

Ultimately, the question is, will the Internet bring people into the process who have been on the margins of political engagement.¹

/// Teilhabe braucht Mündigkeit

Politische Bildung digital denken?

In jeder Demokratiekrise wird der Ruf nach verstärkter, verbesserter und massenkompatiblerer politischer Bildungsarbeit laut: „Demokratieverziehung ab der Kita!! Medienkompetenzunterricht bis ins Seniorenstift!!!!“ Dies sind die kurzgedachten, aber laut geäußerten Appelle, garniert mit den internettauglichen Empörung-Ausrufezeichen! Die politische Linke erkennt wie die bürgerliche Mitte im Aufstieg der Rechtspopulisten, im Angesicht der Pegida- und Identitären-Horden jene Demokratiekrise, die andere Seite fürchtet mit Fridays for future und Bienenvolksbegehren den Niedergang der repräsentativen Demokratie und fordert direktdemokratische Partizipationsmöglichkeiten.

Dass die Demokratiekrise vielmehr eine Kommunikationskrise zwischen politischen Entscheidungsträgern und Bevölkerung ist, versucht dieser Beitrag genauso herauszuarbeiten wie eine digital gedachte politische Bildungsarbeit als Lösung anzubieten.

Es existiert eine Kommunikationskrise zwischen politischen Entscheidungsträgern und Bevölkerung.

Die Fridays-for-future-Kids und die Pegida-Nazis – alle das Gleiche!

Sehr geehrte Leserin, verehrter Leser, diese provozierend zugespitzte, emotionalisierend vereinfachte These sichert mir nun Ihre Aufmerksamkeit – die affekttrainierte Aufmerksamkeit eines internetgewöhnten Lesers. Hätte ich begonnen mit dem deliberativen Demokratietheorem nach Habermas, wären bereits einige ausgestiegen, bevor der Aufsatz begonnen hätte. (Mal abgesehen davon, dass auch diese Veröffentlichung einer politischen Stiftung doch wieder nur von den Gleichen, aber selten von den Richtigen erreicht werden wird ... doch dazu später mehr). Wie dem auch sei, wir haben uns bereits daran gewöhnt, an die prägnanten Teaser, die 140-Zeichen-Headlines, die alle einer kalkulierten Aufmerksamkeitsökonomie folgen.

Lassen Sie mich also damit beginnen, Ihnen meine steile These kurz zu erläutern, wenn es sich hier schon aufgrund der Schriftlichkeit lediglich um einen indirekten Dialog handeln kann, also Sie nur direkt und affektiv angesprochen werden, ohne Ihnen die Möglichkeit zu geben, mir auf meine haltlosen Behauptungen gleich zu antworten.

Volkssouveränität setzt die Fähigkeit voraus, sich artikulieren zu können.

Ich bin der Meinung, und diese müssen Sie zunächst hinnehmen wie die Tweets von US-Präsident Donald Trump, dass die Rufe „There’s no planet B! Ihr habt unsere Zukunft in den Händen!!“ der Fridays-for-future-Bewegung im Grunde das Gleiche sind wie das PEGIDA/AfD-Geschrei „Wir sind das Volk!“. Es artikuliert sich dabei das gleiche Grundverständnis von Volkssouveränität, d. h. in anderen Worten: „Ihr regiert, weil wir euch dazu ermächtigen!“ Jedem, der sich politischer Bildungsarbeit verpflichtet fühlt, müsste eigentlich warm werden ums Herz bei diesem offen zur Schau gestellten Demokratielobpreis. Die seit mehr als fünfzig Jahren mühsam betriebene Arbeit für die Demokratie hat sich augenscheinlich gelohnt: Nach Monarchie und Diktatur hat sich endlich eine deutschlandfahnen-schwenkende Begeisterung des „Schlandpatriotismus“ vom Sommermärchen der WM 2006 in eine politisierte Form des „Wir sind das Volk“ – einem Statement für die Demokratie und für Mitgestaltungswille – gemausert. Selbst die vermeintlich politikferne junge Generation artikuliert dies deutlich: „Unsere Zukunft liegt in Euren Händen.“ Das soll nichts Anderes heißen als: „Also setzt unseren Willen gefälligst auch um, denn wir sind die Wähler von morgen!“ Beides ist ein genauso kraftvolles Signal wider die stets befürchtete, grasierende Politikverdrossenheit. Stattdessen beherrscht heute das Politische jedes Wirtshausgespräch und jeden privaten Chatverlauf von Fischbachau bis St. Peter Ording. Jeder Politiker wird von seinen Kindern, Enkeln oder Nichten bei Kaffee und Kuchen gefragt, warum er für (oder gegen) den Art. 13 des europäischen Urheberrechts ist. Finden Sie das nicht eigentlich toll, ... so viel Politikbegeisterung?

Aber es drängt sich beim ganzen Politisieren auch ein schaler Beigeschmack auf: Es kamen zu den Fahnen dann auch Fackeln und zu den „Wir-sind-das-Volk-Rufen“ auch noch das Gegröle „DIE aber nicht“. Es zeigte sich der politische Teilhabewille leider nicht mehr nur in den Worten „Wir sind das Volk“, sondern wird immer öfter auch mit „Hier! Regiert! Der! Nationale! Widerstand!“ artikuliert. Wie mit Bürgerkommunikation umgehen, wenn „Deutschland nicht mehr spricht, sondern brüllt“,² wie es Bundespräsident Steinmeier jüngst konstatierte?

Weder die Massenmobilisierung der MeToo-Bewegung noch die der Klima-Bewegung noch die (Anti-)Migrations-Bewegung wäre ohne das Internet denkbar. Nicht nur das rechte und rechtsextreme politische Spektrum mobilisiert und organisiert sich online. Die „Rezoluzzer“, als „die neue APO“ soll als „Generation YouTube“ die Stimmung der Bevölkerung und damit die Politik „aufmischen“, wie der Spiegel jüngst titelte.³ Stimmt das, fühlen Sie sich durch das Internet „aufgemischt“? Wie verändert die sogenannte „Digitalität“⁴, in der wir leben, die gesellschaftliche und die politische Kommunikation?

**Massenmobilisierung
in der heutigen
Form ist nur durch das
Internet möglich.**

Ich möchte Ihnen mit meinem Beitrag als Digital Native versuchen, zuerst nahezubringen, warum schnellere, bessere und einfachere Kommunikationsmöglichkeiten via Internet nicht wie erwartet zu mehr politischer Teilhabe geführt haben, dann will ich zu erklären versuchen, was das Grundübel politischer Bildungsarbeit online wie offline heute ist, um dann einen Ausblick darauf zu geben, welche Maßnahmen wir ergreifen müssen, um unsere Staatsform während der digitalen Revolution gegen das „Influencing“ der „Technopopulisten“⁵ und „Rezoluzzer“ zu festigen. Es gilt also in diesem Beitrag über die Grundvoraussetzung für politische Teilhabe zu sprechen: den mündigen Bürger! Ich möchte mit Ihnen über die digitalen Möglichkeiten sprechen, mündige Bürger in einer aktuell noch sehr analog funktionierenden Gesellschaft hervorzubringen. Sie werden es allerdings schnell merken, dass in den nächsten zehn Seiten sehr wenig Digitales und sehr viel Analoges zur Umsetzung empfohlen wird.

Digital Democracy – Dichtung und Wahrheit

Das Internet ... ach was wäre es doch so schön gewesen, hätten sich die Träume der netzaffinen Wissenschaftler, der Politiker und Digitalapostel der sogenannten New Economy bewahrheitet, als sich Ende des vergangenen Jahrhunderts das Internet als Kommunikationsmittel für alle öffnete und seinen Status als Tech-Netz für Nerd-User und Cybergeeks aufgab: Das Internet würde durch den offenen Zugang, durch den Wegfall von Kontrollinstrumenten zu einer neuen, reinen, „attischen Demokratie“ verhelfen – einer

Staatsform, wie sie ursprünglich bei ihrer Erfindung vor zweieinhalbtausend Jahren noch funktioniert hatte: Wegen echter Anonymität würde im Internet nur noch das rationale Argument zur Geltung kommen, weil soziale Herkunft irrelevant gewesen wäre, die in Pre-Internet-Zeiten den Zugang zum öffentlichen politischen Diskurs verschlossen hatte. Freie Meinungsäußerung für freie Gesellschaften – ohne Statusunterschiede. Stattdessen ist eine gefühlte Anonymität im Netz heute nur das „Schutzschild für verbale Grausamkeiten“,⁶ wie der Politikwissenschaftler Hubertus Buchstein schon 1996 beklagte. Wie schön wäre es gewesen, der Bürger wendete sich mit seinem Anliegen direkt an eine Partei, an Parlamente, oder an die Verwaltung. Die Sender und Empfänger würden gemeinsam in eine sachorientierte Diskussion eintreten, aus der ein geschärftes Bewusstsein und ein besonderes Verantwortungsgefühl und insgesamt eine verbesserte Staatsbürgerlichkeit resultierte. Dadurch würde wiederum die Politik durch den diskursiven Charakter der politischen Meinungs- und Willensbildung an Legitimität gewonnen haben und somit das auf Habermas zurückgehende Modell einer deliberativen Demokratie, also einer Demokratie, an der die Bürger aktiv an Entscheidungsprozessen teilhaben, würde in greifbare Nähe gerückt sein.⁷

**Der erhoffte offene
Diskurs über das
Medium Internet fand
nicht statt.**

Sie bemerken den Irrealis! Leider weisen alle empirischen Befunde in eine andere Richtung. Von Anfang an war das Interesse an den in freudiger Erwartung eröffneten Parteidiskussionsforen eher gering, anfängliche Kandidatenchats wurden so stark moderiert und damit in den Augen der freiheitsliebenden Internetuser eher zensiert, als dass sie tatsächlich die Diskussion befördert hätten. Durch die neuen Informations- und Kommunikationstechnologien kam eben, anders als erhofft, kein offener Diskurs zwischen Politik und Bürgern zustande, schon gar kein sachorientierter – vielmehr kam es zum personenzentrierten Pseudodialog.

Das ist ein harter Vorwurf an alle politischen Akteure, weshalb er einer Herleitung bedarf: Was meine ich damit konkret? Es ist doch auffällig, dass der US-Präsident Donald Trump trotz Millionenpublikum und enormem medialen Echo auf kaum einen Tweet antwortet und er trotz des Interesses an seinen Aussagen keinen Dialog mit seinen Untertanen pflegt. Untertanen, sag ich bewusst provozierend, und nicht Bürger, weil Letzterer sich von Ersterem dadurch unterscheidet, dass der Bürger als Souverän der Demokratie am Entscheidungshandeln seiner Regierung beteiligt ist. Das ist der Untertan, der nur Regierungsmeinung in der Einbahnstraße empfängt, nicht. Die in Trumps Wahlkampf großspurig angekündigte digitale Wählerumfrage zum politischen Agendasetting wurde trotz mehrerer Millionen Dollar Kosten klammheimlich und ergebnislos eingestellt, kaum dass der neue Präsident im Amt war. Leider muss man feststellen, dass Politiker aller politischer Couleur sehr schnell das Potenzial der Social Media erkannt haben, um den

eigenen Bekanntheitsgrad zu erhöhen, die eigene Agenda zu proklamieren und die eigene Öffentlichkeitsdarstellung pittoresk mit Zwinkersmiley und Selfie in Szene zu setzen. Also mit billigen Mitteln online Wahlkampf betreiben, aber ganz analog am vermeintlichen Volkswillen entlang regieren, statt diese neuen digitalen Technologien für Innovationen der politischen Mitbestimmung ihrer Bürger zu nutzen. Zwei Dinge sind an dieser Entwicklung politischer Kommunikation problematisch:

1. Zum einen befeuert dieses Buhlen um Likes, das Clickbaiting für die vermeintlich gute Sache einen Mechanismus, der mit dem Stichwort der digitalen Aufmerksamkeitsökonomie seitens der Publizistik und Wissenschaft schon ganz gut getroffen ist. Gleichgültig, ob ein Politiker knallhart recherchierte Fakten oder tendenziöse Meinung postet, ob er oder sie absichtlich gestreute „Fake News“ und / oder krude Verschwörungstheorien teilt – diese Politikeräußerung steht im Internet scheinbar gleichbedeutend und gleichwertig als „content“ nebeneinander. Um sich aber dennoch im lauten und vielstimmigen Online-Stimmengewirr Gehör zu verschaffen, geht die Machtverschiebung von der Wahrheit zur guten, mitreißenden Geschichte. Das ist so, weil Social Media durch Emotionalisierung funktioniert. Nur Emotionalisierung generiert Aufmerksamkeit in Form von Likes, womit ein Thema, eine Partei, oder ein Politiker überhaupt erst „sichtbar werden“. Und wenn diese Sichtbarkeit und Popularität erst erreicht ist, wird eben dadurch dem Inhalt algorithmisch Relevanz beigemessen. Denn Popularität erkennt der Facebook-, aber auch der Twitteralgorithmus meisterhaft und trendet ihn, also setzt ihn gleich oben in die Timeline.

Andere Algorithmen tun ihr Übriges und zeigen uns nur das an, was uns gefallen könnte und was Millionen anderer User bereits gefällt und diese für relevant halten. Die Weltpolitik, Steuergerechtigkeit, die Klimakrise, die Flüchtlingsdebatte oder der Sozialstaat – hochkomplexe Sachverhalte bei Twitter, heruntergebrochen auf 140 Zeichen. So zugespitzt ist das für den Konsumenten nicht nur zeitökonomisch, sondern leider auch erfolgreich emotionalisierend und damit im doppelten Sinn „extrem“ mobilisierend. Bekanntlich ist die digitale Gegenöffentlichkeit in Filterblasen und Meinungsbubbles ebenfalls die Folge dieser Aufmerksamkeitsökonomie.

2. Die eindimensionale, eben nicht auf Dialog, sondern auf Monolog ausgerichtete Politikereisdarstellung im Netz ist aber noch aus einem weiteren Grund problematisch, der genauso wie die Aufmerksamkeitsökonomie dem Internet als Mediennetz selbst immanent ist. Das Grundsatzproblem des Internets ist bisher: Es erfüllt nur die Rolle der Problemartikulation, aber wegen der starken Fragmentierung ist die

Das Prinzip Social Media funktioniert durch Emotionalisierung.

Internetkommunikation kaum in der Lage, Themen und Meinungen nach Prioritäten zu sortieren und diese dann konzentriert auch noch an die richtige Stelle unseres vielstufigen politischen Systems zu adressieren. Dumpf und einfältig „Ausländer raus!“ auf die Facebookseite eines Politikers schreiben, befriedigt zwar den Affekt eines mit der Migrationspolitik Unzufriedenen, nützt aber dem politischen Diskurs nicht, weil es sich einer kritischen Gegenrede entzieht. Wer allerdings Politik auf Basis seiner Facebook-Kommentare in der Timeline machen würde, ist im besten Fall ein erfolgreicher Populist, aber noch lange kein gemeinwohlorientierter Demokrat, verehrte Leserinnen und Leser.

Digitalität hat einen Wandel in der politischen Kommunikation verursacht.

Damit gerät eine andere, viel tiefer gehende Perspektive des Kommunikationswandels in der Digitalität in den Blick. Eine Perspektive, die zu erklären vermag, warum aus der verheißungsvollen attischen Demokratie „im globalen Dorf“, zu dem unsere Welt dank der neuen Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT) schrumpfen sollte, nun leider doch nichts wurde, wie es uns einst der Kommunikationswissenschaftler und Philosoph Marshall McLuhan noch versprach. Während auf Seiten der politischen Akteure zu oft der individuellen Selbstdarstellung der Vorzug vor einem echten heterogenen Beteiligungsangebot gegeben wird, ist dies kein auf die politische Klasse allein beschränktes Phänomen. Die soziologische Forschung ist sich einig: „Die Neuerfindung des Ich“⁸ drückt sich aus in einer nie dagewesenen Selbstexpression. Das grundlegende menschliche Bedürfnis der Selbstdarstellung und Selbstinszenierung bekommt im Netz aber ganz neue Mittel.

Für Sie, liebe Leser, twitterkonform und komplexitätsreduziert heißt das im Klartext: Ich like, also bin ich. Daumen hoch, Daumen runter und noch garniert mit einem wütenden Smiley – zack fertig: Politische Meinung geäußert. Für viele Bürger ist diese „Expressivität“ – wie es die Forschungsliteratur nennt – bereits genug politische Teilhabe.⁹ Die empirische Untersuchung von politischer Onlinekommunikation zeigt uns, es reißen sich online eher Monologe mit vielen Ausrufezeichen, viele aggressive Statements bis hin zur verbalen Grenzüberschreitung aneinander, als dass die neuen IKT bisher tatsächlich einen fruchtbaren, das heißt ergebnisorientierten Dialog hervorgebracht hätten.¹⁰ In diesem Punkt der Onlinediskussion sind die vermeintlichen Volkstribune besorgter Bürger realiter genauso weit weg vom Bürger wie die etablierten Volksparteien – Bürgerkommunikation ist zu oft eine Einbahnstraße. Volksnähe wird digital nur vorgegaukelt, sie ist bisher in zu vielen Fällen nicht echt. Auf Wählerseite findet politisches Engagement nur expressiv und damit flüchtig, kampagnenartig, an der U-Bahnhaltestelle als kurzzeitiger Zeitvertreib statt. Die im Affekt geäußerten massenhaften dislikes verschieben die Legitimation politischer Entscheidungsfindung von einer mühsam erarbeiteten Kompromisskultur hin zu einer „Vetokultur“.¹¹

Schon Ende der 90er-Jahre diskutieren Netzskeptiker mit Netzaktivisten über diese Form der Expressivität: „Slacktivism“ wird dieses Phänomen genannt und ist eine Wortkreation aus „slacking“ also faul herumhängen und „activism“, zu deutsch für etwas eintreten.¹² Der Begriff versuchte in den 2010er-Jahren Onlinepetitionen, politisches Crowdfunding etc. als sinnlose Klickarbeit gelangweilter und fauler Smartphone-Kids zu diskreditieren.

Wenn Bürgerbeteiligung tatsächlich nur als oberflächliche digitale Meinungsabfrage ohne tatsächliche politische oder gesellschaftliche Konsequenzen erfahren wird, stimmt diese Kritik, weil der öffentlichkeitswirksamen Selbstdarstellung durch einfaches Klicken auch noch die Genugtuung gutgeschrieben wird, ja politisch aktiv gewesen zu sein. Echte Bürgerbeteiligung, echter Dialog ist aber weder mit einem optisch ansprechenden, eigenen Facebook-Auftritt zu erreichen noch mit einer barrierefreien Homepage, die nur informiert, statt mit responsiven, interaktiven Tools wirklich zu beteiligen.

Ich fasse das für Sie „as a service“ zusammen: Wir leiden also weniger an einer Politikverdrossenheit, sondern vielmehr an einer „Parteienverdrossenheit“. Wir leiden an einer Kommunikationskrise mehr als an einer Demokratiekrise. Mit dieser Realität müssen wir uns auseinandersetzen, wenn wir über gelingende Bürgerkommunikation in der Digitalität nachdenken wollen. Statt der online üblichen Expressivität braucht es daher Reflexivität, um echte deliberative Demokratieformen im Habermas'schen Sinn zu realisieren. Damit komme ich zum zweiten Teilbereich meines Beitrags:

Nicht Politikverdrossenheit, sondern Parteienverdrossenheit ist das Problem der heutigen Gesellschaft.

Reflexivität vor Expressivität und das Dilemma der digitalen politischen Bildungsarbeit

Die Forderung nach mehr Reflexivität gilt heute mehr denn je. Es zeigt sich in diesen Tagen krass, dass die beschriebene Expressivität heute eine Eskalationsstufe erreicht hat, die sich nicht mehr nur auf die virtuelle Welt bezieht. Es zeigt sich, dass aus dem virtuellen Hass auf andere in den Kommentarspalten und Gesinnungsforen in Chemnitz und Köthen gewaltsame Hetze bis zum politischen Mord am hessischen Politiker Walther Lübke erwuchs. Damit wird klar: Das Ventil radikal freier Meinungsäußerung in den Onlinedebatten hat der Druck rechter Meinungsmache gesprengt und die Folge davon ergießt sich auf die Straßen. Protestdemokratie, die aus einem Mangel an Reflexivität entsteht, will aber keiner. Hier kommt die Bildung ins Spiel, die politische im Besonderen, wenn es darum gehen soll, Reflexivität im Volk zu befördern und „die womöglich demokratiegefährdende Distanz der Wählerinnen und Wähler zu den politischen Institutionen und

Prozessen sowie den Mandats- und Amtsträgern in Deutschland und Europa abzubauen“.¹³ Kein leichter Job, besonders, wenn wir uns klarmachen, was es mit der von der Demokratieforschung geforderten Reflexivität auf sich hat. Seit der Aufklärung gilt es als das höchste demokratische Bildungsziel, die Mündigkeit seiner Bürger zu befördern.¹⁴ Wie kann also diese geforderte Mündigkeit der Bürger im Informationszeitalter erreicht werden?

Das Vorhandensein von mehr Information hat nicht zu einem Anstieg gut Informierter geführt.

Ganz offensichtlich führt das Vorhandensein von mehr Information nicht zu einem Anstieg gut Informierter und auf Grundlage dieser Informationen zu mündigen Menschen. Leider. Waren die „Onliner“, wie man sie anfangs der 2000er noch nannte, häufig überdurchschnittlich politisch versiert, stimmt dies heute nicht mehr. Medienwissenschaftler sind sich einig: Zentrales Cleavage, die soziale Klassenspaltung des 21. Jahrhunderts, sei die Gefahr einer Wissenskluft zwischen gut und schlecht Informierten. Wobei schlecht in diesem Kontext nicht uninformiert, sondern „einseitig gefiltert informiert“¹⁵ bedeutet.

Angesichts der Informationsfülle der medialen Angebote „sich seines eigenen Verstandes zu bedienen“, wie es Immanuel Kant mit Blick auf den mündigen Bürger ja fordert, also ein politisches Urteil treffen zu können, bedarf es daher vor allem der Medienkompetenz. Laut Kultusministerkonferenz von 2012 ist die Medienkompetenz die Schlüsselqualifikation schlechthin, die an der Teilhabe einer demokratischen Gesellschaft befähigt. So weit so bekannt.

Alle politischen Bildungseinrichtungen nehmen sich dieser Aufgabe der Medienkompetenzerziehung an: Sowohl die technisch-instrumentelle Kompetenzvermittlung wie z. B. Smartphone-Nutzung für Senioren, die Zugang gewährt, wird in mannigfaltigen Formaten der Öffentlichkeit vermittelt. Ebenso der kritische Umgang mit den neuen Medien selbst und der kritische Umgang mit „Politainment“ in der Mediendemokratie, die kritische Reflexion von Fake News oder der Einsatz sogenannter Künstlicher Intelligenz steht in den Curricula der Bildungseinrichtungen.

Es sollte dabei allen klar sein, dass eine Verkürzung von Medienkompetenz auf technische Handhabungsfertigkeiten nicht ausreicht und es ist genauso klar, dass Medienkompetenz auch Stärkung der kritisch reflexiven Urteilsfähigkeit gerade auch in netzpolitischen Fragen bedeuten muss.¹⁶ Das tut die Hanns-Seidel-Stiftung genauso wie unsere Mitbewerber am Markt um die ohnehin begrenzte Ressource: die Aufmerksamkeit der Bürger! Diese politische Bildungsarbeit ist für die geforderte Reflexivität immens wichtig, diese größtenteils noch analog abgehaltenen Seminare in den Bildungszentren der Republik leisten einen wertvollen Beitrag, dass eben nicht einseitig Informierte sondern zur Mündigkeit Befähigte unsere Bildungsveranstaltungen wieder verlassen.

Aber, und jetzt kommt der selbstkritische und damit unangenehme Teil: Das genügt offensichtlich nicht! Das hat mit dem Dilemma aller politischen Bildungsarbeiter zu tun. Unsere Bildungsangebote erreichen in zu großem Maße nur die ohnehin politisch Interessierten. Wir leben gerade in den politischen Stiftungen in realen Weltanschauungs-Blasen beseelter Demokraten und erreichen über unsere virtuellen Verteilerlisten ein breites, aber immer das gleiche Publikum. Hier braucht es ein Umdenken und man kann von den Tech-Giganten Folgendes lernen:

- Ein digitales Customer-Relationship-Management, das die genaue Kundenansprache verbessert, hilft zielgruppenspezifischer als bisher, die Bildungsangebote an den Mann und die Frau zu bringen, statt immer die Gleichen mit unangepassten Inhalten zu langweilen und die Spamordner der Mail-Accounts zu befüllen.
- Eine strategische Aufrüstung im Bereich der Search-Engine-Optimization würde die Sichtbarkeit im unübersichtlichen Informationschaos erhöhen und mit dem effizienten Mittel der (internettauglichen) Verschlagwortung den Inhalten der politischen Bildungsarbeit in den Suchmaschinen mehr Relevanz beimessen.

Aber die im Eingangszitat gestellte Frage, die noch im Raum steht, ist, ob das Internet Menschen in den Kommunikationsprozess bringen wird, die ganz am Rande des politischen Engagements stehen bzw. von diesem Rand bereits heruntergefallen sind. Was ist mit denen, die „Wir sind das Volk“ skandieren? Wie lässt sich der Greta-Thunberg-Effekt der Fridays-for-Future-Bewegung in ein langfristiges politisches Engagement überführen? Wie kommen wir an die auf der Straße oder – noch schwieriger – an die in den privaten Chatgruppen und Internetforen als politische Bildner heran? Wie können wir deren Reflexivität erhöhen? Wie sie zu mündigen Bürgern machen? Verstehen Sie mich nicht falsch, es geht mir nicht um diejenigen, die auf der Straße offen ihre faschistischen Naziparolen brüllen – diese zeigen, dass sie nicht an einer Kommunikation teilnehmen wollen. Dieser demokratiegefährdenden faschistischen Tendenz muss man rechtsstaatlich mit aller Härte begegnen und gesamtgesellschaftlich so handeln, dass jene möglichst isoliert bleiben.

Allen anderen, die Protestdemonstration mit partizipativer Demokratie verwechseln, muss das Gesprächsangebot gemacht werden. Das muss Aufgabe politischer Bildung sein! Demagogen und Provokateuren sollte meiner Ansicht nach nicht die Bühne zur Selbstdarstellung in den Talkshows geboten werden, sondern sie müssen hoch auf die Podien der Bildungszentren. Den Streit suchen, die Kontroverse wagen, das schärft die Urteilsfähigkeit und die Haltung und befähigt zur Mündigkeit. Politische Bildungseinrichtungen

Wie erreicht man die Menschen, die am Rande des politischen Engagements stehen?

müssen zu Demokratiewerkstätten werden, in denen nicht nur Wissen um die Demokratie als Herrschaftsform vermittelt wird, sondern auch Demokratie als Lebens- und Gesellschaftsform erfahrbar und als Experimentierfeld erlebbar wird. Ja, gegen Leute, die sich voll bewusst aus dem Kontrafaktischen bedienen, ist mit Argumenten nicht beizukommen. Alles andere zu hoffen wäre realitätsfern. Aber die politischen Bildungshäuser der Republik müssen mehr denn je genau das dennoch probieren, sie müssen die Ventilstellen werden, an denen sich die Stimmung entladen kann, sie müssen die Dialogplattformen sein, an denen Argumente zwischen politischen Entscheidungsträgern untereinander, aber auch und vor allem zwischen Mandatsträgern und der Bevölkerung wirklich ausgetauscht, statt nur wiederholt werden. Runter vom akademischen Elfenbeinturm, rein in die verbale Schlamm-schlacht, rein in das zähe Ringen um die Deutungshoheit – und das durchaus mit wissenschaftlicher Schärfe und alltagsnaher!

Wer, wenn nicht wir, die sich als Hanns-Seidel-Stiftung „Demokratie, Frieden und Entwicklung“ auf die Fahnen geschrieben haben, sind damit beauftragt, diese Schlachten zu schlagen? Und das muss sowohl online wie offline gelten.

Damit komme ich zum dritten und letzten Punkt: Was müssen wir also tun, welche Maßnahmen muss die politische Bildungsarbeit künftig ergreifen?

Politische Bildung digital denken

Politische Bildungsarbeit muss die Kontroverse in Seminaren, aber auch online suchen.

Es ist wichtig, die Kontroverse zu suchen in ganz analogen Seminaren, aber eben auch online. Wir sehen in empirischen Studien wie beispielsweise die von Simon Hegelich, welcher hohen Einfluss das strategische Einsetzen von hyperaktiven Usern, die viele Stunden am Tag massenhaft teilen und liken, in Kombination mit Social Bots auf den politischen Meinungsbildungsprozess haben.¹⁷ Da drängt sich die Frage auf: Wer hat eigentlich beschlossen, dass die Demokratie nicht auch „trollen“ darf? Und ich frage bewusst provokant: Warum hat die politische Bildungsarbeit keine eigene Trollarmee? Die Zeiten sind meines Erachtens zu ernst, als dass man sich in dieser Frage hinter ästhetische Scheinfassaden zurückzieht. Es müsste in jeder Tätigkeitsdarstellung in der politischen Bildungsarbeit festgelegt sein, dass sich ein jeder eine gewisse Zeit seines Arbeitstages in die Niederungen der Kommentarspalten begeben solle, um dort gegen Fake News, verbale Verhöhnung und offen geäußerten Rassismus oder Antisemitismus zu kämpfen. Die Internetseiten der politischen Bildner sollten insgesamt responsiver und interaktiver werden, der direkte Austausch mit den Bürgern muss virtuell genauso wichtig werden wie der reale. Informationsvermittlung darf sich

nicht mehr nur noch darauf beschränken, Texte hochzuladen: Mithilfe von E-Collaboration-Tools können diese auch gemeinsam mit Experten und Bürgern entwickelt werden.

Es braucht eine „Reconquista Internet“ der politischen Bildungseinrichtungen, der demokratischen Parteien und Mandatsträger. Ich habe in Punkt zwei über das Phänomen des „slacktivism“ geschrieben und darüber, wie ein like, die flüchtige Teilnahme an einer Onlinepetition oder der schnelle Kommentar unter einen Hashtag lediglich oberflächlich und expressiv ist, wenn es keine Konsequenzen in Gesellschaft und Politik zeitigt. Ich stelle die rhetorische Gegenfrage: Hat denn der #MeToo nichts bewegt? Hat dieser Hashtag die politische Agenda nicht verändert? Eine solche #-Bewegung hat das Potenzial einer nicht nur jugendaffinen Sammlungsbewegung. Neigen wir nicht dazu, die Proteste der 80er-Jahre beispielsweise um den Nato-Doppelbeschluss zu verklären, dass sich dort allein die mündige Zivilgesellschaft zusammengefunden hätte? Das hat die Black-lives-matter-Bewegung genauso geschafft wie die MeToo- und die Fridays-for-future-Bewegung: Sie haben einen Schirm geschaffen, der in der Lage ist, auch unterschiedliche Interessensvertreter zu sammeln und deren Kräfte zu bündeln.

Wir sehen in der MeToo-Bewegung mustergültig, wie durch einen Hashtag das Erreichen einer kritischen Masse so viel Aufmerksamkeit erfuhr, dass es zu einer Sammlungsbewegung kommen konnte und damit nicht genug: In den USA ist nachweislich der politische Partizipationswillen so groß wie nie zu vor, nie zuvor drängten so viele Frauen in den Vorwahlen – den Primaries – auf die Kandidatenplätze. Ja, die flüchtige Teilnahme an einer solchen Bewegung ist eine expressive, eine demonstrative Partizipationsform. Aber wer sagt, dass daraus nicht eine deliberative Partizipation erwachsen kann? Mit Hilfe der politischen Bildungsarbeit, die sich als Frontkämpfer für die Demokratie und als Experimentierfeld versteht, kann eine online begonnene #-Kampagne für die Demokratie durchaus fruchten.¹⁸

Es wird aktuell zu wenig ausprobiert mit Civic-Tech, den sogenannten digitalen Demokratietechnologien. Die Politischen Bildungshäuser müssten zu Laboren für digitale Bürgerbeteiligungstools werden wie z. B. DemocracyOS oder pol.is oder MiVote und müssten deren Verwertbarkeit für unsere politischen Instanzen von kommunaler bis europäischer Ebene austesten.¹⁹ Stand heute haben diese digitalen Beteiligungsplattformen tatsächlich noch den Hang dazu, Mandatsträger nur noch zu Erfüllungsgehilfen der Plattformscheidungen zu machen und das stimmt nicht mit unserem Verständnis einer repräsentativen Demokratie überein, aber das muss ja nicht so bleiben. Die politischen Bildungshäuser müssten das Feld dafür bereiten, das einfach einmal auszuprobieren, anzupassen und zu perfektionieren. Dazu fehlt nur leider zu oft der Mut! Der Mut, sich konfrontativ mit anderen Meinungen

MeToo konnte durch einen Hashtag zu einer Sammlungsbewegung werden.

auseinandersetzen – online wie offline. Der Mut, mit einer innovativen Initiative auch einmal zu scheitern, der Mut, sich mit anderen Demokraten, die nicht die gleiche Parteifarbe haben, gemeinsam gegen Demokratiegefährder zu stellen, und es fehlt gerade im technologischen Bereich der Mut, Dinge zu testen.

**Es lebe der Mut,
Neues auszuprobieren
und Dinge zu testen!**

Mündige Bürger müssen diesen Mut haben – Sapere Aude! lautete die Losung der Aufklärung. Habe Mut weise zu sein, bedeutet das. Habe Mut, dich der gleichen technischen und strategischen Mittel zu bedienen wie die Feinde der Demokratie! Habe Mut zum Einsatz technologischer Mitbestimmungstools! So muss der Wahlspruch der politischen Bildung im 21. Jahrhundert lauten, verehrte Leserinnen und Leser.

MAXIMILIAN TH. L. RÜCKERT

Referent für Digitalisierung und Politik, Medien der
Akademie für Politik und Zeitgeschehen,
Hanns-Seidel-Stiftung, München

Anmerkungen

- ¹ Wilhelm, Anthony G.: Democracy in the digital Age. Challenges to Political Life in Cyberspace, London / New York 2000, S. 134.
- ² Steinmeier, Frank-Walter: Rede anlässlich der Eröffnung der Aktion „Deutschland spricht“, 23.9.2018.
- ³ Rezoluzzer. Die neue APO: Wie die Generation YouTube die deutsche Politik aufmischt, in: Der Spiegel, 1.6.2019.
- ⁴ Vgl. Stalder, Felix: Die Kultur der Digitalität, Berlin 2016.
- ⁵ Morozov, Evgeny: Zurück bleiben nur Berge von Fahrrädern, in: SZ-online, 1.12.2018.
- ⁶ Buchstein, Hubertus: Bittere Bytes: Cyberbürger und Demokratietheorie, in: Deutsche Zeitschrift für Philosophie 44/1996, S. 583-607 und S. 600.
- ⁷ Vgl. Habermas, Jürgen: Strukturwandel der Öffentlichkeit, Frankfurt a. M. 1990.
- ⁸ Nolte, Paul: Politik und Ich. Vom alten zum neuen Individualismus, in: Die politische Meinung 548/2018, S. 16-23 und S. 21.
- ⁹ Vgl. Hoecker, Beate: Mehr Demokratie via Internet? Die Potenziale der digitalen Technik auf dem empirischen Prüfstand, in: <http://www.bpb.de/apuz/26705/mehr%ADdemokratie%ADvia%ADinternet2/9>

- ¹⁰ Kersting, Norbert: Online-Partizipation und Medienkompetenz: Kann man Netiquette lernen?, in: Medienkompetenz. Herausforderung für Politik, politische Bildung und Medienbildung, hrsg. von Harald Gapski, Monika Oberle und Walter Staufer, Bonn 2017.
- ¹¹ Nolte: Politik und Ich, S. 21.
- ¹² Vgl. Morozov, Evgeny: The net delusion. How not to liberate the world, London 2011.
- ¹³ Münch, Ursula: Politische Bildung und die Misere von Politik und Politikwissenschaft, in: Zeitschrift für Politikwissenschaft 3/2012, S. 449-457.
- ¹⁴ Vgl. Sturzenhecker, Benedikt / Wohnig, Alexander: Begriffsvielfalt, Entgrenzung, Aufmerksamkeitskultur. Kommentare zur neuen Unübersichtlichkeit auf dem Arbeitsfeld der politischen Bildung, in: Politische Bildung 2/2019, S. 10-15 und S. 13.
- ¹⁵ Krüger, Uwe: Der neue Strukturwandel der Öffentlichkeit und die German Angst, in: Die neue Öffentlichkeit. Wie Bots, Bürger und Big Data den Journalismus verändern, hrsg. von Gabriele Hoffacker, Wolfgang Kenntemich und Uwe Kulisch, Wiesbaden 2018, S. 9-26 und S. 11.
- ¹⁶ Vgl. Oberle, Monika: Medienkompetenz als Herausforderung für die politische Bildung, in: Medienkompetenz. Herausforderung für Politik, politische Bildung und Medienbildung, hrsg. von Harald Gapski, Monika Oberle und Walter Staufer, Bonn 2017, S. 187-196 und S. 187 f.
- ¹⁷ Hegelich, Simon: Social Media im Wahlkampf. Die digitale Revolution der Meinungsbildung, Politische Studie im Auftrag der Hanns-Seidel-Stiftung, München 2018.
- ¹⁸ Vgl. Wuth, Marie: Affektive Netze. Politische Partizipation und Spinoza, in: Affekt Macht Netz. Auf dem Weg zu einer Sozialtheorie der Digitalen Gesellschaft, hrsg. von Rainer Mühlhoff, Anja Breljak und Jan Slaby, Bielefeld 2019, S. 269-290.
- ¹⁹ Näheres dazu bei: Kneuer, Marianne: Politische Kommunikation und digitale Medien in der Demokratie, in: Medienkompetenz. Herausforderung für Politik, politische Bildung und Medienbildung, hrsg. von Harald Gapski, Monika Oberle und Walter Staufer, Bonn 2017, S. 43-52.