritische Reflexion medialer Produkte stellt innerhalb der politischen Bildung eine zentrale Säule der Bildungsarbeit dar. Durch die Bedeutungszunahme der sozialen Medien hat die Auseinandersetzung mit den politischen Folgen sozialer Netzwerke nochmals an Relevanz und Dynamik gewonnen. Im Zuge dieser Debatte sind in allen Landeszentralen Bildungsformate zur Thematisierung der gesellschaftlichen Folgen sozialer Netzwerke entstanden. Auch bundesweit wurden Projekte zur Förderung von Medienkompetenz entwickelt, dazu haben diverse Akteure aus dem erweiterten Umfeld der Medienpädagogik Formate zu medial stark präsenten Problemfeldern wie *Fake News* oder *Hassrede* ins Leben gerufen.

Vor diesem Hintergrund hat sich in den vergangenen Jahren die Zusammenarbeit zwischen politischer Bildung und Medienpädagogik stetig vertieft. Diese ausdrücklich positive Entwicklung ist nicht nur angesichts der zunehmenden politischen Bedeutung digitaler Medien mehr als angebracht und wird deswegen auch im 16. Kinder- und Jugendbericht (2020) ausdrücklich gefordert. Als Zentralen für politische Bildung schließen wir uns explizit der Forderung an, dass „politische Bildung und Medienbildung (...) im Verbund und im Zusammenhang interpretiert und praktiziert werden [sollten]. Kritische Medienbildung ist immer kritische politische Bildung und umgekehrt“ (S. 326). Unser gemeinsames Ziel sollte daher sein, „zwischen medienpädagogischen Ansätzen und der politischen Bildung [zu] vermitteln, um die Disziplinen als ‚politische Medienbildung‘ verflochten zu denken“ (S. 328).

Im Hinblick auf diese Zielvorstellung sind sich die beteiligten Akteure und Disziplinen der politischen Bildung einig. Allerdings treffen die abstrakten Zielvorgaben in der Praxis auf ein Feld der politischen Bildung, das nur begrenzte Ressourcen hat, um diese Anforderungen nachhaltig zu erfüllen. Der gesellschaftliche Bedarf nach Formaten der politischen Medienbildung und die konkrete personelle Mittelausstattung bei politischen Bildungsträgern laufen seit Jahren auseinander. Darüber hinaus stellt die häufig projektbasierte, zeitlich begrenzte Finanzierungspraxis eine Hürde für nachhaltige politische Medienbildung dar. Vor diesem Hintergrund ist zu beobachten, dass die spezifische **politische Bildungsperspektive** auf den Medienwandel und die Digitalisierung allzu oft unter dem Deckmantel der Medienpädagogik mitabgehandelt wird.

Was also ist eigentlich die *differentia specifica* der politischen Bildung und wie verhält sich diese zur Medienpädagogik? Vorab sei betont, dass es definitiv nicht unser Ziel ist, beide Professionen gegeneinander auszuspielen. Um jedoch zu verhindern, dass vor dem Hintergrund knapper Ressourcen die politische Bildung bei Formaten der Medienbildung weitestgehend außen vor bleibt, plädieren wir für eine klare Bestimmung von Forderungen der politischen Medienbildung. Wir sind uns sicher: **Nur durch eine differenzierte Sicht auf die spezifischen Leistungen und Ziele von Medienpädagogik und politischer Bildung können qualitativ hochwertige Angebote entstehen, die das Beste aus beiden Bildungsfeldern produktiv miteinander verbinden.**

(2) Verknüpfung von politischer Bildung und Medienbildung

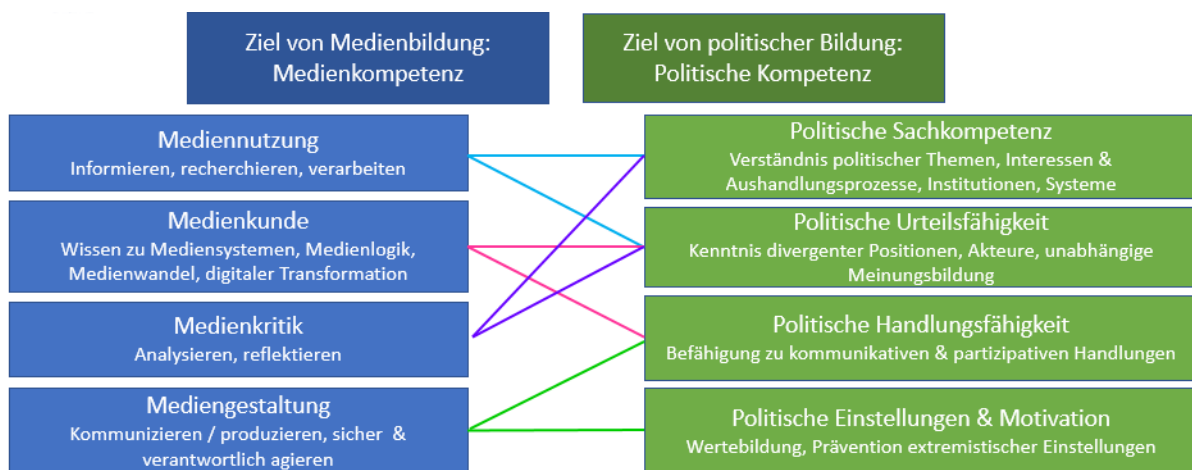
Vor dem Hintergrund von Medienwandel, Digitalisierung und der damit einhergehenden Entwicklung unseres Gemeinwesens hin zur Mediengesellschaft können Medienbildung und politische Bildung nicht mehr als getrennte Aufgaben begriffen werden. Für die Zentralen der politischen Bildung bedeutet dies, klar zu umreißen, auf welche Aspekte von Medienkompetenz eine zeitgemäße politische Bildungsarbeit rekurrieren muss.

Politische Medienkompetenz als Schlüsselkompetenz

Im Zuge von Digitalisierung und Medienwandel wird Medienkompetenz zu einer Schlüsselkompetenz, um unsere Demokratie und Gesellschaft zu stärken. Wer digitale Medien als politische Informationsquelle nutzt, braucht weitaus mehr Kompetenzen als früher: Sind Menschen in der Lage, (digitale) Medieninhalte und die vermittelten politischen Botschaften zu hinterfragen, sind sie bei der Meinungsbildung weniger anfällig für Manipulationsversuche, können sich sachkundiger an politischen Debatten beteiligen, aktiv gesellschaftlich wie politisch partizipieren und sich dabei als selbstwirksam erleben. Dabei reicht es nicht aus, Medien sachkundig zu nutzen und eigene Medieninhalte produzieren zu können. Vielmehr bedarf es einer Medienmündigkeit – eines tiefgreifenden Verständnisses der gesellschaftlichen, ökonomischen und politischen Auswirkungen von Digitalisierung, der damit einhergehenden Datafizierung aller Lebensbereiche sowie des durch den Medienwandel getriebenen Strukturwandels von politischer Öffentlichkeit.

Um sich als mündige Bürger*innen unabhängig informieren, politische Meinungen bilden und politisch partizipieren zu können, bedarf es politischer Medienkompetenz. Diese muss **im Hinblick auf ein Ziel** definiert werden; im Falle von Medien- und politischer Kompetenz ist dies in beiden Feldern die Befähigung zu Mündigkeit und Teilhabe. Miteinander verknüpft bildet politische Medienkompetenz die Grundlage für die politische Mündigkeit und Teilhabe der Menschen im digitalen Zeitalter, bei der die Sachkompetenz sowie die Urteils- und Handlungsfähigkeit im Mittelpunkt stehen (Abbildung 1).

Abbildung 1: Verknüpfung von Medienkompetenz und politischer Kompetenz



eigene Darstellung auf der Basis von Martens & Hobbs (2015), Goll (2018)

Konkrete Vermittlungsinhalte politischer Medienbildung sind daher:

- Den Alltagsbezug der Themen verdeutlichen und Interesse für eine aufmerksame inhaltliche Auseinandersetzung wecken bzw. fördern.

Sachkompetenz

- *Digital- und Medienkunde:* (1) Wissen zu (digitalen) Quellen und zur Vernetzungslogik digitaler Medien; (2) Verständnis der Funktionsweise politischer Debatten in sozialen Medien sowie der besonderen Rolle journalistischer Berichterstattung im politischen Diskurs; (3) Wissen über den Medienwandel und die gesellschaftlichen, ökonomischen und politischen Auswirkungen der digitalen Transformation (u.a. auch zur Rolle personenbezogener Daten in digitalen Märkten); (4) Reflexion der Funktionen von etablierten und neuen Medien (gerade auch des Journalismus und seiner Anpassung an eine digitale Medienwelt); (5) Reflexion der datengetriebenen Anwendungsbezüge von Digitaltechnologien (z. B. ethische Fragen des Einsatzes von Algorithmen und Big Data in verschiedenen Lebensbereichen).
- *Sachgerechte Mediennutzung:* (1) Reflektierte Nutzung etablierter journalistischer und digitaler Medien als politische Informationsquellen; (2) zielgerichtete Recherche von Informationen in verschiedenen Quellen sowie (3) die Überprüfung von Informations- und Wissensquellen.
- *Selektive Nutzung digitaler Medien:* Ein kompetenter Umgang mit digitalen Medien kann im Sinne einer politischen Medienmündigkeit auch die bewusste Vermeidung bestimmter Kommunikationskanäle oder Kommunikationstechniken beinhalten, wenn diese keinen echten Mehrwert bieten. Im Wesentlichen geht es hierbei um eine Technikfolgenabschätzung der Digitalisierung und der damit verbundenen Aufmerksamkeitsökonomie (Franck 1998) für den demokratischen Diskurs. Demgegenüber stehen beispielsweise die Chancen eines vereinfachten, unmittelbaren Zugriffs auf Informationen sowie die extensiven Möglichkeiten der Vernetzung und ortsunabhängigen Zusammenarbeit (kollaboratives Arbeiten), die für einen demokratischen Diskurs förderlich sein können. Ziel der politischen Medienmündigkeit sollte es also sein, die Bürger*innen in die Lage zu versetzen, digitale Kommunikations- und Informationskanäle im Sinne einer demokratischen Teilhabe bewusst und ggf. auch selektiv zu nutzen.

Urteilskompetenz

- *Nutzung politischer Medieninhalte:* (1) Kenntnis der Vielfalt von Positionen und Interessenslagen zu politischen Themen; (2) Respekt für Meinungsfreiheit und Meinungspluralismus in kontroversen politischen Diskussionen; (3) Hintergrundwissen zur Medienlogik politischer Kommunikation in etablierten journalistischen Quellen sowie in neuen Medien; (4) Kenntnis von Machtverhältnissen in einer diversen Gesellschaft sowie (5) Reflexion der algorithmenbasierten Funktionsweise personalisierter Feeds in sozialen Medien.
- *Medienkritik:* (1) Beurteilung von Informationsquellen mit Reflexion der politischen Kommunikationsintentionen, die hinter Medieninhalten stehen (z. B. politische Blattlinie und deren Manifestation in Medieninhalten über Framing und meinungsorientierte Darstellungsformen; Prinzipien von Binnen- und Außenpluralismus im deutschen Mediensystem); (2) Erkennen von Manipulationsversuchen durch Desinformation und Unterscheidung von politischer Werbung, Selbstdarstellung/PR und Information; (3) Einschätzung von Meinungsklimata im Netz sowie Auswirkung von Hassrede auf politische Partizipation; (4) Beurteilung von (digitalen) Medienmonopolen und deren Konsequenzen für die Demokratie sowie (5) Reflexion des

Diskriminierungspotenzials von algorithmischen Entscheidungssystemen. Insbesondere geht es dabei auch um die Vermittlung eines kritischen Blicks auf medienökonomische Zusammenhänge in digitalen Märkten (z. B. zur Marktmacht großer Technologiekonzerne und Plattformbetreiber oder zur medienökonomischen Funktionslogik der Algorithmen sozialer Netzwerke).

- *Digitalkunde*: (1) Reflexion des Regulierungsbedarfs und der Gesetzgebung zur Regulierung des digitalen Transformationsprozesses; (2) Verständnis für globale Zusammenhänge von Digitalisierung sowie (3) Bewertung der Anwendungsbezüge von Digitaltechnologien wie Algorithmen oder Künstlicher Intelligenz unter ethischen und medienökonomischen Gesichtspunkten.

Handlungskompetenz

- *Kommunikative Handlungskompetenz*: (1) Sozial verantwortliche und medienökonomisch kritische Beteiligung durch Mediengestaltung (z. B. Hassrede und Diskriminierung online entgegenreten, Desinformation zu politischen Themen den sozialen Netzwerkbetreiber*innen melden; aktive und sachorientierte Meinungsäußerung in kontroversen Debatten, Nutzung alternativer Plattformen und Suchmaschinen); (2) Befähigung zu konstruktiver und lösungsorientierter Kommunikation sowie (3) Befähigung zu einer aktiven Mediengestaltung als politische Beteiligungsmöglichkeit insbesondere für marginalisierte und sozial benachteiligte Gruppen.
- Wahrung von Grundrechten in einer digitalisierten Gesellschaft, Kenntnis und Einforderung des Datenschutzes.
- *Partizipative Handlungskompetenz*: (1) Kenntnis von (digitalen) gesellschaftlich und politischen Beteiligungsmöglichkeiten sowie (2) ein selbstbestimmter Umgang mit Daten und Informationen im Internet.

Zielgruppen der politischen Medienbildung

Politische Bildung wie auch Medienbildung sind als lebenslange Bildungsaufgaben zu begreifen. Deshalb gilt es, politische Medienbildung zielgruppenspezifisch auszurichten, als Bildung für Kinder und Jugendliche, aber auch den Bildungsauftrag für Erwachsene sowie für Multiplikator*innen (z. B. Lehrkräfte oder Fachkräfte aus der Jugendarbeit) als Kompetenzvermittelnde anzunehmen.

Die Zentralen der politischen Bildung möchten auch Menschen mit Diskriminierungserfahrungen erreichen und gehen dabei zunehmend diversitätssensibel vor. Besonders wichtig ist es dabei, eigene Barrieren zu erkennen und diese abzubauen. Dieser Anspruch gilt für die schulische und außerschulische politische Bildungsarbeit gleichermaßen. Die Zielgruppen der Zentralen für politische Bildung unterscheiden sich dabei zum Teil aufgrund der unterschiedlichen gesetzlichen Grundlagen.

(3) Forderungen für eine zeitgemäße politische Medienbildung

Die Arbeit der Zentralen für politische Bildung in Deutschland steht mit ihrem Selbstverständnis und ihren Zielen der politischen Mündigkeit sowie ihrem klaren Bezug zu demokratischen Grundrechten und Menschenrechtsnormen für ein freiheitliches, auf gleichen Rechten und Chancen gründendes Politikverständnis. Mit diesem Politikverständnis verknüpft sind hohe Qualitätsansprüche, die die Zentralen für politische Bildung in ihrer Arbeit anleiten. Zentral für die Qualitätsansprüche politischer Bildungsarbeit ist der Beutelsbacher Konsens von 1976. Die Qualitätsanforderungen des Beutelsbacher Konsens finden sich z. T. auch in den didaktischen Prinzipien des 16. Kinder- und Jugendberichts (2020), etwa in den Forderungen von Kontroversität, Problemorientierung sowie Subjektorientierung.

Für die unmittelbare Praxis der politischen Medienbildung ergeben sich aus dieser Analyse eine Reihe von konkreten Verbesserungspotentialen, die in den folgenden Forderungen kulminieren:

1) **Bessere Ausstattung für politische Medienbildung**

Politische Medienbildung braucht zusätzliche Ressourcen. Etablierte Träger wie die Zentralen politischer Bildung und ihre Partner können mit Fachlichkeit, Methodenvielfalt und Erfahrung Experimentierräume politischer Medienbildung einrichten, Fachwissen bündeln sowie Netzwerke aufbauen und so die Bildungsarbeit weiterentwickeln und modernisieren.

2) **Politische Bildung und Medienbildung – Ein kritisch-konstruktiver Blick nach vorne**

Die gemeinsamen Potentiale einer politischen Medienbildung gilt es weiterzuentwickeln und Allianzen aufzubauen. Insbesondere für einen kritisch-konstruktiven Umgang mit der Digitalisierung ist eine enge Zusammenarbeit unerlässlich. Der Fokus auf das Politische in der politischen Medienbildung ist zentral. Dabei gilt es sowohl legislative Prozesse als auch gesellschaftliche Aushandlungen zu thematisieren.

3) **Alle ansprechen – Niemanden zurücklassen**

Digitalisierung als gesellschaftlicher Umbruch betrifft alle Bevölkerungsgruppen. Daher sollten die Angebote der politischen Medienbildung im Sinne eines lebenslangen Lernens alle Menschen zielgruppengerecht ansprechen. Dabei sollte diversitätssensibel auf den Abbau von Barrieren innerhalb der politischen Medienbildung geachtet und auch Angebote für erwachsene Zielgruppen ausgebaut werden.

4) **Wissenschaftsorientierung**

Allgemein verkennt der starke Bezug auf die Risiken digitaler Medien oft deren Partizipationschancen. Dies mag auch daran liegen, dass die Bildungsprojekte selbst in die Aufmerksamkeitsökonomie eingebettet sind, die sie thematisieren. Daher darf die staatliche Förderung von Angeboten politischer Medienbildung nicht diesen Mechanismen verfallen. Vielmehr müssen politische Bildungsangebote die Ambivalenz von Medienwandel und Digitalisierung herausarbeiten und sowohl Chancen als auch Risiken thematisieren.

5) **Handlungsorientierung – Der digitale Weg nach Europa**

Gerade im Bereich der Europabildung und der globalen Bildung sind die Chancen digitaler Formate noch längst nicht ausgeschöpft. Virtuelle Formate könnten Menschen innerhalb von ganz Europa und darüber hinaus verbinden und damit die geographische Distanz minimieren. Länderübergreifende Formate sind jedoch kostspielig und bedürfen eines hohen Koordinationsaufwands, weswegen sie nicht einfach nebenbei im laufenden Betrieb realisiert werden können. Daher sollten in diesem Bereich dauerhaft Stellen geschaffen werden, um das Potential dieser digitalen Formate dauerhaft zu heben.

Literatur

- Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ) (2020). *16. Kinder- und Jugendbericht. Förderung demokratischer Bildung im Kindes- und Jugendalter*. Online: <https://www.bmfsfj.de/bmfsfj/service/publikationen/16-kinder-und-jugendbericht-162238> (abgerufen am 28.7.2021)
- Franck, G. (1998). *Ökonomie der Aufmerksamkeit. Ein Entwurf*. München: Hanser.
- Goll, T. (2018). Mediatisierung und Medienkompetenz. Aufgabenfelder für die politische Bildung. In: Kalina, A.; Krotz, F.; Rath, M. & Roth-Ebner, C. (Hrsg.). *Medienkommunikation und Sozialwelten im Wandel*. (Mediatisierte Gesellschaften 12, Bd. 1), (S. 209 – 224). Baden-Baden: Nomos Verlag; Tutzing: Akademie für politische Bildung.
- Kultusministerkonferenz (KMK) (2012). *Medienbildung in der Schule* (Beschluss der Kultusministerkonferenz vom 08.03.2012), Berlin. Online: https://www.kmk.org/fileadmin/veroeffentlichungen_beschluesse/2012/2012_03_08_Medienbildung.pdf (abgerufen am 27.7.2021)
- Kultusministerkonferenz (KMK) (2016). *Bildung in der digitalen Welt: Strategie der Kultusministerkonferenz*. Online: https://www.kmk.org/fileadmin/Dateien/pdf/PresseUndAktuelles/2016/Bildung_digitale_Welt_Webversion.pdf (abgerufen am 12.7.2021)
- Martens, H. & Hobbs, R. (2015). How Media Literacy Supports Civic Engagement in a Digital Age. *Atlantic Journal of Communication* 23. 10.1080/15456870.2014.961636.
- Rat der Europäischen Union (2020). *Schlussfolgerungen des Rates zur Medienkompetenz in einer sich ständig wandelnden Welt* (2020/C 193/06). Online: [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/PDF/?uri=CELEX:52020XG0609\(04\)&from=EN](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/PDF/?uri=CELEX:52020XG0609(04)&from=EN) (abgerufen am 02.08.2021)