

**Partizipation im und mit dem Social Web –  
Herausforderungen für die politische Bildung**

Expertise für die  
**Bundeszentrale für politische Bildung**

**Ulrike Wagner, Peter Gerlicher und Niels Brügger**

JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis

München im Oktober 2011

## Inhalt

<b>Einleitung.....</b>	<b>1</b>
<b>1 Grundannahmen und Ertrag der Expertise.....</b>	<b>2</b>
1.1 Definition von Partizipation.....	2
1.2 Sozialraum als wichtige Dimension von Partizipation.....	3
1.3 Ressourcenorientierung als Grundprinzip politischer Bildungsarbeit.....	4
1.4 Strukturen von Beteiligung im Social Web.....	5
1.5 Ertrag der Expertise: Partizipative Potenziale im Medienhandeln und Schlussfolgerungen für die politische Bildungsarbeit.....	8
<b>2 Partizipation im Internet.....</b>	<b>9</b>
2.1 (Online-)Medienhandeln von Heranwachsenden.....	9
2.2 Beteiligungsformen von Heranwachsenden im Social Web.....	11
2.3 Anforderungen an die Fähigkeiten von Heranwachsenden in komplexen Medienwelten.....	15
2.4 Zwischenfazit: Anforderungen an die Konzeption von Partizipationsangeboten mit und im Social Web.....	17
<b>3 Systematisierung und exemplarische Analyse von Beteiligungsangeboten im Internet.....</b>	<b>19</b>
3.1 Spektrum an Beteiligungsangeboten.....	19
3.2 Handlungs- und Gestaltungsmöglichkeiten.....	20
3.3 Fallbeispiele.....	21
3.4 Zwischenfazit: Kernpunkte für die Gestaltung von Beteiligungsangeboten.....	29
<b>4 Herausforderungen für die politische Bildungsarbeit mit und im Social Web.....</b>	<b>33</b>
4.1 Thesen für die politische Bildungsarbeit.....	33
4.2 Kriterien für Partizipationsprojekte mit und im Social Web.....	36
<b>Literatur.....</b>	<b>40</b>
<b>Anhang.....</b>	<b>43</b>

## Einleitung

Die veröffentlichte Diskussion um die Etablierung des Web 2.0 ist u.a. gekennzeichnet von den Vorstellungen einer enthierarchisierten Gesellschaft, in der eine sog. neue ‚Netzkultur‘ allen den gleichberechtigten Zugang zur Information und die Produktion und Veröffentlichung von Informationen gewährt. Jenkins beschreibt diese medialen Entwicklungen zusammenfassend als die Möglichkeit zur Realisierung einer „participatory culture“, die Teilhabe nicht mehr als relativ abstrakte, stark normativ orientierte Zielvorstellung des Handelns begreift, sondern als eine, die ihren Ausdruck in den alltäglichen medialen Tätigkeiten findet (vgl. Jenkins u.a. 2008). Erleichtert wird diese Art von Teilhabe durch einfache Hilfsmittel, die produktive Akte ebenso fördern, wie sie Möglichkeiten bieten, sich quasi jederzeit und allerorts in Interaktionen mit anderen einzubringen.

Ob diese Beteiligungsmöglichkeiten aber den Kriterien ‚ernstgemeinter‘ Partizipation entsprechen, die dem Ideal der Selbstbestimmung und gesellschaftlichen Verantwortung verpflichtet ist, bleibt zu prüfen. Zu diskutieren ist, welche Teilhabemöglichkeiten die Social Web-Angebote eröffnen, inwiefern Teilhabemöglichkeiten in der Alltagspraxis des Medienhandelns zu identifizieren sind und wie innovative Partizipationsprojekte konzipiert und gestaltet werden sollten. Eine differenzierte Analyse ‚neuer‘ Beteiligungsformen ist umso mehr gefordert, um Formen der Teilhabe und Selbstbestimmung von sog. „Fehlformen“ der Partizipation (Stange 2007 unter Bezug auf Schröder 1995) unterscheiden zu können. Die vorliegende Expertise bietet in ihrem Ertrag eine Grundlage, um

1. die Beteiligungsformen des Social Web auf ihre Potenziale für partizipatives Handeln zu analysieren und
2. daraus Schlussfolgerungen für die Weiterentwicklung handlungsorientierter politischer Bildung mit dem Fokus auf Heranwachsende zu ziehen.

Zunächst werden dabei Grundannahmen zum Verständnis von dem Social Web ausgehend von beteiligungszentrierten und lebensweltorientierten Ansätzen skizziert (Kapitel 1). Im nächsten Abschnitt werden auf der Basis bereits vorliegender empirischer Ergebnisse zu Partizipation im Internet Anforderungen an gesellschaftlich handlungsfähige Subjekte angesichts des Social Web konkretisiert. Kapitel 3 widmet sich der Beschreibung exemplarischer Beispiele und in Kapitel 4 werden Schlussfolgerungen für die politische Bildungsarbeit im Social Web gezogen.

## 1 Grundannahmen und Ertrag der Expertise

Die Expertise fußt auf folgenden Prämissen und Definitionen, die eine Grundlage für ein Konzept für Partizipation im und mit dem Social Web darstellen. Den normativen Rahmen bildet die Annahme, dass politische Bildungsarbeit die Subjektwerdung der Individuen befördert. Für die Jugendarbeit konkretisiert meint dies das Ziel, dass Kinder und Jugendliche „sich als Subjekte (Selbstbestimmung) politischen Handelns (gesellschaftliche Mitverantwortung) erfahren, ihre (politischen) Perspektiven und Handlungsmöglichkeiten erweitern und sich Kompetenzen politisch-demokratischen Handelns und Mitentscheidens aneignen“ (Sturzenhecker 2007, S. 9). Mit dem Begriff der gesellschaftlichen Mitverantwortung<sup>1</sup> ist zudem ein weiter Politikbegriff grundgelegt, der offen für die Themen der Lebenswelt und somit für einen sozialraumorientierten Ansatz ist, und gleichzeitig das Subjekt und seine Ressourcen in den Mittelpunkt rückt.

### 1.1 Definition von Partizipation

Partizipation umfasst soziale, kulturelle und politische Sphären und kann nicht auf die Unterscheidung zwischen Inklusion oder Exklusion an bzw. von Gesellschaft reduziert werden. Vielmehr ist Partizipation im Rahmen der beteiligungszentrierten Demokratietheorien zu konzipieren als „politische Beteiligung möglichst vieler über möglichst vieles, und zwar im Sinne von Teilnehmen, Teilhaben, Seinen-Teil-Geben und innerer Anteilnahme am Schicksal eines Gemeinwesens“ (Schmidt 2008, S. 236). Ernstgemeinte Partizipation sichert Bürgerinnen und Bürgern ihren Status als Subjekte mit eigener Entscheidungsgewalt. Partizipation wird dabei nicht gewährt, sondern sie ist ein fundamentales Recht aller Mitglieder der Gesellschaft in allen sie betreffenden gesellschaftlichen Bereichen (vgl. Knauer/Sturzenhecker 2005, Stange 2007). Zentral für die Erfüllung der Ansprüche einer solchen normativen Begriffsbestimmung von Partizipation ist neben der Mitsprache, Mitwirkung und Mitbestimmung die mitverantwortliche Selbstbestimmung. Diese Begriffsbestimmung knüpft an die Ansätze der partizipatorischen bzw. deliberativen Demokratietheorie an<sup>2</sup> und ermöglicht, auch die Entwicklung partizipativer Handlungsweisen in den Blick zu nehmen. Partizipation wird in diesen Ansätzen als „permanenter Lernprozess möglichst vieler Menschen“ begriffen (Stange 2007, S. 10). Zentral für pädagogische Prozesse erweist sich, dass durch die konzeptionelle Radikalität der Zielperspektive Selbstbestimmung die Zwischenstufen und -schritte von Beteiligung nicht als wertlos betrachtet werden, sondern auch Fehler, mangelnde Kompetenzen und Rückschritte als wesentliche Aspekte von Demokratie-Entwicklung angesehen werden (Knauer/Sturzenhecker 2005, S. 67). Wenn es um die Zielgruppe Heranwachsende geht, sind diese Prozesse zudem immer in Bezug zum Entwicklungsstand und zu den Kompetenzen der Kinder und Jugendlichen zu betrachten.

Angesichts der Tatsache, dass Heranwachsende partizipative Interaktionsformen als Möglichkeit in ihrem Handlungsrepertoire Schritt für Schritt erlernen und zugleich im Prozess der Sozialisation sich verschiedene Bereiche gesellschaftlichen Zusammenlebens erst erschließen, ist eine Begriffsfassung anzulegen, die nicht zu eng auf politische Partizipation ausgerichtet ist. Vielmehr geht es in der pädagogischen Arbeit darum, Möglichkeiten zur Partizipation in der Lebenswelt von Kindern und

---

<sup>1</sup> Dieser Begriff ist auch im Sozialgesetzbuch VIII als Ziel von Jugendarbeit verankert (Sturzenhecker 2007, S. 9).

<sup>2</sup> Vgl. dazu z.B. Barber (1994 (englisch 1984)), Fishkin (1991, 1997), Habermas (1992, 1999) und Pateman (1970).

Jugendlichen zu schaffen und dort Beteiligung und Selbstbestimmung erfahrbar und damit erlernbar zu machen. Hilfreich ist vor diesem Hintergrund eine Differenzierung der Organisationsformen, in denen Partizipation stattfinden kann, und ihrer Ziele wie sie Gaiser und de Rijke (2010) vorschlagen:

Inhalte/Ziele	Organisationsform		
	1. Traditionelle Vereine, Verbände, Organisationen	2. Informelle Gruppierungen	3. Aktionen (temporär/situativ/punktuell)
Politik	Parteien	Menschenrechts-/Friedensbewegung u.a.	Wahlen, Demonstrationen (unkonventionell/konventionell)
Interessen-, Gruppenziele	Gewerkschaften, Berufsverbände	Frauen-/Männergruppen, Stadtteilinitiativen	Gewerkschaftliche Streiks
Nicht-politische bzw. private Ziele	Sportvereine, gesellige Vereinigungen	Tierschutzgruppen	

Abbildung 1: Systematisierung von Organisationsformen zur Partizipation (aus: Gaiser/de Rijke 2010, S. 17)

Mit Blick auf die Partizipationsförderung von Kindern und Jugendlichen wären hier insbesondere auch die in ihren Lebenswelten relevanten Organisationsformen wie z.B. Schule oder Jugendverbände aber auch Formen aktionsorientierter Selbstorganisation über Social Media zu berücksichtigen.

## 1.2 Sozialraum als wichtige Dimension von Partizipation

Partizipation ist zumeist auch verbunden mit einer bestimmten Vorstellung von Raum, in dem Informationen und Argumente ausgetauscht werden und Entscheidungen im Diskurs gefällt werden. Galt die Agora der griechischen Polis als Idealtypus eines öffentlichen Raums für demokratische Willensbildungsprozesse, sind (politische) Entscheidungen heutzutage – und gerade in der Diskussion um medial vermittelte und mit medialen Werkzeugen realisierte Willensbildungsprozesse – längst nicht mehr an physikalische Räume gebunden. Aus der Perspektive der Sozialökologie ist Raum „kein statisches Gebilde, sondern stellt vielmehr einen Kontext dar, in den soziale Beziehungen eingelagert sind und in dem komplexe soziale Interaktionen realisiert werden“ (Lange/Zerle 2010, S. 67). Ein solches Raumkonzept erweist sich als hilfreich zur Beschreibung aktueller (Medien-)Entwicklungen und ist zugleich anschlussfähig an Sozialraumkonzepte der Jugendarbeit.

Sozialpädagogische Konzepte, die in der Linie von Sozialraum-Ansätzen zu verorten sind, haben das Aneignungskonzept aufgegriffen und stellen darüber den Bezug zu Sozialräumen her, in denen Kinder und Jugendliche aufwachsen: Die Aneignung von Gegenständen und Wissen findet in Räumen statt, die die Strukturen der Gesellschaft widerspiegeln. Dabei wird die grundlegende Auffassung des kulturhistorischen Ansatzes aufgegriffen, der „die Entwicklung des Menschen als tätige Auseinandersetzung mit seiner Umwelt und als Aneignung der gegenständlichen und symbolischen Kultur“ versteht (Deinet 2009, S. 2; vgl. auch Deinet/Reutlinger 2004). Die These von Deinet unter Bezug auf Holzkamp (1973) lautet, dass sich „die konkreten Verhältnisse unserer Gesellschaft, so wie sie Kinder und Jugendliche erleben, vor allem räumlich vermitteln“ (Deinet 2009, S. 3). Raum hat als Kontext eine wesentliche Funktion für die Sinnggebung der Subjekte im Rahmen ihres Handelns. Die Räume, in denen Menschen sich bewegen, sind zum überwiegenden Teil nicht naturbelassen,

sondern sie sind von Menschen gestaltet, verändert und strukturiert. Gleichzeitig strukturieren diese Räume durch ihre Möglichkeiten und Begrenzungen den subjektiven Aneignungsprozess, indem sie einen spezifischen Rahmen für Aneignungsprozesse setzen; „inwieweit Aneignung als Eigentätigkeit stattfinden kann, hängt wesentlich von den äußeren Bedingungen und Anregungen ab“ (Deinet 2009, S. 3). Zugrundegelegt ist den Ausführungen von Deinet die Konzeption von Raum nach Löw (2001), die für viele der neueren sozialraumorientierten Arbeiten den Ausgangspunkt bildet. Löw kritisiert die Gegenüberstellung von Subjekt und Raum, die für sie zu einem absolutistischen Raumbegriff führt, „der als Synonym für Erdboden, Territorium oder Raum verwendet wird“ (Löw 2001, S. 264). Sie schlägt stattdessen einen relationalen Raumbegriff vor, der auf die aktuelle gesellschaftliche Situation angemessener angewendet werden kann. Löw skizziert räumliche Sozialisation als „verinselte Vergesellschaftung“, die Raum als einzelne funktionsgebundene Inseln erfahrbar macht (Löw 2001, S. 265). In aktuellen Arbeiten zum Sozialraum von Heranwachsenden wird darauf verwiesen, dass lebensweltorientierte Konzepte zum Aufwachsen von Kindern und Jugendlichen die aktuellen gesellschaftlichen Bedingungen reflektieren müssen. Unter den gegenwärtigen Umständen einer „Kolonialisierung der Lebenswelt in unzusammenhängende ‚Inseln‘“ (Deinet 2009, S. 11) stehen Kinder und Jugendliche vor der schwierigen Aufgabe, ihre Erfahrungen zu erweitern und sich immer weitere lebensweltliche Zusammenhänge zu erschließen. Diese Inseln werden über Transportmittel miteinander verbunden und durch Syntheseleistungen der Subjekte zu Räumen verknüpft. Neben dieser Erfahrung der Verinselung ändern sich auch die Kommunikationsformen. So erfahren Kinder und Jugendliche neue Räume, wenn sie z.B. mit der Nutzung von Computer und Internet vertraut werden und sich neue Interaktionsformen aneignen. „Die zeitlich nicht verzögerte Kommunikation zwischen Menschen, die miteinander keine räumliche Einheit bilden“ ist ein prägender Faktor für die räumliche Sozialisation (Löw 2001, S. 265) und damit in der Folge auch eng verbunden mit den Fähigkeiten der Subjekte, gesellschaftliche Verantwortung auszubilden.

Die Rolle der Medien ist dabei differenziert in den Blick zu nehmen. Sie sind als ein erweiterter Handlungsbereich für Kinder und Jugendliche wie auch als unmittelbar mit den Lebenswelten von Jugendlichen verbunden und in enger Wechselwirkung stehend zu betrachten. Eine strenge Trennung zwischen online/virtuell und offline/real erweist sich dabei als nicht zielführend. Auf die Veränderungen in den Sozialräumen von Heranwachsenden verweist Ketter (2011), wenn sie unter Bezug auf Röhl (2009) und Deinet (2010) „vireale Sozialraumaneignung“ als Prozess beschreibt, in dem Jugendliche gefordert sind, sich mit ihrem Selbst und der sozialen, materiellen und symbolischen Umwelt auseinanderzusetzen, in der Virtualität und Realität nicht länger als getrennt zu betrachten sind, sondern einander ergänzen.

### **1.3 Ressourcenorientierung als Grundprinzip politischer Bildungsarbeit**

Bildung – politische Bildung eingeschlossen – wird hier verstanden als „umfassender Prozess der Entwicklung einer Persönlichkeit in der Auseinandersetzung mit sich und seiner Umwelt. Das Subjekt bildet sich in einem aktiven Ko-Konstruktions- bzw. Ko-Produktionsprozess, eignet sich die Welt an und ist dabei auf bildende Gelegenheiten, Anregungen und Begegnungen angewiesen, um kulturelle, instrumentelle, soziale und personale Kompetenzen entwickeln und entfalten zu können.“ (Zwölfter Kinder- und Jugendbericht 2005, S. 23).<sup>3</sup> Eine Zieldimension eines weiten Bildungsbegriffs, die in der

---

<sup>3</sup> Dieses Verständnis von Bildung richtet sich gegen eine funktional-instrumentalisierende Perspektive von Bildung und bezieht sich auf Thiersch (2004) und Klafki (1991), zitiert im Zwölften Kinder- und Jugendbericht 2005, S. 108.

Mehrzahl der Definitionen aber nur implizit angelegt ist, ist die Teilhabe an Gesellschaft. Liebau (2002) integriert den Teilhabebegriff in sein Bildungsverständnis und definiert Bildung u.a. als „Teilhabeinteresse und Teilhabefähigkeit in verschiedenen Lebensbereichen“ (S. 30). Bildung meint also auch die Entwicklung von „Daseinskompetenzen“, die die Lebensführung insgesamt betreffen (Krappmann 2002).<sup>4</sup> Mit dem Ansatz, dass die konkreten Handlungsweisen der Heranwachsenden Ansatzpunkte zum Ausbau von (bereits vorhandenen) Fähigkeiten und zur Erweiterung von Kompetenzbereichen bergen, die sich für die alltägliche Lebensführung als gewinnbringend erweisen können (vgl. Lange 2002), wird damit die Ressourcenorientierung zu einem wichtigen Grundprinzip pädagogischen Arbeitens. Entsprechend gilt es, den Blick zu weiten auf Bildungsräume und -strukturen, die außerhalb des institutionellen Rahmens liegen, also Räume und Strukturen, in denen eingebettet in die alltägliche Lebensführung informell Teilhabeinteresse und -fähigkeit erworben und erweitert werden. Zu fragen ist entsprechend auch, welche Ressourcen im alltäglichen Medienhandeln zu identifizieren und wo hier Fördermöglichkeiten anschlussfähig sind.

#### 1.4 Strukturen von Beteiligung im Social Web

Angebote des *Web 2.0*, das auch als „Mitmachnetz“ (Fisch/Gscheidle 2008) bezeichnet wird, bieten Möglichkeiten, die über das Rezipieren medialer Inhalte hinausgehen. So steht es prinzipiell jedem bzw. jeder frei, eigene Inhalte zu gestalten und zu veröffentlichen sowie mit anderen zu kommunizieren. Inzwischen ist der Begriff *Web 2.0* zu einem Schlagwort geworden, das eher unscharf verwendet wird und sehr unterschiedliche Angebote subsumiert. Kritik wird insbesondere da laut, wo *Web 2.0* mit der Verwirklichung von Teilhabe für breite Bevölkerungsschichten gleichgesetzt und dabei aber unterschlagen wird, dass der Begriff eigentlich ein Geschäftsmodell beschreibt. (vgl. u.a. Jenkins 2009). Trotz seiner Herkunft hat sich das Schlagwort *Web 2.0* als Bezeichnung für Internetangebote durchgesetzt, bei denen Nutzerdaten und -profilen ein hoher Stellenwert zukommt, bei denen die Vernetzung zwischen Nutzenden unterstützt wird, bei denen Nutzende die Möglichkeit haben, eigene Inhalte einzubringen und bei denen aus der Masse von Nutzenden ein Mehrwert für die Einzelnen entstehen soll (vgl. Cormode/Krishnamurthy 2008, kritisch auch Madden/Fox 2006 oder Jenkins 2009). Für die Expertise wird der Begriff Social Web verwendet, der insbesondere auf die Vernetzung zwischen den Nutzenden abhebt.

Um einen differenzierten Blick auf das Handeln der Heranwachsenden und deren Möglichkeiten für Partizipation werfen zu können, bietet sich das Stufenmodell von Schröder (1995) in der Modifizierung von Stange (2007) an, der drei Bereiche von Teilhabe bestimmt:<sup>5</sup>

- Formen der Beteiligung, die von der Teilhabe bis hin zur Mitbestimmung reichen,
- Formen der Selbstbestimmung und Selbstverwaltung und
- Fehlformen, in denen Kinder und Jugendliche nicht selbst entscheiden können, in denen sie als Dekoration dienen oder nur Alibi-Funktionen übernehmen.

Dieses Modell knüpft als pragmatisches Konzept am konkreten Handeln bzw. den konkreten, in Aussicht gestellten oder realisierten Handlungsmöglichkeiten von Heranwachsenden an und kann für eine Differenzierung des Medienhandelns in Online-Räumen nutzbar gemacht werden. Unter

<sup>4</sup> Krappmann bezieht sich in seinen Ausführungen auf den fünften Familienbericht.

<sup>5</sup> Die ursprüngliche Gliederung von Schröder (1995) sieht eine Stufenleiter vor, die Stange aber nebeneinander als nicht hierarchisch gegliederte Abfolge darstellt.

Einbezug dieser Unterscheidung kann qualifiziert werden, wo sogenannte Beteiligung zum Alibihandeln wird, z.B. bei tendenziösen Web-Umfragen, die eher der Meinungsmanipulation dienen, oder einer Beschränkung auf einen Klick mittels eines ‚Gefällt mir‘-Buttons. Diese Kategorisierung zeigt aber auch, wie ‚echte‘ Beteiligungsformen im Internet aussehen sollten und an welchen Kriterien sie zu bemessen sind (vgl. ausführlich Wagner 2011). Grundsätzlich ist zu berücksichtigen, dass es nicht ausreicht, das Medienhandeln alleine zu betrachten; der thematische wie der soziale Kontext sind wesentlich, um die Qualität von Beteiligungsformen einschätzen zu können.

Unterschiedliche Formen der *Beteiligung* lassen sich beispielhaft am Gebrauch jener Angebote, die unter dem Schlagwort des Social Web zusammengefasst werden, differenzieren:

- Das Positionieren über Statements oder über die Zugehörigkeit zu bestimmten Gruppen ist eine gängige Form der Teilhabe, im Sinne von Stange (2007) verstanden als eher einfache Form, am Geschehen einer Gruppe teilzuhaben.
- *Mitwirkung* ist über die verschiedenen Formen des Sich-Einbringens möglich: Insbesondere wenn Jugendliche eigene Werke online präsentieren, leisten sie einen aktiven Beitrag zur Gestaltung des medialen Raumes. Dabei werden Themen aufgeworfen, diskutiert und die Einzelnen können über Beiträge von anderen Rückmeldung erhalten.

Weitere Formen sind unter dem Stichwort *Mitbestimmung* zusammenzufassen. Die Formen der Beteiligung weisen hier eine große Bandbreite auf, z.B.:

- die Einrichtung und Moderation eigener Gruppen in Communitys,
- verschiedene Formen der Abstimmung, z.B. über das Erscheinungsbild einer Community oder
- Mitbestimmungsformen über die Ausrichtung und thematischen Schwerpunkte der Angebote.

Formen der *Selbstbestimmung* sind da auszumachen, wo Heranwachsende sich ihre eigenen Räume weitgehend außerhalb vorgegebener und vorstrukturierter Räume schaffen und ihre eigenen Spielregeln konstituieren, z.B.

- in Form von selbst initiierten thematischen Communitys oder Foren, die unabhängig von etablierten Communitys gemeinschaftlich realisiert werden,
- oder eigenen Websites, Blogs oder der Nutzung von Social Web-Tools wie *Twitter*, bei denen die Anbieter Strukturen zur Verfügung stellen, aber innerhalb dieses Rahmens keine inhaltlich einschränkenden Vorgaben zu erkennen sind. Hier ist die Eröffnung von Diskursen zu bestimmten Themen möglich, die in ihren Konsequenzen dem Ideal von Selbstbestimmung und Selbstverwaltung nahe kommen können.

Darüber hinaus sind aber auch jene Online-Angebote in den Blick zu nehmen, die nicht im engeren Sinne dem Social Web zuzuordnen sind, aber auch in jeweils spezifischer Weise für Partizipation relevant sein können oder sogar explizit darauf ausgerichtet sind. Auch hier kann mit der Unterscheidung der (Fehl-)Formen von Partizipation eingeschätzt werden, inwieweit sie tatsächlich Partizipation ermöglichen oder nur suggerieren: Hierzu zählen sogenannte Partizipationsportale zu Entscheidungsprozessen, Kampagnenportale, Portale mit dem Ziel, Transparenz herzustellen (im politischen System bspw. *abgeordnetenwatch.de*) oder auch schlichte Online-Tools zur translokalen Arbeitsorganisation (wie bspw. *Doodle* zur Terminfindung). Zudem ist mit der beschriebenen Systematik von Mitwirkung, Mitbestimmung oder Selbstbestimmung auch möglich zu differenzieren, inwieweit und in welchen Formen auf den entsprechenden Portalen nur in einem vorstrukturierten Rahmen (bspw. mit einem



thematischen Fokus) Partizipation oder auch die Nutzung der Ressourcen (technische Dienste wie auch Öffentlichkeit auf der Plattform) für eigene Anliegen ermöglicht wird.<sup>6</sup>

Die Zuordnung möglicher Ausformungen des Medienhandelns zeigt die Vielfältigkeit, sich mit und über Medien zu beteiligen. In dem vorgelegten Systematisierungsversuch wird die Frage nach der Entscheidungsmacht der Subjekte offenkundig, die sich am Ideal der Selbstbestimmung orientiert. Die Entscheidungsmacht der Subjekte ist eng damit verwoben,

- **welches Handlungsspektrum zur Partizipation den Einzelnen offen steht:** Die Art und Weise, wie die Einzelnen sich an Entscheidungsprozessen beteiligen können, hängt meist eng mit der Frage zusammen, ob es sich um selbstorganisierte Formen der Partizipation handelt oder um von bestimmten Akteurinnen und Akteuren gewährten Formen von Partizipation. In letzteren Fällen beeinflussen sie (Politik, Verbände, Pädagoginnen und Pädagogen etc.) mit dem medialen Rahmen, den sie gestalten und bereitstellen, die Handlungsspielräume, die den Einzelnen zur Verfügung stehen.
- **welche Wirkung eine Handlung hat oder entwickeln kann:** Nach der oben eingeführten Systematik kann im Bereich der Mitbestimmung und Selbstbestimmung direkt eine wie auch immer geartete *Reichweite der Entscheidungen* betrachtet werden, da in diesen Fällen mit anderen gemeinsam Entscheidungen über bestimmte Sachverhalte getroffen werden. In anderen Fällen (wie bspw. der Mitwirkung an Diskussionen) entfaltet sich Wirkung diffuser und ein direkter Einfluss auf Entscheidungen kann kaum bestimmt werden. Als Reichweite lässt sich dennoch bestimmen, auf welche Bereiche die Partizipation abzielt. Übergreifend lässt sich Reichweite z.B. daran differenzieren, ob das Handeln innerhalb eines Handlungsraumes (bspw. eines Portals) bleibt oder ob Handlungen darauf zielen, auch in weiteren Handlungsbereichen Wirkung zu erzielen (bspw. Einflussnahme auf politische Entscheidungsprozesse). Angesichts der zunehmenden Verwobenheit von Onlinehandlungen in lebensweltliche Kontexte erscheint eine Unterscheidung allein danach, wo die Handlung vollzogen wird heutzutage unzureichend.
- **wie transparent der Handlungsrahmen für die Einzelnen ist:** Souveränes Handeln ist nur dann möglich, wenn der Handlungsrahmen transparent ist. Somit ist zu betrachten, inwiefern für die Einzelnen ersichtlich ist, welche Wirkung eine Handlung hat oder entwickeln kann. Aber auch weitere Aspekte des Handlungsrahmens müssen transparent sein, wie bspw. bei Entscheidungsprozessen, woher die Informationen für die Entscheidungen kommen, wie die Entscheidungsfindung zu Stande kommt und an welchen Stellen die Einzelnen Einfluss nehmen können.

Insgesamt wird deutlich, dass die Qualität von Partizipation nur schwer zu bestimmen ist, wenn nur das Medienhandeln alleine betrachtet wird. Zu berücksichtigen ist, dass diese Einschätzung erst im Abgleich mit lebensweltlichen Kontexten der Heranwachsenden zu leisten ist. Ob das Medienhandeln Erweiterungen für Teilhabeinteresse und -fähigkeiten bereithält oder ob es u.U. sogar eher eine Engführung bedeutet, kann erst in einer eingehenden Interpretation dieses Handelns geklärt werden, bei der sowohl die Bedingungen auf Seiten der Subjekte als auch die Handlungsrahmen und medialen Kontexte, in denen sich dieses Handeln vollzieht, berücksichtigt werden.

---

<sup>6</sup> Vgl. zu möglichen Verbindungen von „managed forms of participation“ und selbstorganisierten Formen Collin (2009).

## 1.5 Ertrag der Expertise: Partizipative Potenziale im Medienhandeln und Schlussfolgerungen für die politische Bildungsarbeit

Partizipation im und mit dem Social Web wird im Verständnis dieser Expertise folgendermaßen gefasst und impliziert damit bestimmte Grundbedingungen für pädagogisches Handeln:

### 1. Partizipation

- sichert den Subjektstatus der Einzelnen und ihrer Entscheidungsmacht,
- hat ihre Grundlage in der alltäglichen Lebensführung, in welcher Teilhabeinteresse und Teilhabefähigkeiten entwickelt werden
- ist verankert in der Lebenswelt der Subjekte, in der sowohl Potenziale als auch Beschränkungen liegen können
- nimmt Bezug auf persönliche, soziale und kulturelle Voraussetzungen und Ressourcen der Beteiligten (z.B. Entwicklungsstand und Verstehensfähigkeiten)
- entfaltet ‚Wirkung‘ im Sinne von Einflussnahme auf und Gestaltung von Entscheidungsprozessen
- ist zu differenzieren in unterschiedliche Formen der Online-Beteiligung, deren Spektrum von Mitwirkung über Mitbestimmung bis hin zur Selbstbestimmung reicht

### 2. Die Qualität von Partizipation ist über die Möglichkeiten und Grenzen zu bestimmen, die sich in den Angebotsformen differenzieren lassen, und zwar in Bezug auf

- Zugangsmöglichkeiten
- Handlungs- und Gestaltungsmöglichkeiten (z.B. Kommunikationskanäle)
- Reichweite der Entscheidungen
- Transparenz
- notwendigen Fähigkeiten und Fertigkeiten im Umgang mit Social Web-Angeboten

Diese Aspekte bilden zentrale Kriterien, um Partizipationsangebote im Social Web zu analysieren.

Mit dieser Grundkonzeption von Partizipation im und mit dem Social Web kann das demokratische Potenzial im Medienhandeln untersucht werden. Insbesondere mit Blick auf die neueren Medienentwicklungen im Social Web stellen sich daran anschließend Fragen in Bezug auf die Verwirklichung von Mitsprache, Mitwirkung, Mitbestimmung und Selbstbestimmung der Beteiligten, insbesondere mit Blick auf Jugendliche und junge Erwachsene als Zielgruppe politischer Bildung:

- Welche medialen Werkzeuge, Kommunikationskanäle und -angebote sind geeignet, um Partizipation im oben genannten Sinne zu verwirklichen?
- Welche (medialen) Räume können von den Beteiligten in welcher Form gestaltet werden?
- Welche Anforderungen ergeben sich daraus für die politische Bildungsarbeit mit und im Social Web?

## 2 Partizipation im Internet

Wie Partizipation mit und über Medien realisiert wird, hängt ab von den lebensweltlichen Ressourcen und den Ressourcen, die über das Medienhandeln selbst erworben werden können bzw. dort zur Verfügung stehen. Dabei kann es sich um

- strukturelle (mediale Ausstattung, Fähigkeiten und Fertigkeiten im Umgang),
- soziale (Unterstützungsangebote durch Familie oder innerhalb der Peergroup) und
- individuelle Ressourcen (thematische Interessen) handeln (vgl. dazu auch Wagner 2011).

Damit sind neben den lebensweltlichen Bedingungen, die das Medienhandeln rahmen, auch die Fähigkeiten und Fertigkeiten im Umgang mit Medien tangiert, um souverän die eigene Lebensführung gestalten zu können. Diese Fähigkeiten können teilweise im Mediengebrauch selbst entwickelt werden, gerade jedoch die Fähigkeiten der Reflexion und Orientierung bedürfen der Anregung von außen, um mediale Angebote und Strukturen selbstbestimmt für die eigene Zwecke in Gebrauch zu nehmen. Ziel dieses Kapitels ist es, vor dem Hintergrund vorliegender empirischer Ergebnisse, die Anforderungen für Partizipation im und mit dem Social Web zu konkretisieren.

### 2.1 (Online-)Medienhandeln von Heranwachsenden<sup>7</sup>

Der Medienumgang ist von den lebensweltlichen Bedingungen geprägt und dabei spielen der Bildungshintergrund und soziale Kontexte eine wesentliche Rolle. Dieser Befund stammt aus verschiedenen Studien sowohl zum Fernsehumgang von Heranwachsenden (vgl. z.B. Paus-Haase u.a. 1999) als auch zur Erforschung des Medienumgangs über verschiedene Angebote hinweg (Treumann u.a. 2007). Die Forschung zum Medienhandeln in Online-Räumen, wie z.B. Studien zum Digital Divide (vgl. z.B. Zillien 2006), verweist ausnahmslos darauf, dass soziale Ungleichheiten sich in den Online-Räumen fortsetzen. Es sind für den deutschsprachigen Raum kaum mehr Zugangsbeschränkungen auszumachen<sup>8</sup>, auf der Ebene des Umgangs mit diesen Medien zeigen sich hingegen deutliche Differenzen in der Nutzung durch unterschiedliche Sozial- und Bildungsmilieus (vgl. Iske/Klein/Kutscher /Otto 2007). Dem Umgang mit Computer und Internet wird dabei immer größere Bedeutung zugeschrieben: Fehlten entsprechende Fähigkeiten, führe dies zu eingeschränkten Partizipationsmöglichkeiten an gesellschaftlichen Diskursen, aber auch an konkreten sozialen Gruppen (vgl. Livingstone 2008). Zillien verweist in diesem Zusammenhang auf die strukturellen Gemeinsamkeiten zwischen den Merkmalen sozialer Ungleichheit in der Informations- und Wissensgesellschaft und den unterschiedlichen Internetnutzungsmustern und kommt in ihrer Analyse zu dem Schluss, dass sozio-ökonomisch Bessergestellte in höherem Ausmaß vom Internet profitieren können als dies bei Schlechtergestellten der Fall ist (vgl. Zillien 2006, auch Marr 2005). Digitale Ungleichheiten sind daher „im Ausmaß und in der Qualität des gesellschaftlichen Wissens und der Partizipation auch keine nur digitalen, sondern sie sind nach wie vor das Resultat ungleicher

---

<sup>7</sup> Der folgende Abschnitt ist gekürzt übernommen aus Wagner 2011, S. 170ff.

<sup>8</sup> Tsatsou, Pruulmann-Vengerfeldt und Murru (2009) zeigen anhand von Daten aus verschiedenen europäischen Ländern, dass im europäischen Vergleich Unterschiede in Bezug auf den Zugang zum Internet nach wie vor existieren, wenn sie auch kleiner geworden sind. In einigen Ländern besteht aber nach wie vor ein Zusammenhang zwischen dem Internetzugang und den sozio-ökonomischen Faktoren.

Bildungsvoraussetzungen bzw. der gesellschaftlichen Benachteiligung bildungsferner Bevölkerungsschichten“ (Bonfadelli 2005, S. 15).

Auch für Heranwachsende lässt sich zeigen, dass komplexe Aneignungsweisen in einer vernetzten Medienwelt, d.h. differenzierte Zugänge zu Informationsquellen, Kreativität und Selbstbestimmung im Medienhandeln, eher jenen vorbehalten sind, die aus bildungsmäßig und sozial besser gestellten Milieus kommen (vgl. Wagner/Theunert 2006). Medienhandeln als soziales Handeln zeigt sich als eng verwoben mit den Lebenswelten der Heranwachsenden. Darauf verweisen auch die Ergebnisse zum Medienhandeln von Hauptschülerinnen und Hauptschülern, die zeigen, wie eng dieses Medienhandeln mit ihrem direkten sozialen Umfeld, vor allem der Peergroup, verknüpft ist (vgl. Wagner 2008, S. 214f.):

- Das soziale Umfeld der befragten Hauptschülerinnen und Hauptschüler, sowohl der Freundeskreis und die Peergroup als auch in einigen Bereichen die Familie, ist der Hauptbezugspunkt für ihr Medienhandeln. Es wird vor allem dort offenkundig, wo es möglich ist, mit anderen, meist den Gleichaltrigen, aber auch anderen Familienmitgliedern online zu interagieren und zu kommunizieren. Daraus schöpfen sie Anregungen und können ihre Themen online im gemeinschaftlichen Kontext aushandeln und ausformen. Soziale Einbettung zu erfahren und sich zugehörig zu fühlen wird in dieser Kommunikation ausgedrückt.
- Das Medienhandeln dieser Jugendlichen zeigt sich in Bezug auf produktive Tätigkeiten häufig als kollektives Handeln, das eng mit ihrer Peergroup in Zusammenhang steht. Im kollektiven Handeln liegen die Stärken, wie die Befragten dies auch selbst einschätzen: Beim gemeinsamen Produzieren kann so jede und jeder die eigenen Stärken einbringen. Dies fördert einen weiteren wichtigen Aspekt zu Tage: Im gemeinschaftlichen Arbeiten an einem Produkt können die Heranwachsenden sich auch gegenseitig beim Ausbau ihrer Fähigkeiten behilflich sein.
- Das soziale Umfeld ist eine wichtige Quelle für Unterstützungsleistungen, sei es um alltagsrelevante Themen zu verhandeln wie z.B. die Schulaufgaben oder sei es für Nachfragen an die Medienexpertinnen und -experten.
- Die Peergroup bildet auch eine ‚Interessengemeinschaft‘, was sich deutlich bei identitätsrelevanten Freizeitinteressen wie z.B. Fußball zeigt, wenn dieses Interesse sowohl in der Peergroup als Freizeitbeschäftigung auf dem Fußballplatz als auch über das Spielen von einschlägigen Computerspielen verfolgt wird.

Für diese Heranwachsende ist ihr direktes soziales Umfeld in den Online-Räumen der Kontext, in dem Beteiligungsformen über Medien stattfinden können. Sie beziehen sich auf andere und haben die Chance, Unterstützung zu erfahren, die als wesentliche Ressource für Beteiligung anzusehen ist. Tillmann (2008) differenziert verschiedene Arten von Unterstützungsleistungen, die dabei erfahren werden und die als Ressourcen in der Lebensführung fungieren können, und legt am Beispiel des Umgangs von Mädchen mit der Plattform *LizzyNet* dar, dass die Mädchen in diesem Online-Raum Erfahrungen sammeln, um sich einzubringen und um an ihrer Identität auf vielfältige Weise zu arbeiten. Facetten weiblicher Identitätsarbeit können im Virtuellen verhandelt werden, zum Teil als eine Art Probehandeln, zum Teil erweitern die Mädchen aber auch ihre ganz alltägliche Lebensführung und die Bedeutung der Aushandlungsprozesse reicht weit über mediale Beschäftigungen hinaus. Diese Räume erweitern die Möglichkeiten zur Verhandlung von Themen mit anderen, sie werden aber auch zu Experimentierfeldern und zu Orten der Kompetenzerweiterung (vgl. auch Hitzler/Pfadenhauer 2007). Dabei werden ganz unterschiedliche Fähigkeiten erworben, die die

eigene Lebensführung auch in Bezug auf die Teilhabemöglichkeiten erweitern können, z.B. in Bezug auf das Erschließen neuer Themenfelder oder die Interaktionen mit sozialen Gruppen zu bestimmten Themen.

Die Konzentration auf das direkte soziale Umfeld muss aber auch im Hinblick auf die Frage diskutiert werden, ob sich dadurch neue Ausgrenzungs- und Schließungsmechanismen entwickeln. Die Ergebnisse dazu verweisen darauf, dass bestimmte soziokulturelle Milieus genauso wie in ihren Lebenswelten auch in virtuellen Räumen ‚unter sich‘ bleiben. Kutscher und Otto konstatieren in Bezug auf Teilungsangebote im Internet, dass sich an diesen Möglichkeiten primär eine bestimmte Gruppe von Jugendlichen beteiligt, und zwar jene Jugendlichen, „die eher nicht zu den Benachteiligten zu zählen sind“ (Kutscher/Otto 2010, S. 79). Themen, Orte und Formen der Beteiligung sind also grundsätzlich „nicht voraussetzungslos“, da sie nicht für alle die gleiche Gültigkeit und Relevanz in der eigenen Lebenswelt besitzen (a. a. O., S. 80). Ausgrenzungs- und Schließungsprozesse sind für virtuelle Räume von großer Relevanz, denn in den Interaktionen der Beteiligten werden die Machtverhältnisse innerhalb und außerhalb des Netzes sichtbar (vgl. Tillmann 2008, Klein 2008, Kutscher/Otto 2010, Livingstone 2008). Klein kann für virtuelle Beratungsangebote im Internet zeigen, dass sich Beteiligung als „exklusives Gut“ erweist und wie diese virtuellen Kommunikationsräume zu „exklusiven Gemeinschaften“ werden (vgl. Klein 2008). Die Erfahrung, dass die eigenen Interessen nicht gehört werden, führt dazu, dass bestimmte Gruppen sich in Räumen etablieren und andere abwandern. „Auf diese Weise findet durch kommunikative Prozesse sowie begünstigt durch Angebotsstrukturen und -inhalte eine Homogenisierung von Räumen im Netz statt“ (Kutscher/Otto 2010, S. 82).

Dies hat Konsequenzen für die Gestaltung von Angeboten in der politischen Bildung, da die Zuordnungen und Abgrenzungen, die die Jugendlichen in virtuellen Räumen vornehmen, nur bedingt gespeist aus ihren individuellen Interessen und Vorlieben sind, sie sind vielmehr auch das Ergebnis „komplexer ressourcenabhängiger relativer Positionierungen im sozialen Raum“ (Kutscher/Otto 2010, S. 82). Diese Befunde machen deutlich, dass die Konzepte der Selbstsozialisation, verstanden als individuelle Angelegenheit der Einzelnen, zu kurz greifen: Sozio-kulturelle Milieus und ihre Ressourcen prägen die Praktiken in entscheidender Weise mit. Jugendliche bleiben ‚unter sich‘ im virtuellen Raum und zwar im mehrfachen Sinne: Es ist zum einen eine Welt weitgehend ohne Zugriff der Erwachsenen, zum anderen ist es ein bestimmter Ausschnitt aus dem eigenen sozio-kulturellen Milieu, der durch virtuelle Räume Erweiterungen erfahren kann, aber auch einen in sich geschlossenen Raum bilden kann. Die Erweiterung der eigenen Handlungsspielräume und des eigenen Handlungsrepertoires ist zwar potenziell möglich, die eigenen Milieugrenzen können aber nicht so einfach überschritten werden. Das subjektive Erleben von Eingebundenheit und der Integration in soziale Gefüge und die Arbeit an der eigenen persönlichen, sozialen und kulturellen Identität sind bei der Erschließung neuer Räume als wichtige Faktoren anzusehen. Damit stehen sie auch in enger Verbindung mit partizipativen Ausdrucksformen, wie im folgenden Abschnitt weiter erläutert wird.

## **2.2 Beteiligungsformen von Heranwachsenden im Social Web**

Jugendliche artikulieren sich auf vielfältige Art und Weise in den medialen Strukturen des Social Web, ob über eigene Produkte wie Videos oder Fotos oder über Profilbeschreibungen in Sozialen Netzwerkdiensten: Sie können darüber Themen platzieren, Standpunkte und Meinungen vertreten sowie die eigene Person und das eigene Erleben thematisieren und mit anderen darüber in Austausch

treten. In dieser Betrachtung rückt der Prozess der Artikulation in den Vordergrund, bei dem mit dem medialen Ausdruck stets auch Deutungsmuster und Erfahrungen eingebracht werden, die im Diskurs weiterentwickelt werden.<sup>9</sup> Artikulationen dienen dem Ausdruck des eigenen Erlebens, haben aber immer auch eine intersubjektive Dimension und zielen auf Feedback von bzw. Kommunikation mit anderen (vgl. Arnold 2005). Damit ist der Startpunkt für einen Diskurs gesetzt, der auf diesen Plattformen nicht mehr nur auf privater Ebene geführt wird, sondern zumindest in Teilen öffentlich zugänglich wird. Um den Diskurs voranzubringen braucht es Feedback, was Jugendliche in Bezug auf ihre eigenen Werke auch einfordern (vgl. Wagner/Brüggen/Gebel 2009). Dies entspricht dem Wunsch der Jugendlichen nach Anerkennung: Zum einen im Rahmen des Bedürfnisses nach sozialer Einbettung, aber zum anderen wollen sie auch ihre Kompetenzen wertgeschätzt wissen (vgl. auch Krapp 2006). Resonanz auf das eigene Handeln ist also eine wichtige Komponente, um Beteiligungsmöglichkeiten als wirksam zu erfahren (vgl. auch Sturzenhecker 2007).

Um das Feld der Partizipationsformen von Jugendlichen online zu erschließen und dabei den jugendtypischen Formen der Auseinandersetzung mit Gesellschaft Rechnung zu tragen, wurde im Rahmen einer Analyse von Selbstdarstellungen von Jugendlichen in Sozialen Netzwerkdiensten der Frage nachgegangen, welche partizipativen Handlungsweisen in Artikulationsformen von Jugendlichen identifiziert werden können (Wagner/Brüggen/Gebel 2009). Dieser Analyse wurde ein weiterer Partizipationsbegriff zugrunde gelegt, der verschiedene Bereiche des gesellschaftlichen Zusammenlebens einschließt, wie beispielsweise (Jugend-)Kultur, den sozialen Nahraum aber auch Parteipolitik etc. In der Analyse wurden drei Formen von Online-Partizipation unterschieden (siehe Abbildung 2):

- ‚Sich positionieren‘ meint, über Gruppenmitgliedschaften, Statements in den Profilingaben oder Bilder in einer Selbstdarstellung eine Position zu gesellschaftlichen Diskursen oder auch zu kulturellen Phänomenen zu beziehen.
- ‚Sich einbringen‘ meint, selbst aktiv zu werden. Hierfür können die Plattformen als Werkzeug genutzt werden, um beispielsweise das eigene musikalische Wirken einer größeren Öffentlichkeit vorzustellen, sich in Diskussionen zu gesellschaftlich-politischen Themen einzubringen oder diese auch anzustoßen.
- ‚Andere aktivieren‘ weist über das eigene Handeln hinaus. Diese Form der Partizipation ist darauf gerichtet, andere zu Aktivitäten zu motivieren. Beispiele in Online-Plattformen können Ankündigungen von Terminen oder Aktionen sein oder konkrete Aufforderungen, wie beispielsweise der Aufruf an andere Nutzerinnen und Nutzer, Blut spenden zu gehen.

---

<sup>9</sup> Vgl. dazu ausführlich Marotzki (2008), der sich dabei auf Jung (2005) bezieht.

## Formen der Online-Partizipation

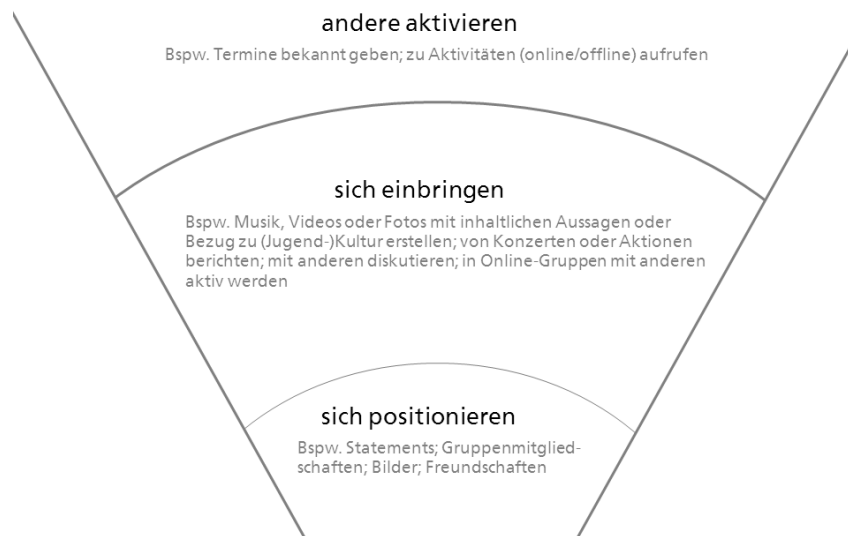


Abbildung 2: Formen der Online-Partizipation (aus: Wagner/Brüggen/Gebel 2009, S. 75)

Die Analyseergebnisse verdeutlichen, dass in einigen Selbstdarstellungen Ansätze zum partizipativen Handeln zu erkennen sind. Dabei wird klar, dass sich nicht alle, die sich positionieren, sich darüber hinaus auch einbringen oder gar andere aktivieren. Jugendkulturelle Themen oder Spezialinteressen stehen in den aufgefundenen Artikulationsweisen deutlich im Vordergrund, manche Jugendliche verorten sich auch ganz explizit über ihren sozialen Nahraum hinaus zu kulturellen Themen innerhalb einer (weltweiten) Community. Artikulationsweisen mit Bezug zu gesellschaftspolitischen Themen im engeren Sinn kommen deutlich weniger häufig vor.<sup>10</sup>

Die Forschung zur Nutzung von Online-Beteiligungsformen, die sich explizit auf politische Partizipation richten, ist noch als recht überschaubar zu bezeichnen. Neben der Forschung, die im engeren Sinne zu Wahlen und Wahlkampagnen vorliegt<sup>11</sup>, lassen sich aus anderen Untersuchungen einige Hinweise zur Beantwortung der Fragen der Expertise herausarbeiten.

Grundsätzlich richten derartige Arbeiten zum einen ihren Fokus auf entweder selbstorganisierte Formen von Beteiligung, wie sie im obigen Schaubild ausgewiesen sind, oder auf gestaltete Formen, die explizit auf politische Beteiligung ausgerichtet sind, die von Coleman (2010) als „autonomous e-participation“ gegenüber „managed e-participation“ bezeichnet werden. Zum anderen können diese Studien danach unterschieden werden, ob Teilhabe in einem weiteren Sinn sehr eng als – zumeist konkrete – politische Partizipation in den Blick genommen wird.

So weisen Miegel und Olsson (2009) für den Bereich der selbstorganisierten Formen darauf hin, dass die Vernetzung über Soziale Netzwerkdienste (wie unter 2.1 beschrieben) nicht nur zur sozialen Einbettung genutzt wird, sondern durchaus auch zur politischen Mobilisierung, insbesondere über die

<sup>10</sup> Im Unklaren musste in der Analyse die Bedeutung des jeweiligen Engagements bleiben, da nicht die Jugendlichen selbst befragt wurden, sondern nur ihre Selbstdarstellungen untersucht wurden.

<sup>11</sup> Vgl. z.B. Xenos/Foot (2008)

Gründung von Gruppen, vor allem über *Facebook* als einzige länderübergreifende Plattform. Ebenfalls die alltäglichen Handlungspraktiken in Online-Medien nimmt Svensson (2010) in den Blick und plädiert dafür, genau diese Formen zivilgesellschaftlichen Handelns, z.B. die Aushandlungsprozesse um Regeln der Netiquette, als Bestandteil eines demokratischen (Lern-) Prozesses anzuerkennen. Goldman, Booker und McDermott (2008) weisen ebenfalls aus, wie verschiedene Kommunikationswerkzeuge (z.B. Instant Messenger und SMS) durch Jugendliche in Gebrauch genommen werden, um sich als Gruppe zu organisieren, die dann für ihre Belange eintreten kann (vgl. dazu auch Raynes-Goldie/Walker 2008).

Collin (2009) arbeitet heraus, dass aktive Jugendliche, die organisierte mediengestützte Formen im Rahmen eines Engagements bei Nicht-Regierungs-Organisationen nutzen, in zweifacher Weise in Online-Angeboten Unterstützung finden: Zum einen sind diese Formen für sie hilfreich, um mit anderen zusammen an Aktionen mitwirken zu können („linking to communities for action“), zum anderen werden diese Strukturen von ihnen genutzt, um autonom ihren eigenen Anliegen verfolgen zu können („building communities for action“). Als weiteres wichtiges Moment der Motivation für diese Art der Beteiligung hebt sie hervor, dass Jugendliche sich wertgeschätzt fühlen und als wirksam erfahren können.

Zusammenfassend sind zunächst nach Raynes-Goldie und Walker drei Bereiche zu nennen, die aus der Perspektive der Nutzenden als motivierend für eine Beteiligung hervorzuheben sind (Raynes-Goldie/Walker 2008):

- Unterstützung und Motivation: V.a. durch die Peers, entweder weil miteinander kommuniziert werden konnte oder als eine Art Vorbilder für erfolgreiche Aktionen.
- Vernetzung und Informationen: Es können Kontakte zu anderen Organisationen oder Aktionen geknüpft werden und es werden relevante Inhalte zu den einschlägigen Themen zur Verfügung gestellt.
- Mobilisierung und Organisation von Real-World-Action: Aus der Perspektive der Jugendlichen sind Online-Beteiligungsformen und die Partizipation an Offline-Projekten nicht zu trennen.<sup>12</sup>

Dies korrespondiert mit den Ergebnissen von Tillmann (2008), die ergänzend noch weitere Unterstützungsleistungen im Peer-to-Peer-Beziehungen in Online-Communitys formuliert: Rat und Hilfestellungen für bestimmte Themen, emotionale Unterstützung, Alltagsbewältigung und die Erfahrung von Selbstbestimmtheit ohne Erwachsene. Die Aneignung von Online-Beteiligungsangeboten im weiteren Sinn vollzieht sich also über ein komplexes Geflecht an Interaktionen zwischen den einzelnen Nutzenden, die zum einen thematisch geprägt sein können, zum anderen aber auch wesentlich von dem Wunsch nach sozialer Einbettung, Erfahrungen der eigenen Autonomie und dem Erleben von Kompetenz<sup>13</sup> im Peer-to-Peer-Kontext getragen werden.

---

<sup>12</sup> Vgl. dazu auch die Befunde von Miegel und Olsson (2009), die darauf verweisen, dass die Motivation für Engagement bei den Jugendlichen bereits besteht, wenn sie Online-Beteiligungsmöglichkeiten nutzen.

<sup>13</sup> Vgl. dazu auch Krapp 2006; in Bezug auf informelles Lernen mit Medien Theunert 2005.



## 2.3 Anforderungen an die Fähigkeiten von Heranwachsenden in komplexen Medienwelten

Das In-Gebrauch-Nehmen von medialen Werkzeugen für Partizipation hat bestimmte Fähigkeiten und Fertigkeiten auf Seiten der Subjekte als Voraussetzung, damit die Ziele von Selbstbestimmung und gesellschaftlicher Verantwortung realisiert werden können. Um Teilhabe an Gesellschaft zu realisieren ist die Entschlüsselung von und die Beteiligung mit und über mediale Symbolwelten eine Grundbedingung, wie es in einem ganzheitlichen Modell von Medienkompetenz grundgelegt ist. Medienkompetenz wird verstanden als integrierter Bestandteil von kommunikativer Kompetenz im Sinne von Handlungskompetenz und weist explizit die auf instrumentelle Fertigkeiten verkürzten Begriffsvarianten von Medienkompetenz zurück. Dieses Modell hebt die Notwendigkeit und das Vermögen hervor, die medialen Symbolsysteme zu entschlüsseln sowie verständlich einzuordnen und die Medien selbstbestimmt zu handhaben (Orientierungsfähigkeit), um am sozialen, kulturellen und politischen Leben partizipieren und es aktiv mitgestalten zu können (Handlungsdimension). Die Basis dafür bieten Wissen um mediale Strukturen und Funktionen sowie instrumentelle Fertigkeiten (Wissensdimension) und die Fähigkeiten zur Analyse und Beurteilung des eigenen Handelns, der Strukturen und Angebote nach ästhetischen und ethisch-sozialen Kriterien (Reflexionsdimension), wie die nachstehende Grafik zeigt. Die Dimensionen von Medienkompetenz erweisen sich im alltäglichen Medienhandeln immer als miteinander verwoben und sind nicht unabhängig voneinander zu betrachten.



Abbildung 3: Modell von Medienkompetenz nach Theunert 1999, Schorb 2005

Die Diskussion um Medienkompetenz hat ihre Ursprünge in einer Zeit, in der die Massenmedien das Referenzsystem der Auseinandersetzung mit den Fähigkeiten und Fertigkeiten der Subjekte im Umgang mit Medien bildeten und wurde in den letzten Jahren in unterschiedliche Richtungen ausdifferenziert. Das Referenzsystem, auf das sich Medienkompetenz bezieht, ist in beständiger Veränderung begriffen, was das Modell aber nicht grundsätzlich in Frage stellt, im Gegenteil: Gerade die Verortung von Medienkompetenz als integriertem Bestandteil der Handlungskompetenz verhindert einen technikdeterministischen Blick, da das Handeln der Subjekte in den Mittelpunkt gestellt und in Bezug auf

seine gesellschaftlichen Bezüge eingeordnet wird. Im Folgenden werden einige aktuelle Anforderungen unter den Bedingungen der gegenwärtigen Medienlandschaft und mit Blick auf die gesellschaftliche Handlungsfähigkeit der Subjekte und ihre Möglichkeiten zur Partizipation knapp skizziert:

- Instrumentelle Fertigkeiten, um mit Medien umzugehen, erwerben viele Kinder und Jugendliche in ihren Alltagspraktiken mit Medien, wenn sie alleine oder vor allem in ihrer Peergroup Medien gemeinsam nutzen und sich von anderen bestimmte Dinge zeigen lassen. Hintergrundinformationen zu medialen Strukturen und Angebotsformen bilden die Basis für analytisches und strukturelles Wissen, das sich bei weitem nicht alle Heranwachsenden selbstverständlich aneignen können, wie aktuelle Ergebnisse zum Umgang mit persönlichen Informationen zeigen (Wagner/Brüggen/Gebel 2010). Heranwachsende haben dabei vor allem jenes Strukturwissen präsent, das ihnen zur Bewältigung für Problemlagen in ihrer direkten Sozialwelt weiterhilft (vgl. auch Wagner 2008, S. 211). Darüber hinausgehende Informationen, wie z.B. die Datenauswertung durch Dritte oder die kommerzielle Verwertung persönlicher Daten sind jenen bekannt, die entweder schon längere Erfahrungen mit Sozialen Netzwerkdiensten haben oder aber jenen, die entsprechende Fähigkeiten selbst oder angeregt durch ihr soziales Umfeld entwickeln konnten. Dieses Beispiel zeigt, dass die Dimensionen des Medienkompetenz-Modells Reflexion, Wissen und Handeln sich als eng miteinander verbunden erweisen. Gerade beim Thema Datenschutz und Persönlichkeitsrechte in Sozialen Netzwerkdiensten wird dies sehr deutlich, da hier auch die gesellschaftsbezogene Reflexion bei einigen Jugendlichen Relevanz hat, wie z.B. dieser Jugendliche zum Thema Datenauswertung meint: „...ich weiß nicht, wieviel informiert ich da in Wirklichkeit bin, weil ... wenn vielleicht irgendwann mal was rauskommt, was da wirklich im Busch oder dass das wirklich schlimmer ist, mit dieser ... mit dieser Ausspionierung da, dann ... ja gut, dann war ich eher schlecht informiert.“ (Wagner, Brüggen, Gebel 2010, S. 61) Über das eigene Informationsverhalten zu Orientierung und Positionierung in der Medienwelt zu finden ist also kein leichtes Unterfangen, wie dieser Jugendliche selbst beschreibt. Sie bilden aber für die gesellschaftliche Handlungsfähigkeit der Subjekte eine Voraussetzung, um sich einzubringen und ‚mitzumischen‘. Aufgabe für die politische Bildungsarbeit ist es in diesem Kontext auch, ethische Dimensionen zu Themen wie Datenschutz und Persönlichkeitsrechten sowie die Frage nach der Kommerzialisierung von medialen Räumen zu diskutieren.
- Die fortschreitende Mediatisierung der Lebenswelten impliziert, dass Kommunikation und Interaktion in immer größerem Ausmaß mittels Medien gestaltet werden. In dieser Gestaltung sozialer Beziehungen mit und in medialen Strukturen werden zunehmend gesellschaftlich relevante Aushandlungsprozesse vollzogen, und zwar nicht mehr im klassischen Schema des massenmedialen Systems, sondern über Strukturen, die die Möglichkeit bieten, Informationen (im weiten Sinne) zu rezipieren (massenmediale ebenso wie von Nutzenden generierte), sie weiter zu verbreiten und zu bearbeiten. Informations-‚Beschaffung‘ wird durch diese Möglichkeiten aber auch immer mehr zur Herausforderung für die Einzelnen, die in ihrem persönlichen Medienrepertoire Informationen suchen und finden, diese in ihrer Relevanz für die eigenen Lebensvollzüge einschätzen und sie in Bezug auf ihre Glaubwürdigkeit bewerten sollen.
- Partizipation erfordert in einem bestimmten Ausmaß, öffentlich für seine Interessen einzustehen und sie zu vertreten. Auch Heranwachsende artikulieren sich auf vielfältige Weise in Online-Räumen, sie tun dies über Texte, Bilder und Töne, nicht selten werden dabei persönliche Informationen veröffentlicht. Das Kommunizieren über Medien ist für viele von ihnen Teil des

täglichen Medienhandelns geworden. Ergebnis bilden unterschiedliche Kommunikate, sie reichen von Statusmeldungen über das eigene Befinden bis hin zu Formen des Online-Journalismus in Form von Blogs oder sog. Mikroblogging, über *Twitter* oder ähnliche Kanäle. Die Brecht'sche Vorstellung, dass jeder Empfänger zum Sender wird, scheint zwar realisierbar, zu fragen ist aber, ob das Handeln der Menschen damit mehr partizipative Anteile aufweist, vor allem in Richtung einer diskursiven Öffentlichkeit<sup>14</sup> und der Möglichkeiten zum ‚widerständigen‘ Handeln gegenüber Staat und Wirtschaft im Sinne einer kritischen Auseinandersetzung. Das gesellschaftlich handlungsfähige Subjekt wird dabei herausgefordert, da es sich in den entgrenzten Sphären von Politik, Wirtschaft und Medien zurecht finden muss (vgl. Wagner 2011).

## **2.4 Zwischenfazit: Anforderungen an die Konzeption von Partizipationsangeboten mit und im Social Web**

So wie Partizipation ihre Grundlage in der alltäglichen Lebensführung hat, in der Teilhabeinteresse und -fähigkeiten entwickelt werden, hat Online-Partizipation ihre Grundlage in den alltäglichen Handlungspraktiken mit Medien. Dies ist gewichtig, um die Anforderungen bei der Gestaltung von Partizipationsangeboten mit und im Social Web zu diskutieren.

1. Online-Communitys haben durch Heranwachsende aus verschiedenen Gründen hohen Zulauf, denn sie ermöglichen die Erfahrung von sozialer Einbettung und Autonomie, zwei zentrale Momente jugendlichen Aufwachsens. Bei Beteiligungsangeboten des Social Web im engeren Sinn haben diese Motive weiterhin Relevanz, sie werden ergänzt durch die Erfahrung von Unterstützungsleistungen, die für Engagement wichtig sind: Dazu gehören die Vernetzung mit Gleichgesinnten, die Orientierung an Vorbildern, emotionale Unterstützung und der inhaltliche Austausch im Peer-to-Peer-Kontext. Jugendliche können in diese Räume ihre Kompetenzen einbringen, die sie z.B. als Expertinnen und Experten für verschiedene Themen ausweisen, was wiederum Anerkennung durch die Peers bringt. Für explizit auf Partizipation ausgerichtete Angebote im Social Web gilt es daher, diese Grundvoraussetzungen zu berücksichtigen, um zielgruppenadäquate Angebote zu machen, die genau solche Resonanzräume schaffen.
2. In der Konzeption von politischen Partizipationsangeboten bilden die Vorerfahrungen und Handlungsroutinen von Jugendlichen mit dem Social Web einen wichtigen Ansatzpunkt, um partizipative Projekte zu gestalten. Wichtig ist dabei, vor allem jene Heranwachsenden in der Entwicklung ihrer Fähigkeiten zu unterstützen, die weniger Vorerfahrungen mit Online-Medien haben. Auf diese Weise können sich Heranwachsende idealerweise neue Handlungsräume erschließen und neue Erfahrungen machen, mit denen sie ihr Medienhandlungsrepertoire erweitern können.
3. Die Akzeptanz der Angebote politischer Bildung durch Heranwachsende steht und fällt mit der Berücksichtigung der Lebenswelten von Heranwachsenden. Auch im Social Web gilt als pädagogischer Grundsatz weiterhin, dass derartige Angebote nur dann Erfolg haben können, wenn sie die Themen und Interessen der Heranwachsenden berücksichtigen. Insbesondere gilt für den medialen Rahmen von Partizipationsprojekten, sich auch mit den medialen Interaktionsformen und den Ansprüchen der Heranwachsenden, z.B. an die ästhetische Aufbereitung von Themen, auseinander zu setzen.

<sup>14</sup> Vgl. zu Konzepten von Gegenöffentlichkeit Wimmer 2007.

---

Das subjektive Erleben von Eingebundenheit und der Integration in soziale Gefüge als Form der Arbeit an der eigenen persönlichen, sozialen und kulturellen Identität sind bei der Erschließung neuer Partizipationsräume als wichtige Faktoren anzusehen. Dabei ist zu berücksichtigen, dass gestaltete Formen von Partizipation sensibel auf die Zielgruppe abzustimmen sind. Sie bieten vor allem für jene Heranwachsende wichtige Unterstützungsleistungen, die noch wenig Erfahrungen mit Online-Medien haben. Solche vorstrukturierten Angebote bieten eine Basis, um diese Heranwachsenden bei ihren Erfahrungen der Mitwirkung und Mitbestimmung zu begleiten. Neben den vorstrukturierten Formen sind es vor allem Formen der Selbstorganisation, die dem Ideal der Selbstbestimmung am nächsten kommen. Aufgabe der politischen Bildungsarbeit ist es, den Rahmen für einen möglichst hohen Grad an Selbstbestimmung zu schaffen, also z.B. Räume anzubieten, in denen Jugendliche ihre Themen und medialen Werkzeuge selbst wählen können und ihre Projekte selbst planen und durchführen.

### 3 Systematisierung und exemplarische Analyse von Beteiligungsangeboten im Internet

Mit der zugrunde gelegten Bestimmung von Partizipation und den Anforderungen für Partizipationsprojekte im und mit dem Social Web werden im Folgenden die Beteiligungsformen weiter systematisiert und einige exemplarische Beispiele vorgestellt. Ziel ist es, einen Einblick in die aktuelle Angebotsstruktur zu partizipativen Angeboten zu erlangen. Dabei kann kein Anspruch auf Vollständigkeit erhoben werden, vielmehr wurde darauf geachtet, das Spektrum an Beteiligungsmöglichkeiten zu sondieren, die auf zumeist überregionaler Ebene zur Verfügung stehen.<sup>15</sup> Bei der Sichtung und Analyse wurden die Angebote aus der Perspektive der Nutzenden eingeschätzt. Dabei musste insofern die Einschränkung gemacht werden, dass nur solche Beispiele einbezogen werden konnten, die bereits als gestaltete Angebote oder Strukturen im Internet existieren. Nach Collin 2009 (S. 225f.) lassen sich zwei grundlegende Formen von Beteiligungsangeboten unterscheiden:

- Nutzende können sich zum einen an Aktionen beteiligen, die von anderen initiiert wurden („linking to communities for action“). In diesem Fall handelt es sich um gestaltete Angebote zur Beteiligung. Das heißt es wird ein thematischer oder sozialer Raum zur Verfügung gestellt, in dem sich Nutzende informieren und umsehen können und in dem sie je nach Komplexität des Angebots verschiedene Formen der Beteiligung nutzen und mit anderen in Austausch treten können.
- Zum anderen können Nutzende auch eigene Aktionen gestalten („building communities for action“). Hierbei handelt es sich um Angebote an technischer Struktur, die als Werkzeuge genutzt werden können. Nutzende, die diese Art von medialer ‚Infrastruktur‘ in Gebrauch nehmen, können damit selbst Aktionen und Projekte anstoßen und können andere zur Beteiligung aufrufen.

#### 3.1 Spektrum an Beteiligungsangeboten

Grundsätzlich können Beteiligungsangebote zunächst danach unterschieden werden, wer als ‚Anbieter‘ fungiert. Auf der Basis der gesichteten Angebote und Strukturen zeigt sich, dass verschiedene Formen der ‚Anbieterschaft‘ bei Beteiligungsangeboten existieren:

- Es gibt einerseits Angebote, bei denen die Anbieter sowie ihre Ziele eindeutig erkennbar sind. Als Akteurinnen und Akteure treten dabei etwa Regierungen auf, die zur Beteiligung an politischen Entscheidungsprozessen aufrufen, z.B. im Fall der *E-Konsultation Netzpolitik* des BMI oder des *Dialog Internet* des BMFSFJ. Oder die Anbieter sind dem zivilgesellschaftlichen Bereich der Nicht-Regierungsorganisationen zuzuordnen. Ihnen geht es zumeist um politische oder gesellschaftspolitische Themen. Die von *Greenpeace* angebotene *Community GreenAction* widmet sich beispielsweise dem Thema Umweltschutz. Kampagnen-Netzwerke wie *Campact* oder *Avaz* wollen politische Entscheidungen auf bundesweiter oder globaler

<sup>15</sup> Im Anhang des vorliegenden Berichts findet sich eine Übersicht zu allen Angeboten und Strukturen, die im Rahmen der Expertise gesichtet wurden und die die Grundlage für die Argumentation in den folgenden Textabschnitten bilden.

Ebene beeinflussen. Einige weitere Angebote wie z.B. *Roots & Routes* stellen hingegen kulturelle Themen in den Mittelpunkt.

- Andererseits finden sich Beteiligungsstrukturen, bei denen die ‚Anbieterschaft‘ nicht explizit erkennbar ist. Dazu gehören selbstorganisierte Beteiligungsformen, die nach den Prinzipien viraler Kampagnen funktionieren und von den Nutzenden in Sozialen Netzwerkdiensten aufgegriffen werden können. Ein Beispiel hierfür wäre die Anwendung *Atomkraft? Nein Danke!* in *Facebook*, mit der Nutzende ihrem Profilbild einen Anti-Atomkraft-Button hinzufügen können. Die Anwendung stammt weder von *Facebook* selbst noch von einer politischen oder zivilgesellschaftlichen Organisation, sondern – soweit dies erkennbar ist – von einem einzelnen *Facebook*-Nutzenden.

Anhand dieser verschiedenen Formen von ‚Anbieterschaft‘ zeigt sich auch, dass die Anbieter von Beteiligungsstrukturen unterschiedlich eng in Entscheidungsprozesse eingebunden sein können.

### 3.2 Handlungs- und Gestaltungsmöglichkeiten

Vor dem Hintergrund der gesichteten Beteiligungsangebote und -strukturen lässt sich auch darstellen, welche Handlungs- und Gestaltungsmöglichkeiten auf der Seite der Nutzenden liegen. Auf den einzelnen Plattformen sind die Möglichkeiten, wie man sich beteiligen kann, höchst unterschiedlich umgesetzt. Sie werden im Folgenden als Spektrum aus allen gesichteten Beispielen dargestellt. Das heißt nicht bei jedem einzelnen Angebot finden sich alle aufgelisteten Handlungsmöglichkeiten. Im Hinblick auf die Zielrichtung der Handlungs- und Gestaltungsmöglichkeiten lassen sich drei Bündel unterscheiden:

(1) Handlungsmöglichkeiten auf der Plattform	(2) Plattformübergreifende Handlungsoptionen	(3) Verbindung von Online- und Offline-Handeln
<p><b>Beteiligung an von anderen initiierten Aktionen („linking to communities for action“)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Beiträge bewerten</li> <li>- Beiträge kommentieren</li> <li>- Beiträge (Handlungsempfehlungen etc.) einbringen</li> <li>- zeigen, dass man an Offline-Aktion teilnimmt</li> <li>- Petitionen unterzeichnen (plattformintern)</li> </ul> <p><b>eigene Aktionen gestalten („building communities for action“)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- eigene Online-Kampagnen und Online-Aktionen initiieren</li> <li>- über die Plattform Offline-Aktionen organisieren</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Verweise auf die Plattform einbringen</li> <li>- mit Entscheidungsträgern Kontakt aufnehmen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- spenden</li> <li>- an Offline-Aktionen teilnehmen</li> <li>- Symbole bei Offline-Aktionen einbinden</li> </ul>

Abbildung 4: Handlungs- und Gestaltungsmöglichkeiten der Nutzenden

(1) Im ersten Bündel finden sich die **Handlungsmöglichkeiten auf der Plattform**. Das heißt es handelt sich um Tätigkeiten, die direkt in das Online-Angebot integriert sind und die sich in ihrer Zielrichtung auf den Rahmen der jeweiligen Plattform beschränken. Sofern es sich um ein Angebot handelt, bei dem Nutzende sich an von anderen initiierten Aktionen beteiligen können, zählt dazu beispielsweise das Bewerten oder Kommentieren von Beiträgen, die andere (z.B. die ‚Anbieter‘ oder andere Nutzende) eingestellt haben, oder das Unterzeichnen einer Petition oder eines Appells. Des Weiteren können Nutzende in diesem Rahmen häufig auch eigene Beiträge (z.B. Handlungsempfehlungen) formulieren und einbringen. Wenn Offline-Aktionen im Zusammenhang mit den Inhalten des Angebots stattfinden, können Nutzende zum Teil auch online zeigen, dass sie daran teilnehmen. Bei den Angeboten oder Strukturen mit deren Hilfe Nutzende eigene Online-Kampagnen initiieren oder Offline-Aktionen (mit-)organisieren können, ist das Handlungsspektrum noch einmal entsprechend weiter gefasst.

(2) In einem weiteren Bündel finden sich **plattformübergreifende Handlungsoptionen**, d.h. Gestaltungsmöglichkeiten, die über die originäre Online-Plattform hinaus zu anderen Plattformen führen. In den gesichteten Beteiligungsangeboten gibt es diesbezüglich zum Beispiel die Möglichkeit, Verweise auf Aktionen und Kampagnen bei Sozialen Netzwerkdiensten wie *Facebook* und *Twitter* zu platzieren oder mit den Adressaten der Kampagnen (beispielsweise Entscheidungsträger aus der Politik) über andere Online-Dienste Kontakt aufzunehmen.

(3) Diejenigen Handlungsmöglichkeiten, die auf die **Verbindung von Online- und Offline-Handeln** abzielen, bilden das dritte Bündel. Hierzu gehört an erster Stelle die Teilnahme an einer Offline-Aktion bzw. die Umsetzung von online vorbereiteten Aktionen, aber auch das Einbinden von Symbolen aus dem Online-Angebot bei der Offline-Aktion. Darüber hinaus werden Nutzende in einigen Fällen auch dazu aufgerufen, die Finanzierung von Offline-Aktionen mit Spenden zu unterstützen. Hinzu kommen in diesem Bündel u.U. auch ‚Live‘-Handlungsmöglichkeiten, die eine Verbindung von Online- und Offline-Aktionen herstellen. Hierzu würden etwa ein Video-Livestream von einer Demonstration oder die Kommunikation über Social Web-Dienste bei Offline-Aktionen zählen.

### 3.3 Fallbeispiele

Die folgenden Fallbeispiele geben einen Einblick in das Spektrum an auffindbaren partizipativen Angeboten. Sie wurden in Bezug auf folgende Aspekte systematisiert und eingeschätzt. Auf einer deskriptiven Ebene wird zunächst beschrieben,

- wer das Format anbietet,
- welche Zielgruppen angesprochen werden und Zugang haben,
- welche Ziele der Beteiligung formuliert werden,
- welche Handlungs- und Gestaltungsmöglichkeiten sowie Resonanzmöglichkeiten zu finden sind,
- welche Art von Entscheidungen getroffen werden können (Reichweite).

Im zweiten Schritt erfolgt eine medienpädagogische Einschätzung

- **zu den Formen von Online-Partizipation** inkl. dem Grad an Selbstorganisation: Hier werden die Stufen ‚sich positionieren‘, ‚sich einbringen‘ und ‚andere aktivieren‘ herangezogen, um die Beteiligungsformen einzustufen.

- 
- **zur Vernetzung:** Die Möglichkeiten zur Vernetzung mit anderen Nutzenden werden sowohl innerhalb des Angebots als auch in Bezug auf die Vernetzung zu anderen medialen Strukturen eruiert.
  - **zur Transparenz:** Eingeschätzt wird, wie nachvollziehbar das Angebot in Bezug auf seine Ziele und Akteurinnen und Akteure, die Handlungs- und Gestaltungsmöglichkeiten sowie seine Entscheidungsphasen ist und wie die Entscheidungsfindung dokumentiert wird (z.B. einmalige Aktionen, bestimmte Phasen der Beteiligung etc.).
  - **zu den unterstützenden Angeboten:** Unterstützung kann erfolgen in Bezug auf
    - die Bereitstellung von Informationen zu den Themen der Beteiligungsprojekte oder z.B. in Bezug auf deren Ziele,
    - die Förderung von Medienkompetenz, z.B. im Bereitstellen von Tutorials und erklärenden Texten, wie konkrete Angebote genutzt werden können.

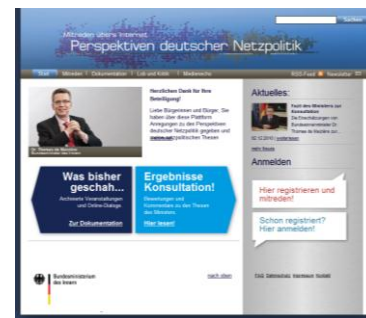


## Dialog ‚Perspektiven deutscher Netzpolitik‘

<http://www.e-konsultation.de/netzpolitik/>

### Kurzbeschreibung:

Vom 22.06. bis 23.07.2010 führte das Bundesinnenministerium eine Online-Konsultation zum Thema Netzpolitik durch. Im Mittelpunkt standen dabei 14 Thesen, die auf der Plattform zur Abstimmung und zur Diskussion gestellt wurden. Im Vorfeld der Konsultation fanden offline sogenannte ‚Dialogveranstaltungen‘ mit Fachpublikum statt, die ebenfalls online dokumentiert wurden.



AkteurInnen	Handlungsmöglichkeiten der Nutzenden	Resonanzmöglichkeiten/ Feedback-Kanäle
-------------	--------------------------------------	--

Anbieter der Plattform war das *Bundesministerium des Innern*.

Es sollten interessierte Bürgerinnen und Bürger angesprochen werden, insbesondere „netzpolitische Akteure in der Zivilgesellschaft“ sowie die „interessierte (Fach-)Öffentlichkeit.“

Während der Laufzeit der Konsultation konnten Nutzende die 14 netzpolitischen Thesen des Bundesinnenministers mit ‚Pro‘, ‚Neutral‘ oder ‚Contra‘ bewerten. Die Teilnehmenden waren auch dazu aufgefordert, ihre Meinung zu begründen. Zusätzlich bestand die Möglichkeit, konkrete Handlungsempfehlungen („Ideen“) zu den Thesen zu formulieren, die wiederum von den anderen Nutzenden kommentiert werden konnten.

Die Nutzenden konnten über Kommentare anderer Nutzender Resonanz auf eigene Beiträge erhalten. In der Rubrik ‚Lob und Kritik‘ konnten Nutzende Feedback zum technischen System, zur Organisation oder zum Verfahren der Online-Konsultation geben.

Ziele des Angebotes	Reichweite der Entscheidungen
---------------------	-------------------------------

Bürgerinnen und Bürger sollten die Möglichkeit erhalten, die aus ihrer Sicht wichtigen Diskussionspunkte im Themenfeld Netzpolitik zu benennen.

Der Dialog betraf Entscheidungen auf bundespolitischer Ebene und sollte zur Konkretisierung eines ordnungspolitischen Rahmens für die Netzpolitik beitragen, den die Bundesregierung ausarbeitet. Inwieweit durch die Diskussionen die bundespolitischen Entscheidungen und die Konkretisierung des ordnungspolitischen Rahmens für die Netzpolitik tatsächlich beeinflusst werden konnte, bleibt für Nutzende unklar.


Bei der *E-Konsultation Netzpolitik* gibt es eine klare Trennung von Anbietern und Mitmachenden: Die Beteiligung wird von staatlicher Seite initiiert und die Bürgerinnen und Bürger werden dazu gebeten. Allerdings wird auch nur ein bestimmter Ausschnitt der Öffentlichkeit gezielt angesprochen, nämlich Bürgerinnen und Bürger, die bereits als netzpolitische Akteurinnen und Akteure aktiv sind oder die sich fachlich mit dem Thema auseinandersetzen. **Formen von Online-Partizipation:** Das Angebot ermöglicht es den Nutzenden, sich in der Debatte um Netzpolitik zu positionieren und eigene Meinungen einzubringen. Die Kommunikationswerkzeuge der Nutzenden sind dabei simpel und niedrigschwellig gehalten, was andererseits auch die Gestaltungsmöglichkeiten stark einschränkt. **Vernetzung:** Es findet keine Vernetzung unter den Teilnehmenden statt. **Transparenz:** Für die Nutzenden blieb der Prozess der Beteiligung insofern intransparent, dass nicht klar kommuniziert wurde, an welchen Etappen einer Entscheidung sie sich beteiligen können. Es bleibt auch nach Abschluss der Konsultation unklar, ob konkrete Aktivitäten aus der Konsultation folgen und inwiefern die Handlungsempfehlungen auf politischer Ebene tatsächlich Berücksichtigung finden.

**Unterstützungsangebote:** Unterstützungsangebote waren auf der Beteiligungsplattform nicht integriert – weder hinsichtlich der Gestaltungsmöglichkeiten bzw. der Fähigkeiten, die man benötigt, um mit dem Angebot umzugehen, noch hinsichtlich der Inhalte und Themen, mit denen sich die Nutzenden auseinandersetzen sollten.

### GreenAction

<http://www.greenaction.de/>

**Kurzbeschreibung:**  
*GreenAction* beschreibt sich als Kampagnen-Community für alle, die aktiven Umweltschutz leisten wollen. Nutzende finden auf der Plattform Kampagnen aus den Bereichen Atomkraft, Chemie, Energie, Frieden, Gentechnik, Klima, Landwirtschaft, Meere, Öl, Patente, Tierschutz, Umwelt und Wirtschaft, Verkehr sowie Wälder und können auch eigene Kampagnen initiieren.



AkteurInnen	Handlungsmöglichkeiten der Nutzenden	Resonanzmöglichkeiten/ Feedback-Kanäle
<p>Anbieter der Plattform ist <i>Greenpeace Deutschland</i>.</p> <p>Als Zielgruppe werden Menschen angesprochen, die sich für Umweltschutzthemen interessieren.</p> <p>Die Nutzenden können gleichzeitig auch AkteurInnen werden, indem sie eigene Kampagnen starten.</p>	<p>Nutzende, die eine Kampagne anlegen, können jeweils bestimmen, welche Beteiligungsmöglichkeiten sie integrieren. Dazu gehören beispielsweise das Zeichnen von Petitionen, das Hochladen von Fotos, die Finanzierung von Anzeigenkampagnen, die Kontaktaufnahme mit Regierungsvertretern oder die Durchführung von Offline-Aktionen. Alle Kampagnen können über <i>Facebook</i> und <i>Twitter</i> direkt weiterverbreitet werden.</p>	<p>Resonanzmöglichkeiten der Nutzenden untereinander bietet die ‚Kampagnen-Wall‘ einer jeden Kampagne, auf der Kommentare veröffentlicht werden. Es gibt keine explizit erwähnten Feedback-Möglichkeiten, um die Anbieter der Plattform zu kontaktieren. Redaktionsmitglieder von <i>Greenpeace</i> sind jedoch unter den Nutzenden erkennbar und können angeschrieben werden.</p>


Ziele des Angebotes	Reichweite der Entscheidungen
<p>Menschen, die für den Schutz der Umwelt eintreten, sollen die Möglichkeit haben, sich über die Plattform zu artikulieren, zu informieren, zu vernetzen und zu organisieren. Gemeinsame Online-Aktivitäten sollen gefördert werden. Die Nutzenden sollen sich gegenseitig inspirieren und Ideen entwickeln.</p>	<p>Die Reichweite der Entscheidungen variiert von Fall zu Fall. Zum Teil dreht es sich um lokale oder regionale Problemstellungen (z.B. „Brauche Hilfe in Bremen“). Teilweise zielen die Kampagnen auf Entscheidungen der Bundespolitik ab (z.B. „Atomkraft endlich abschalten“). Wieder andere Kampagnen widmen sich globalen Anliegen (z.B. „Stoppt Delfin-Massaker in Japan!“). In der Regel handelt es sich aber um Kampagnen, die nicht in einen Entscheidungsfindungsprozess eingebunden sind, sondern der Willensbildung oder Aktivierung zur Beteiligung an Entscheidungsprozessen an anderer Stelle dienen.</p>

*GreenAction* ist ein zivilgesellschaftliches Partizipationsangebot, bei dem die Beteiligung nicht ‚von oben‘ initiiert wird, sondern auch vom Bürger bzw. von der Bürgerin ausgehen kann. **Formen von Online-Partizipation:** Die Nutzenden können sich zu den Themen der Plattform positionieren. Sie können eigene Meinungen und Ideen für neue Kampagnen einbringen. Zugleich können sie auch andere Menschen aktivieren, indem sie die Kampagnen verbreiten und zum Mitmachen aufrufen. Insgesamt bietet die Plattform den Nutzenden einen hohen Grad an Selbstorganisation. **Vernetzung:** Die Nutzenden können sich auf der Plattform

über ihre Profile „befreunden“ und es ist für alle Mitglieder sichtbar, wer sich in welcher Kampagne engagiert. Man kann sich aktuelle Kampagnen oder Mitglieder aus der eigenen Stadt anzeigen lassen, was für die Planung von Aktionen auf lokaler Ebene von Relevanz ist. **Transparenz:** Die Plattform stellt in erster Linie Werkzeuge für die Partizipation bereit und macht den Hintergrund und das Anliegen des Angebotes nachvollziehbar. Bei den einzelnen Kampagnen obliegt es den Akteurinnen und Akteuren, Transparenz herzustellen. **Unterstützungsangebote:** Nutzende finden in einem Video-Tutorial Erklärungen dazu, wie sie vorgehen müssen, wenn sie eine eigene Kampagne starten wollen und was sie dabei beachten müssen. In einem Beitrag des redaktionell betreuten Blogs der Plattform gibt es Informationen und weiterführende Links zum Thema Urheberrecht. Dies betrifft beispielsweise Fotos, die Nutzende für ihre eigenen Kampagnen hochladen können.

**Gib Deinen Senf dazu**  
<http://www.deinen-senf.de/>

**Kurzbeschreibung:**  
*Gib Deinen Senf dazu* ist eine regional ausgerichtete Beteiligungsplattform für Kinder und Jugendliche, bei der neben Umfragen und textorientierten Beteiligungsmöglichkeiten auch multimediale Beiträge der Nutzenden im Zentrum stehen.



AkteurInnen	Handlungsmöglichkeiten der Nutzenden	Resonanzmöglichkeiten/ Feedback-Kanäle
Anbieter der Plattform ist der <i>Bezirksjugendring Mittelfranken</i> .	Das Angebot richtet sich an Kinder und Jugendliche aus Mittelfranken.	Nutzende können sich beteiligen, indem sie an Umfragen teilnehmen, Wikis und Texte bearbeiten, Fotos, Video- und Audioclips hochladen sowie die Beiträge von anderen kommentieren.
		Resonanzmöglichkeiten auf eigene Beiträge bieten die Kommentarfunktionen. Feedback an die Anbieter kann per E-Mail geschickt werden, beispielsweise wenn man eine Idee für eine neue Umfrage hat.


Ziele des Angebotes	Reichweite der Entscheidungen
Die Nutzenden sollen ihre Meinung einbringen und mitbestimmen, was sich für Kinder und Jugendliche in Mittelfranken verbessern soll. Konkret handelt es sich um die Fortschreibung des Kinder- und Jugendprogramms des Bezirks Mittelfranken, bei der die Zielgruppe miteinbezogen werden soll.	Die Handlungsmöglichkeiten der Nutzenden auf der Plattform betreffen Entscheidungen in der Regionalpolitik. Ergebnisse, die daraus entstehen (z.B. bei Abstimmungen) sind jedoch nicht bindend für die Politik.

*Gib deinen Senf dazu* ist ein Angebot, das sich direkt an Kinder und Jugendliche richtet und bei den Beteiligungsmöglichkeiten unterschiedliche mediale Artikulationsformen integriert. **Formen von Online-Partizipation:** Kinder und Jugendliche können sich auf der Plattform zu den angebotenen Themen positionieren und ihre eigene Meinung einbringen. Um andere zum Mitmachen zu aktivieren, besteht die Möglichkeit einen Video-Trailer per *YouTube*-Link zu verteilen oder die *Facebook*-Seite der Plattform zu ‚liken‘. **Vernetzung:** Eine Vernetzung der Nutzenden untereinander findet auf der Plattform nicht statt. **Transparenz:** Für die Nutzenden wird zwar deutlich gemacht, wer hinter der Plattform steckt und was das Ziel des Beteiligungsangebots ist. Das dazugehörige Verfahren bleibt jedoch größtenteils intransparent. Es ist beispielsweise nicht direkt ersichtlich, wie und in welchem Zeitraum die Beiträge der Nutzenden von Seiten der Politik ausgewertet oder aufgegriffen werden. **Unterstützungsangebote:** Die Nutzenden finden auf der Plattform gezielt Unterstützung beim Umgang mit den multimedialen Beteiligungsmöglichkeiten. Im Upload-Bereich für Audio-Statements werden beispielsweise die Regeln zum Urheberrecht erklärt. Es wird auf alternative Lizenzangebote wie

CreativeCommons hingewiesen und hinsichtlich technischer Fragen gibt es eine Anleitung zum Konvertieren von Audioformaten.

**Campact**  
<http://www.campact.de/>

**Kurzbeschreibung:**  
*Campact* beschreibt sich als überparteiliche und unabhängige Organisation, die zu einem breiten Themenspektrum Kampagnen organisiert. Der Name setzt sich aus den Begriffen ‚Campaign‘ und ‚Action‘ zusammen. Das Motto der Plattform lautet „Demokratie in Aktion“.



AkteurInnen	Handlungsmöglichkeiten der Nutzenden	Resonanzmöglichkeiten/ Feedback-Kanäle
<p>Anbieter der Plattform ist <i>Campact e.V.</i> („Kampagnen für eine lebensdienliche Demokratie“).</p> <p>Als Zielgruppe werden Menschen angesprochen, die sich „für eine sozial gerechte, ökologisch nachhaltige und friedliche Gesellschaft“ einsetzen wollen.</p>	<p>Nutzende, die eine Kampagne unterstützen möchten, können einen entsprechenden Appell unterzeichnen, der sich an politische Entscheidungsträger richtet. Sie können Geld für die Kampagne bzw. für bestimmte Aktionen vor Ort spenden und sie können die Kampagne u.a. per E-Mail, <i>Facebook</i>, <i>Twitter</i> und über HTML-Banner weiterverbreiten.</p>	<p>Auf der Homepage sind E-Mail-Adressen angegeben, an die man sich bei Fragen und mit Anregungen, Vorschlägen und Kritik wenden kann. Blog-Beiträge, die vom <i>Campact</i>-Team veröffentlicht werden, können von Nutzenden kommentiert werden.</p>

Ziele des Angebotes	Reichweite der Entscheidungen
<p>Die Nutzenden sollen die Möglichkeit haben, sich via Internet in aktuelle politische Entscheidungen einzumischen, auch wenn sie dafür nur wenig Zeit zur Verfügung haben („Schon mit ein paar Minuten Zeit in der Woche können Sie Ihren politischen Vorstellungen wirksam Ausdruck verleihen.“) Die Kampagnen sollen die Politik mit der Meinung der Bürgerinnen und Bürger konfrontieren.</p>	<p>Es werden vor allem Aktionen auf Bundesebene organisiert, bei denen auf Entscheidungen der Bundesregierung eingewirkt werden soll (z.B. „Panzer-Export nach Saudi-Arabien stoppen!“ oder „Daten auf Vorrat? Sagen Sie Nein!“). Daneben werden Mitglieder über den <i>Campact</i>-Newsletter auch zur Teilnahme an lokalen Aktionen aufgerufen (z.B. um das Stimmverhalten des oder der Abgeordneten aus dem eigenen Wahlkreis zu beeinflussen).</p>

*Campact* ist eines der Angebote, mit denen traditionelle ‚Unterschriftenaktionen‘ ein neues Gesicht in Form von Online-Appellen erhalten haben. **Formen von Online-Partizipation:** Im Hinblick auf die unterschiedlichen Beteiligungsformen stehen bei *Campact* die Möglichkeiten der Nutzenden sich zu positionieren (z.B. das Unterzeichnen von Appellen) und sich einzubringen (z.B. das Mitorganisieren von Aktionen) im Mittelpunkt. Darüber hinaus setzt die Plattform auch stark auf die Weiterverbreitung der Kampagnen durch die Nutzenden – also das Aktivieren und Einbinden von anderen. **Vernetzung:** Vernetzung der Nutzenden findet bei *Campact* vor allem dann statt, wenn Aktionen vor Ort oder auf lokaler Ebene organisiert und durchgeführt werden. Auf der Plattform selbst gibt es abgesehen vom Newsletter-Abonnement keine Registrierungs- oder Vernetzungsmöglichkeiten. **Transparenz:** Nutzende finden auf der Plattform umfangreiche Informationen dazu, wofür *Campact* steht und wer sich dahinter verbirgt (z.B. hinsichtlich der Finanzen der Organisation oder hinsichtlich der politischen Positionen, die vertreten werden). Es wird nachvollziehbar geschildert, was mit der Beteiligung bei

---

den einzelnen Kampagnen erreicht werden soll bzw. was bereits erreicht wurde. In einer eigenen Rubrik auf der Plattform sowie in aktuellen Blog-Einträgen werden beispielsweise Erfolge der bereits durchgeführten Kampagnen und Aktionen geschildert. Berichte von Vor-Ort-Aktionen finden sich auch im *YouTube*- und *Flickr*-Account von *Campact*. **Unterstützungsangebote:** *Campact* bietet selbst keine expliziten Unterstützungsangebote z.B. im Hinblick auf die Handlungsmöglichkeiten auf der Plattform. Allerdings sind den Kampagnen jeweils Informationsquellen zugeordnet, die auf externe Internetseiten – beispielsweise von Partnerorganisationen – verweisen.

## Energie-Reporter im Einsatz

<http://www.schulwettbewerb-energie.de/>

### Kurzbeschreibung:

Von 31. Januar bis 1. Juli 2011 wurde in Baden-Württemberg ein Schulwettbewerb durchgeführt, bei dem Schülerinnen und Schüler als ‚Energie-Reporter‘ Kurzfilme drehen und einreichen konnten.



AkteurInnen	Handlungsmöglichkeiten der Nutzenden	Resonanzmöglichkeiten/Feedback-Kanäle
<p>Es handelte sich um einen Wettbewerb der <i>Stiftung Kulturelle Jugendarbeit beim Ministerium für Kultus, Jugend und Sport</i> sowie der <i>EnBW Energie Baden-Württemberg AG</i>.</p>	<p>Teilnehmende Gruppen konnten einen drei- bis fünfminütigen Clip über eine Energie-Story aus ihrer Stadt einreichen. Während der Abstimmungsphase konnten Nutzende auf der Website die eingereichten Filme bewerten.</p>	<p>Inwiefern die Teilnehmenden bereits während des Abstimmungsprozesses direkt Resonanz auf ihre eingereichten Filme bekamen, war zum Zeitpunkt der Analyse (nach Ende des Abstimmungsverfahrens) nicht erkennbar. In der Website-Rubrik ‚Eure Fragen‘ konnten Interessierte und teilnehmende Gruppen Fragen zum Wettbewerb stellen. Die Antworten der Veranstalter waren für alle Besucherinnen und Besucher der Website öffentlich zugänglich. Zudem konnte man auch nicht-öffentlich über ein Kontaktformular mit dem Wettbewerbsbüro Kontakt aufnehmen.</p>

Ziele des Angebotes	Reichweite der Entscheidungen
<p>Der Schulwettbewerb sollte naturwissenschaftliche Themen mit einer kreativen Aufgabenstellung verbinden. Bei den teilnehmenden Schülerinnen und Schülern sollte über einen handlungsorientierten Zugang zum Thema das Bewusstsein für den Energieverbrauch geschärft werden. Lehrerinnen und Lehrer sollten dabei unterstützt werden, das Thema Energie im Unterricht aufzugreifen und ihre Schülerinnen und Schüler zu sensibilisieren</p>	<p>Der Wettbewerb zielte auf die Meinungsbildung bei den Teilnehmenden und nicht auf konkrete Entscheidungen. Im Mittelpunkt der Kurzfilme sollten lokale Themen stehen. Der Recherche-Auftrag aus dem Wettbewerb lautete „Spannung in der Stadt“. Das heißt die Nutzenden sollten sich im Rahmen des Wettbewerbs mit dem Energieverbrauch in ihrer Stadt beschäftigen, z.B. „woher der Strom kommt, für was er verwendet wird oder wer die Menschen sind, die eine reibungslose Energieversorgung möglich machen.“ Über das Abstimmungsverfahren auf der Wettbewerbs-Website wurden zehn Gewinner-Clips ermittelt, die zu einer Preisverleihung eingeladen wurden. Zusätzlich vergab eine Expertenjury einen Sonderpreis für ein besonders kreativen Kurzfilm.</p>

Die *Energie-Reporter im Einsatz* gehören zu jenen Angeboten, die als sogenannte Public-Private-Partnerships umgesetzt werden und sind damit auch im Kontext der Öffentlichkeitsarbeit von Unternehmen zu sehen.

**Formen von Online-Partizipation:** Im Mittelpunkt des Wettbewerbs stand die Möglichkeit für die Schulgruppen sich und ihre Meinungen einzubringen. So konnten sie beispielsweise durch die Umsetzung ihrer Filmideen ihre eigene Perspektive auf das Thema „Spannung in deiner Stadt“ in eine öffentliche Diskussion einbringen.

Abgesehen von den inhaltlichen und formalen Vorgaben für die Kurzfilme war der Grad an Selbstorganisation für die teilnehmenden Gruppen recht hoch. **Vernetzung:** Eine direkte Vernetzung der Gruppen gab es während des Wettbewerbs nicht. Nach der Einreichungsfrist wurden alle Wettbewerbsbeiträge online gestellt und es konnte öffentlich abgestimmt werden, welche Filme den Wettbewerb gewinnen sollen. Zusätzlich wurden die Beiträge auch von einer Expertenjury bewertet. **Transparenz:** Der Ablauf des Wettbewerbs und das Verfahren zur Teilnahme sind auf der Website ausführlich und nachvollziehbar dargestellt. Die oben aufgeführten pädagogischen Ziele des Wettbewerbs sind im Bereich für Lehrkräfte erklärt. Ob die Veranstalter davon abgesehen auch andere Ziele mit der Initiative verfolgen wird nicht deutlich. Zudem bleibt auch nach Abschluss des Wettbewerbs zunächst unklar, was mit den eingereichten Beiträgen geschieht, z.B. ob es Anschlussaktivitäten mit den Gruppen geben wird oder ob und inwiefern die Veranstalter des Wettbewerbs die eingegangenen Beiträge weiterverwenden werden. **Unterstützungsangebote:** Den teilnehmenden Gruppen wurde ein Set aus verschiedenen Unterstützungsangeboten bereitgestellt. Es enthielt z.B. einen Camcorder, ein Handbuch mit Tipps zum richtigen Filmen sowie inhaltliche Informationen zum Thema des Wettbewerbs. Bei Interesse konnten die Gruppen auch an Offline-Workshops zum Thema Clipdreh und Filmschnitt sowie an Führungen in Kraftwerken teilnehmen.

Im Vorfeld der Abstimmungsphase erlangte der Film einer SchülerInnen-Gruppe bundesweit Aufmerksamkeit, nachdem er von Medienpädagoginnen und Medienpädagogen stark beworben wurde. In diesem Film kritisieren die Jugendlichen den Wettbewerb als Alibiveranstaltung, um die Energiewirtschaft in ein gutes Licht zu rücken und fordern den Atomausstieg. Neben vielen Klickzahlen im Internet und einer raschen Verbreitung über Social Web-Dienste wie *Twitter* wurde auch in der Lokalpresse und in etablierten Online-Medien wie *Spiegel Online* und *taz.de* über den Film und seine Entstehung berichtet. Zum Wettbewerb wurde der Beitrag dieser Gruppe letztlich nicht zugelassen, da er die formalen Teilnahmebedingungen nicht erfüllte.

### 3.4 Zwischenfazit: Kernpunkte für die Gestaltung von Beteiligungsangeboten

Das Spektrum der dargestellten Beispiele verdeutlicht, dass bei Beteiligungsangeboten im Internet unterschiedliche Akzente gesetzt werden. Aus der medienpädagogischen Einschätzung, die die Perspektive der Nutzenden auf die Angebote zum Ausgangspunkt macht, soll im Folgenden aus diesen unterschiedlichen Beispielen abgeleitet werden, welche Aspekte für die Gestaltung von Beteiligungsangeboten für die politische Bildungsarbeit im und mit dem Social Web modellhaft erscheinen. Dabei werden die Aspekte **Spektrum an Handlungsmöglichkeiten**, **Vernetzungsmöglichkeiten**, **Transparenz** sowie **unterstützende Angebote** diskutiert.

Die gestalteten Angebote mit dem Ziel Partizipation zu ermöglichen stellen jeweils ein bestimmtes (und teils sehr beschränktes) **Spektrum an Handlungsmöglichkeiten** und damit Formen der Partizipation bereit.

- Unterschiede zeigen sich bspw. hinsichtlich der *möglichen Artikulationsformen*, also der Medien, die für die Beteiligung vorgesehen werden. Gerade für Jugendliche und junge Erwachsene als Zielgruppe politischer Bildung erscheint es sinnvoll, den Nutzenden auch jugendtypische Artikulationsformen einzuräumen. Wer sich bspw. in einer Konsultation einbringen möchte, hat hierfür auf den entsprechenden Plattformen selbst nur die Optionen sich über (ggf. auch mediale) Statements und Kommentare einzubringen oder eingebrachte Positionen zu bewerten. Je nach Plattform zeigt sich, dass hierfür unterschiedliche Medien genutzt werden können. Während die Konsultation zu Netzpolitik des *BMI* mit der Zielgruppe Expertinnen und Experten einen Schwerpunkt auf textbasierte Formen der Beteiligung setzte, zeigt das Beispiel *Gib deinen Senf dazu*, wie den Nutzenden auch die Artikulation über verschiedene Medien (wie Foto, Audio oder Video) ermöglicht wird. Zugleich wird deutlich, dass

mediale Artikulationsformen (insbesondere Fotos) einer Kontextualisierung bedürfen, um überhaupt von anderen Nutzenden in ihrer Aussage und damit als Artikulation verstanden werden zu können. Ein breiteres Spektrum an Artikulationsformen verspricht zwar, dass sich die Nutzenden nach eigenen Präferenzen einbringen können. Dabei muss aber sichergestellt werden, dass die unterschiedlichen eingebrachten Medien auch in den diskursiven Verlauf eingebunden werden (können) und nicht die inhaltlich relevante Diskussion ausschließlich textbasiert und damit getrennt von einem Album eingebrachter Fotos stattfindet. Das Spektrum der Artikulationsformen sollte also erstens auf die Zielgruppe abgestimmt sein und zweitens sollten die verschiedenen medialen Formen thematisch zusammengeführt werden können und wechselseitige Anregungen erlauben.

- Bei den betrachteten Angeboten werden auch die möglichen *Formen von Partizipation* (,sich positionieren', ,sich einbringen' und ,andere aktivieren') unterschiedlich eingebunden. Wenngleich normativ eine Hierarchisierung dieser Formen naheliegt, zeigt sich anhand der Fallbeispiele, dass sie in den für die Nutzenden möglichen Handlungen teils sehr eng miteinander verbunden sind. Ein Beispiel ist hier die Plattform *Campact*, bei der nach dem Schritt des ,sich Positionierens' direkt Möglichkeiten angeboten werden, andere auch über die entsprechende Kampagne zu informieren und zu einer Beteiligung aufzufordern. Für die Gestaltung von Beteiligungsangeboten erscheint dabei der wesentliche Grundsatz zu sein, Handlungssequenzen zu ermöglichen, die aus Sicht von Nutzenden sinnvoll sind. Wer eine Petition unterzeichnet, hat ggf. auch Interesse daran, andere Nutzende auf diese Petition hinzuweisen. Einige Angebote setzen hier auch auf die *Verbindung zu anderen Online-Diensten*, so dass entweder Hinweise auf die Diskussion über Social Web-Angebote hinweg gestreut oder Handlungsoptionen anderer Plattformen (bspw. ,mit Entscheidungsträgern Kontakt aufnehmen') einbezogen werden. Aus Sicht von Nutzenden betrachtet, bietet dies im ersten Fall die Möglichkeit, die eigene Beteiligung auch im Kreis der eigenen Online-Kontakte sichtbar zu machen. Der zweite Fall verdeutlicht, dass ein Angebot der politischen Bildung nicht unbedingt alle Funktionen umfassen muss, wenn sie bereits an anderer Stelle durch Aktivität der Teilnehmenden einbezogen werden können. *Verbindungen zwischen Online- und Offline-Handlungen* werden in den Fallbeispielen nur in wenigen Fällen erkennbar (bspw. bei *Campact* mit Protestaktionen vor Ort). Angesichts der zunehmend mobilen Nutzung von Online-Diensten ist hier allerdings ein Bereich zu sehen, in dem zukünftig neue Handlungsformen von Nutzenden auch in Angeboten aufgegriffen werden sollten.
- Einen Sonderstatus innerhalb der gestalteten Angebote nehmen die Kampagnenplattformen ein, die neben der Mitwirkung an auf der Plattform angelegten Kampagnen auch die Werkzeuge bereitstellen, um eigene Kampagnen anzustoßen. Selbstbestimmung als Ziel von Partizipationsförderung können Nutzende hier auch mit den Werkzeugen der Plattform selbst erfahren. Hinsichtlich der Zielsetzung politischer Bildung ist dabei zu konstatieren, dass die Abgabe von Kontrolle der Anbieter über die Inhalte eine notwendige Bedingung ist, um Selbstbestimmung von Nutzenden auch in gestalteten Angeboten erfahrbar zu machen.

Anders als bei den kommerziellen Social Web-Angeboten stehen **Vernetzungsmöglichkeiten** der Nutzenden bei den als Fallbeispiel betrachteten Beteiligungsangeboten eher im Hintergrund. Überwiegend wird den Nutzenden zwar die Möglichkeit gegeben, die Beiträge anderer Aktiver zu kommentieren, wodurch auch Rückmeldungen von anderen Nutzenden erfahren werden können. Weitergehende Vernetzungsmöglichkeiten der Mitwirkenden untereinander werden aber nur in wenigen Fällen durch die Plattformen unterstützt. Eine Vernetzung der Aktiven über explizite Profile ist bei



den betrachteten Fallbeispielen nur bei *GreenAction* möglich – einem Angebot, das stärker als andere auf Selbstorganisation der Nutzenden setzt. Zugleich setzt dieses Angebot auch stärker darauf, eine Community von Aktiven aufzubauen, die sich gegenseitig (auch bei Aktionen vor Ort) unterstützen und längerfristig auf der Plattform aktiv sind.

Auch hinsichtlich der **Transparenz** decken die Fallbeispiele ein Spektrum ab. Während die Ziele und auch die dahinterstehenden Akteure in allen Fällen vergleichsweise leicht zu erkennen sind, zeigen sich deutliche Unterschiede hinsichtlich der Transparenz von Entscheidungsmöglichkeiten und Entscheidungsphasen. Dabei bieten die Kampagnenplattformen einen vergleichsweise hohen Grad an Transparenz, da Verfahren und Reichweite der Entscheidung als Nicht-Regierungsorganisation leicht zu bestimmen sind. Bei den Angeboten, die eine Beteiligung an politischen Entscheidungen zum Ziel haben, ist dagegen die Einbindung in den tatsächlichen Entscheidungsprozess relativ unklar. Als Mindestkriterium, das auch von den Angeboten erfüllt wird, kann die offene Darlegung von Zeiträumen, in denen Entscheidungen getroffen werden, gelten. Wie die über die Angebote eingebrachten Positionen bei der Entscheidung einbezogen werden sollen, bleibt dagegen in allen Fällen vage. Damit wird zumindest bei diesen Angeboten den an einer Mitwirkung Interessierten abverlangt, darauf zu vertrauen, dass eine Beteiligung über das Angebot später auch Wirkung erzielen kann. Dass die Entscheidungsfindung transparent dokumentiert ist, kann ebenfalls für die von offizieller Seite initiierten Angebote eher nicht beansprucht werden. Besonders deutlich ist, dass bei Konsultationen die spätere Entscheidung wie auch der Prozess der Entscheidungsfindung nicht für diejenigen nachvollziehbar aufbereitet sind, die sich ggf. über das Angebot eingebracht haben. Anders versuchen die Nicht-Regierungsorganisationen gerade herauszustellen, was durch das Engagement auf den Plattformen bewirkt werden konnte. Hier manifestieren sich auch in der Angebotsgestaltung unterschiedliche Perspektiven auf Partizipation, ob Beteiligung mit diesen Angeboten gewährt wird oder die Angebote zur Teilhabe und Mitwirkung am Willensbildungsprozess ermutigen wollen.

**Unterstützende Angebote** für diejenigen, die sich über die Angebote einbringen wollen, stehen nicht bei allen betrachteten Angeboten zur Verfügung. Zwei Formen von unterstützenden Angeboten können jedoch unterschieden werden:

- *Informationen zu den Themen der Beteiligungsprojekte* finden sich nur bei einer Kampagnenplattform. Bei diesem Beispiel wird allerdings auf externe Inhalte (bspw. von Partnerorganisationen) verwiesen und es werden keine eigenen aufbereiteten Inhalte angeboten. Auch bei Beteiligungsangeboten mit vergleichsweise komplexen Themen finden sich dagegen keine grundlegenden Informationen, die einen Einstieg in das Thema erlauben würden.
- *Informationen zur Nutzung der Angebote*, bei denen insbesondere auch Aspekte von Medienkompetenz aufgegriffen werden, finden sich dagegen bei mehreren Beispielen. Neben Hinweisen zu Urheberrechtsfragen, wenn die Möglichkeit besteht, Bilder hochzuladen, findet sich bspw. bei *Gib Deinen Senf dazu* explizit auch eine Anleitung zur Konvertierung von Audiodateien und damit eine Unterstützung bei der Erstellung von medialen Werken für die mediengestützte Beteiligung auf der Plattform. Auf einer ähnlichen Ebene anzusiedeln sind die Video-Tutorials, die Aktiven die Nutzung der Funktionen auf *GreenAction* nahebringen. Bei dem Gros der Angebote sind die Nutzenden aber auf sich gestellt, die Plattformmöglichkeiten zu erschließen.

Personale Unterstützung kann auf allen Angeboten über Ansprechpartner eingeholt werden, die aber vergleichsweise anonym bleiben. Allein auf *GreenAction* sind auch Redakteurinnen und Redakteure von *Greenpeace* aktiv und als solche auch persönlich ansprechbar. Eine herausstechende Ausnahme

---

bildet hier der Wettbewerb *Energie-Reporter im Einsatz*. Im Rahmen dieses Wettbewerbs wurde den mitwirkenden Teams Technik und pädagogische Betreuung zur Unterstützung der Erstellung eines Videoclips an die Seite gestellt. Für Nutzende mit durchschnittlichen Fähigkeiten, sich über mediale Produktionen zu artikulieren, wurden nur in diesem Projekt umfassendere aber auch personell aufwändigere Unterstützungsangebote bereitgestellt (die auch über die Plattform nachvollziehbar sind).

## 4 Herausforderungen für die politische Bildungsarbeit mit und im Social Web

Partizipation im und mit dem Social Web im hier grundgelegten Sinne stellt das Subjekt und seine Entscheidungsmacht in den Mittelpunkt. Damit ist gleichzeitig auch der Ausgangspunkt für handlungsorientiertes, pädagogisches Handeln gesetzt, bei dem Lebenswelt- und Ressourcenorientierung zentral sind. Qualität von Partizipation ist damit nicht allein aus dem medialen Rahmen zu generieren, sondern schöpft aus der Verankerung in gesellschaftlich relevanten Prozessen, die durch die Tendenzen der Mediatisierung in immer weiter reichendem Maße durch mediale Werkzeuge und Strukturen geprägt sind. Die Realisierung von Partizipation ist abhängig von verschiedensten Faktoren, von der politischen Kultur ebenso wie von den individuellen Fähigkeiten der Einzelnen, für ihre Interessen einzustehen, sich zu organisieren und die geeigneten Strukturen zur Durchsetzung von Interessen zu entwickeln. Das „neue Netz“ (Schmidt 2009) ist eben nicht als hierarchiefreier Raum konzipiert, im Gegenteil, es ist auf der einen Seite bestimmt von Strukturen, die Jenkins als „corporate driven“ (Jenkins 2006) bezeichnet. Auf der anderen Seite gibt es durchaus neue Möglichkeiten sich einzubringen, zu beteiligen und zivilgesellschaftliche Interessen voranzubringen, die aber auch nur mit bestimmten Ressourcen zugänglich sind. Ein Ausschnitt aus diesen Beteiligungsmöglichkeiten im Social Web wurde exemplarisch einer Betrachtung unterzogen und mit den theoretisch abgeleiteten Kriterien eingeschätzt. Deutlich werden dabei Herausforderungen für die politische Bildungsarbeit, die sich mit gesellschaftlichen und medialen Entwicklungen auseinandersetzen muss. In **fünf Thesen** wird zunächst skizziert, worin diese Herausforderungen bestehen und es werden daran anschließend Kriterien für eine politische Bildungsarbeit für die Zielgruppe Jugendliche und junge Erwachsene im Social Web formuliert.

### 4.1 Thesen für die politische Bildungsarbeit

Partizipationsprojekte mit und im Social Web müssen sich der Frage stellen, wie die Prinzipien der Orientierung am Subjekt und seinen Ressourcen im Rahmen handlungsorientierten Lernens umgesetzt werden können. Dabei werden unter den gegebenen gesellschaftlichen Bedingungen Herausforderungen offenkundig, die in Form von Thesen diskutiert werden.

#### 1. Politische Bildung im Social Web muss Individualisierungstendenzen im Medienhandeln aufgreifen und hinterfragen.

Im Medienhandeln der Einzelnen sind deutliche Individualisierungstendenzen festzustellen. Augenfällig wird dies insbesondere beim Informationsverhalten: So sind Inhalte orts- und zeitunabhängig abrufbar, die Suche nach Informationen bestimmt sich immer stärker nach subjektiven Gesichtspunkten. Dies bedeutet, dass jede/r Einzelne mehr gefordert ist, sich Informationen zu beschaffen. Die unterschiedlichen hierfür entwickelten Routinen rücken im alltäglichen Medienhandeln nur selten ins Bewusstsein. In Bezug auf Partizipationsprojekte ist es jedoch gewichtig, für alle einen ähnlichen Informationsstand herzustellen, da dies die Basis für demokratische Willensbildungsprozesse bildet. Dies kann noch relativ einfach in Bezug auf Ziele und Verfahren von Entscheidungsprozessen gelingen, da hier zentral bereitgestellte Informationen alle relevanten Aspekte abdecken können. In Bezug auf Informationen zu Inhalten und Themen in einer diskursiven Auseinandersetzung stellt dies eine größere Herausforderung dar. Hier sind Methoden zu entwickeln, die die Teilnehmenden aktiv in die Zusammenstellung und Bestimmung relevanter Informationen einbinden und in denen

unterschiedliche Routinen der Informationsbeschaffung im Social Web erkannt und reflektiert werden können. Da Partizipation den Anspruch verfolgt, möglichst viele zu erreichen und entsprechend ihrer Ressourcen in Entscheidungsprozesse einzubinden, darf Information zu den Themen politischer Bildung kein exklusives Gut sein.

**2. Die kommerziellen Entwicklungen im Social Web müssen von der politischen Bildung als Thema aufgegriffen werden und zugleich muss politische Bildungsarbeit nicht-kommerzielle Alternativen bereithalten.**

Viele beliebte Räume des Social Web sind kommerziell strukturiert und primär an kommerziellen Interessen ausgerichtet. Sie sind nicht auf gesellschaftliche Teilhabe gerichtet, Beteiligung zielt hier auf ‚harvesting the crowd‘, d.h. um über die Beteiligung möglichst vieler finanziellen Mehrwert (sei es über Werbung oder ähnliches) abzuschöpfen. Diese kommerziellen Räume sind fest in der Medienhandlungspraxis von Heranwachsenden verankert, sie geben einen Rahmen für die Wahrnehmung von Inhalten, für alltägliche Interaktion und Kommunikation. Diese Räume werden aber auch von ihren Nutzenden ausgestaltet und für vielfältige Zwecke und Interessen in Gebrauch genommen. Damit gestalten Heranwachsende ‚ihre‘ Sozialräume, in denen offline und online eng miteinander verwoben sind und vielfältige Aushandlungsprozesse stattfinden. Nicht kommerzielle mediale Räume stehen im Vergleich dazu meist im Abseits und müssen sich mit der Frage beschäftigen, wie und ob sie mit kommerziellen Angeboten verbunden sein wollen. Ein schlichtes Entweder-oder erscheint dabei nicht zielführend.<sup>16</sup> Entscheidend ist vielmehr, dass erstens in Projekten politischer Bildung genau überlegt werden muss, ob die im Rahmen der Projekte entstehenden Informationen (Inhalte, Interaktionen, Handlungen) über die Nutzenden in kommerziellen Räumen präsent sein sollen oder ob für bestimmte Projekte/Projektteile nicht kommerzielle Angebote vorzuziehen sind, in denen die Auswertung der Daten ausgeschlossen werden kann. Zweitens müssen Projekte politischer Bildung Anlässe schaffen, kommerziell strukturierte Räume als solche zu erkennen und in ihrer Bedeutung für gesellschaftliche wie auch alltägliche Interaktion und Kommunikation und zu ihren (nicht zwingend dem Gemeinwohl verpflichteten) Interessen zu hinterfragen.

**3. Transparenz durch den Einsatz digitaler Dienste ist zum einen Voraussetzung für die Realisierung von Partizipation, birgt zum anderen aber auch die Gefahr der Kontrolle über die Beteiligten. Dieses Spannungsfeld muss von politischer Bildung berücksichtigt und für ihre Zielgruppen erfahrbar gemacht werden.**

Die Forderung nach Transparenz ist wesentlich für demokratische Willensbildungsprozesse. So ist das Ideal einer diskursiven Öffentlichkeit nicht denkbar ohne das Offenlegen von Akteurinnen und Akteuren und ihren Zielen, Abläufen der Willensbildung und der Entscheidungsfindung. Dies gilt sowohl für die Verfahren repräsentativer Demokratien als auch für kooperative und direktdemokratische Verfahren.

Zugleich gilt Transparenz im Sinne der Veröffentlichung von Informationen durch Medien stets als Mittel, um Machtapparate zu kontrollieren hinsichtlich der ‚4. Gewalt‘. Insofern sind Macht und deren Kontrolle ein beständiges Thema, das politische Strukturen prägt. Durch die Möglichkeiten

---

<sup>16</sup> Siehe auch die Diskussion auf [www.pb21.de](http://pb21.de) zwischen Christiane Schulzki-Haddouti (<http://pb21.de/2011/06/nur-facebook-abstinenz-uberzeugt>) und Thomas Pfeiffer (<http://pb21.de/2011/06/politische-bildung-muss-nach-facebook>)

digitaler Datenerfassung und -speicherung ist die Forderung nach Transparenz allerdings in einer neuen Facette zu beleuchten. Über die Auswertung von Daten der Beteiligten können Nutzungsprofile erstellt werden, die neue Kontrollmöglichkeiten erlauben. Dementsprechend ist die Forderung nach Transparenz auch in der politischen Bildungsarbeit zu stellen, wo es z.B. darum geht, darzulegen, was mit persönlichen Informationen der Beteiligten passiert und für welche Zwecke sie erhoben werden. Dies betrifft bei der Arbeit mit dem Social Web zunächst die Anmeldedaten der Beteiligten, in weiterer Folge aber auch alle im weiteren Sinn persönlichen Informationen, die im Verlauf eines Projektes in diesen medialen Strukturen entstehen. Im Projektverlauf kann der Umgang mit persönlichen Informationen immer wieder reflektiert werden, da eine mögliche Weitergabe und gegebenenfalls Veröffentlichung solcher Informationen im gesamten Beteiligungsprozess eine Rolle spielen und damit direkt über konkrete Handlungen erfahrbar werden.

#### **4. Prozesse der Entgrenzung von öffentlichen und privaten Sphären müssen Gegenstand politischer Bildungsarbeit werden.**

Die Herstellung von Öffentlichkeit ist ein grundsätzliches Prinzip demokratischer Willensbildung und ist notwendig, um Transparenz herzustellen (siehe 3.). ‚Die‘ Öffentlichkeit erweist sich nicht erst durch die Etablierung von Social Media als fragmentiert (vgl. z.B. Stalder 2011, Winter 2010). Es bilden sich Nischen und Teilöffentlichkeiten aus, in denen zum Teil sehr spezialisierte Diskurse geführt werden und in denen sich eigene Symboliken und Praktiken entwickeln. Zu denken ist hier beispielsweise an verschiedene Jugendkulturen oder Medienszenen, wie Computerspiele-Clans, oder auch an zivilgesellschaftliche Gruppierungen. Die Artikulation der eigenen Anliegen (auch in Teilöffentlichkeiten) reicht nicht aus, sie braucht Resonanz, um ‚Wirkung‘ im Sinne eines demokratischen Willensbildungsprozesses zu erlangen, d.h. Akteure müssen sich mit ihren Positionen entsprechend öffentlich machen und brauchen Feedback für eine diskursive Auseinandersetzung im Willensbildungsprozess. Wenn Beteiligte in den Strukturen des Social Web zu öffentlich Agierenden werden, sind aber z.B. über die Nutzerprofile auch thematisch unabhängige, persönliche Informationen zugänglich. Das heißt die Grenzen zwischen privat und öffentlich verschieben sich, insbesondere dann, wenn Partizipationsprojekte nicht nur eigene, ‚geschlossene‘ Räume vorsehen, sondern mit ihren Aktionen in andere mediale Räume hineinwirken, die vormals nicht unter einem bestimmten Themenfokus standen, sondern z.B. primär für Beziehungspflege genutzt werden (z.B. kommerzielle Soziale Netzwerkdienste). Werden diese Informationen der Beteiligten aus den verschiedenen Räumen durch andere Nutzende miteinander verknüpft, können durchaus persönliche Informationen an Menschen gelangen, für die diese nicht bestimmt waren. Diese Veränderungen von Öffentlichkeit sind als Gegenstand politischer Bildung zu thematisieren. In der Durchführung müssen sich Projekte der politischen Bildung an einer möglichst großen Souveränität der Einzelnen und Kontrollmöglichkeiten ihrer und über sie veröffentlichten persönlichen Informationen orientieren.

#### **5. Projekte der politischen Bildungsarbeit müssen sich am normativen Ziel, den Beteiligten möglichst viel Selbstbestimmung zu ermöglichen, messen lassen.**

Politische Bildung soll, so die Grundannahme in der zugrundegelegten Definition von Partizipation, die Subjektwerdung von Individuen zur Übernahme gesellschaftlicher Mitverantwortung fördern. Dazu braucht es zielgruppensensibel konzipierte Projekte, die gestaltete Formen von Partizipation ermöglichen, damit Heranwachsende entsprechend ihrer Ressourcen ihre Fähigkeiten weiterentwickeln können. Ziel muss es aber immer sein, die Fähigkeiten zur Selbstorganisation zu stärken und dafür Sorge zu tragen, dass die Entwicklungsschritte des Lernens auch mit Phasen der

Selbstbestimmung begleitet werden. Projekte der politischen Bildung müssen offen sein, Formen selbstorganisierter Partizipation zu erkennen und aufzugreifen. Diese Offenheit für das Ziel Selbstbestimmung bildet den normativen Rahmen, an dem Partizipationsprojekte sich orientieren müssen. Dies impliziert auch eine Reflexion der Rolle pädagogischer Fachkräfte, bei der ein ‚Kontrollverlust‘ über die öffentlich zugängliche Kommunikation dann nicht mehr als bedrohlich wahrgenommen werden sollte, sondern als Selbstermächtigung und Selbstbestimmung von Heranwachsenden positiv zu bewerten ist. Ressourcen, die für die haftungsrechtliche Beobachtung der Internetangebote eingesetzt werden müssen, stellen damit nicht in erster Linie einen Schutz vor Schaden dar, sondern ermöglichen eine zeitgemäße politische Bildungsarbeit.

## 4.2 Kriterien für Partizipationsprojekte mit und im Social Web

Pädagogische Partizipationsprojekte, deren Leitlinien handlungsorientiertes Lernen und Ressourcenorientierung bilden und die sozialräumliche Aneignungsprozesse von Heranwachsenden berücksichtigen, ermöglichen es, Heranwachsende in der Entwicklung ihrer Fähigkeiten und Kompetenzen zu begleiten, um gesellschaftliche Verantwortung zu übernehmen. Sturzenhecker (2007, S. 12f.) fasst dies in drei Grundprinzipien zusammen:

- „Sehen und anerkennen“ als respektvolles Beobachten ist die Grundvoraussetzung, um die Ressourcen und die Verschiedenheit von Heranwachsenden zu akzeptieren und erst darauf aufbauend ihre Themen, Bedürfnisse und Motivationen einzuordnen und im Projektkontext zu integrieren.
- „Jugendlichen eine Stimme geben“ bedeutet, dass Jugendliche ihre eigene Position zu bestimmten Themen finden, diese für berechtigt halten und ihr auch Ausdruck verleihen und sich Gehör verschaffen können. Dazu gehört auch, Raum für Resonanz und Dialog zu schaffen.
- „Demokratischen Konflikt ermöglichen“ wird im Austausch von Positionen und Argumenten möglich, bei dem die Kritikfähigkeiten der Jugendlichen gefordert und sukzessive erweitert werden.

Bei der politischen Arbeit im Social Web haben diese Grundprinzipien weiterhin Gültigkeit. Geschärft werden müssen aber die Kriterien, an denen Projekte der politischen Bildungsarbeit zu messen sind, die sich dieser medialen Werkzeuge bedienen. Im Sinne der Verwobenheit von On- und Offline-Interaktionen in den Sozialräumen werden die Projekte im Folgenden als ‚Partizipationsprojekte‘ bezeichnet.

### 1. Partizipationsprojekte brauchen ein klares Profil.

Zentral ist für die Bestimmung der Projektziele zunächst eine Verortung im Spektrum an Partizipationsformen Mitwirkung, Mitbestimmung und Selbstbestimmung. Dabei muss auch geklärt werden, ob und in welcher Form auf Social Web-Angebote eingegangen wird und ob und wie sie im Rahmen des Projekts eingesetzt werden („linking to communities for action“ oder „building communities for action“). Der Charakter der eingebundenen medialen Strukturen muss von Anfang an geschärft werden, um Klarheit darüber zu haben, in welcher Art und Weise Partizipationsräume geschaffen werden. Dabei müssen folgende Fragen geklärt werden:

- Dienen Medien als Präsentationsfläche für bestimmte Aktionen?
- Sind sie Werkräume für die Arbeit mit Heranwachsenden, in denen eine diskursive Auseinandersetzung und/oder die Produktion eigener Werke stattfindet?

- Soll die Vernetzung zwischen den Nutzenden im Vordergrund stehen, also der Interaktion zwischen den Beteiligten Raum gegeben werden?

Der Einsatz von Social Media ist also je nach Anlage des Projekts zielgruppenspezifisch an den Bedürfnissen der Beteiligten auszurichten und hat Auswirkungen vor allem auf die Intensität der pädagogischen Betreuung.

## **2. Partizipationsprojekte müssen sich an den Aneignungs- und Handlungsweisen der Einzelnen in ihren Sozialräumen orientieren.**

Das Wissen über die Aneignungs- und Handlungsweisen der Einzelnen in ihren Sozialräumen ist (weiterhin) Voraussetzung, um Projekte der politischen Bildungsarbeit zu konzipieren und umzusetzen. Für Partizipationsprojekte bedeutet dies, sich differenziert mit den anzusprechenden Zielgruppen und ihrem Medienhandeln zu beschäftigen. Medienhandeln erweist sich als sozial strukturiert und ist eng mit kulturellen Milieus und ihren spezifischen Ausdrucksformen, wie z.B. in bestimmten jugendkulturellen Szenen, verbunden. Umso wichtiger ist eine fundierte Auseinandersetzung mit der angesprochenen Zielgruppe und

- ihren Themen und Interessen sowie den damit verbundenen Motivlagen,
- den medialen und nicht medialen Interaktions- und Kommunikationsformen in ihren Sozialräumen, vor allem im Peer-to-Peer-Kontakt,
- den von ihnen gewählten produktiven Ausdrucksweisen (z.B. Videos oder Fotos) sowie
- ihren ästhetischen Ansprüchen an die mediale Aufbereitung und Gestaltung von Themen.

Die Verwobenheit von On- und Offline-Interaktionen bedeutet, dass Sozialräume zunehmend über Social Web-Angebote, insbesondere Soziale Netzwerkdienste, von den Heranwachsenden strukturiert werden. Ihre Handlungspraktiken im Alltag sind es, die zunächst den Maßstab für den Einstieg in politische Bildungsarbeit setzen, um sie in der medialen Artikulation ihrer Interessen und Belange zu unterstützen und zu begleiten. Dabei ist insbesondere das Zusammenspiel verschiedener Artikulationsformen (über Text, Bild und Ton) als vernetztes Handeln in den Blick zu nehmen.

## **3. Partizipationsprojekte müssen Resonanzräume schaffen, damit Jugendliche Anerkennung und Wirksamkeit erfahren.**

Die Artikulation von Interessen und Belangen impliziert deren Veröffentlichung. Sich Gehör zu verschaffen für seine Anliegen ist aber ein schwieriges Unterfangen, da mit dem Prinzip, dass im Social Web potenziell jede/r senden und empfangen kann, es auch schwieriger geworden ist, Öffentlichkeit(en) anzusprechen und zu erreichen. Damit ePartizipationsprojekte sich nicht nur mit einem ‚So-tun-als-ob‘ begnügen, bei dem Partizipation auf einer Spielwiese erprobt wird, sondern die Stimmen der Jugendlichen auch gehört werden und sie die Wirksamkeit ihres Handelns erfahren können, sind Resonanzräume erforderlich. Diese Resonanzräume müssen in Projekten politischer Bildungsarbeit bewusst gestaltet werden, dabei sind insbesondere die Spezifika der Social Web-Angebote, z.B. Feedback-Kanäle, kooperative Arbeitsweisen etc. in den Blick zu nehmen. Diese ermöglichen zum einen Resonanz in Bezug auf das subjektive Kompetenzerleben der Einzelnen, die Rückmeldung auf ihre Handlungen bekommen. Zum anderen ist aber auch Resonanz über das aktive Einbinden von relevanten Teilöffentlichkeiten anzustreben, in dem z.B. der Kontakt zu relevanten Entscheidungsträgern oder zu anderen im selben Themenfeld engagierten Gruppierungen on- und offline gesucht wird und eine diskursive Auseinandersetzung stattfindet, die über den engen Projektkontext hinausreicht und Partizipationserfahrungen in einem (wenn auch medial vermittelten) sozialen Austausch ermöglicht.

#### 4. Partizipationsprojekte müssen ihre Unterstützungsleistungen differenzieren, die sie über medial gestützte Strukturen anbieten.

Heranwachsende erfahren vielfältige Unterstützung über ihre Peergroup und insbesondere in Sozialen Netzwerkdiensten in Form von sozialer Einbettung, Erleben von Kompetenz und Erfahrung von Autonomie. Für Partizipationsprojekte ist es wichtig, Unterstützung im Peer-to-Peer-Kontext als auch angeleitete oder mediale Unterstützungsangebote zu differenzieren. Dabei ist zu klären,

- in welchen Bereichen Heranwachsende Unterstützung erfahren können und
- in welcher Form Social Web-Strukturen dafür herangezogen werden.

Information, Hilfestellungen und Materialien sind dabei ein wichtiger Bestandteil, um thematische Anknüpfungspunkte zu bieten. Zentral ist aber, die Beteiligungsmöglichkeiten zu differenzieren und je nach Zielstellung des Projekts ihren Einsatz zu überlegen. Die Kategorien der Mitwirkung, Mitbestimmung und Selbstbestimmung sollten dabei leitend sein. Je nach Vorerfahrungen brauchen Jugendliche Ansprechpartnerinnen und Ansprechpartner für ihre Fragen. Insbesondere Gleichaltrige werden dabei besonders geschätzt. Dem Ideal der Selbstbestimmung am nächsten kommen Projekte, die auf die Expertise unter Gleichaltrigen setzen (Peer-to-Peer-Lernen). Insbesondere jene Jugendlichen, die weniger Erfahrung mit Social Web-Angeboten mitbringen, brauchen gezielte Unterstützungsangebote

- zu den Zielen des Projekts,
- zur Erläuterung der Handlungs- und Gestaltungsmöglichkeiten und
- dazu, wie sie ihre Ansprechpersonen bei Fragen finden können.

#### 5. Partizipationsprojekte müssen die Rollen der beteiligten pädagogischen Fachkräfte reflektieren.

Partizipationsprojekte, die in den Strukturen des Social Web durchgeführt werden, stellen auch Anforderungen an die pädagogischen Fachkräfte und ihre Medienkompetenz.

Eine Orientierung an der Selbstbestimmung aller Beteiligten eines Projektes impliziert dabei auch, dass die pädagogischen Fachkräfte bestimmte Aufgaben abgeben oder zumindest arbeitsteilig mit anderen Beteiligten realisieren können/müssen. Dies ist insbesondere in **zwei Bereichen** denkbar bzw. im Sinne der Förderung von Selbstbestimmung und einer Partizipationskultur geradezu notwendig: (gegenseitige) **Unterstützung** und **Bereitstellen von Information**.

- **Unterstützende Angebote** sind für Partizipationsprojekte mit Medien unverzichtbar. Im Sinne der Selbstbestimmung wäre hier als Strategie denkbar, die Heranwachsenden als ‚Medienexpertinnen und -experten‘ einzubeziehen, die ihr Wissen an andere Mitwirkende (ggf. auch an die Fachkräfte) weitergeben.
- Auch bei der Aufbereitung von Themen und dem Zusammenstellen einer **gemeinsamen Informationsgrundlage** ist angesichts individualisierter Informationszugänge die Einbindung der Beteiligten notwendig, so dass kooperativ und kollektiv relevante Informationsquellen zusammengestellt und bewertet werden. Aspekte von Medienkompetenz wie Quellenkritik können hierbei in der gemeinsamen Bewertung erworben werden, bedürfen aber der Unterstützung durch pädagogische Fachkräfte.

Heranwachsenden die Rolle von Expertinnen und Experten zuzuerkennen, hat zur Folge, dass die Fachkräfte den Teilnehmenden größere Handlungsräume gewähren müssen. Für sie bedeutet bspw. die Abgabe von Souveränität über die Inhalte einen ‚Kontrollverlust‘, der für die beteiligten Heranwachsenden mehr Selbstbestimmung und damit verbunden auch mehr Verantwortung im pädagogischen



---

schen Prozess mit sich bringt. Diese Veränderung der Rollen im pädagogischen Prozess kann das Projekt an sich ‚demokratisieren‘ und ermöglicht zugleich vielfältige Lernprozesse im Hinblick auf Autonomieerfahrungen und Selbstwirksamkeit als wichtige Bedingungen für Teilhabeinteresse und Teilhabefähigkeiten. Mit Blick auf die Angebote impliziert dies allerdings auch, Ressourcen bereitzustellen, mit denen haftungsrechtliche Fragen gelöst werden können (z.B. regelmäßiges ‚Screening‘ der Inhalte).

## Literatur<sup>1</sup>

- Arnold, Katrin (2005): Ausdruck und Artikulation: Ein Grenzgang zwischen Philosophischer Anthropologie und Symbolischem Interaktionismus. In: Schlette, Magnus; Jung, Matthias (Hg.): Anthropologie der Artikulation. Begriffliche Grundlagen und transdisziplinäre Perspektiven. Würzburg: Königshausen & Neumann, S. 85–102.
- Barber, Benjamin R. (1994 (englisch 1984)): Starke Demokratie. Über die Teilhabe am Politischen. Hamburg: Rotbuch.
- Bonfadelli, Heinz (2005): Die Rolle digital-interaktiver Medien für gesellschaftliche Teilhabe. In: merz Medien und Erziehung, Jg. 49, H. 6 (Ausgabe merz Wissenschaft), S. 6–16.
- Bundesministerium für Familie, Senioren Frauen und Jugend (Hg.) (2005): Zwölfter Kinder- und Jugendbericht. Bericht über die Lebenssituation junger Menschen und die Leistungen der Kinder- und Jugendhilfe in Deutschland. Online verfügbar unter <http://www.bmfsfj.de/bmfsfj/generator/RedaktionBMFSFJ/Abteilung5/Pdf-Anlagen/zwolfteer-kjb,property=pdf,bereich=,sprache=de,rwb=true.pdf>
- Coleman, Stephen (2010): Making Citizens Online. From Virtual Boy Scouts to Activist Networks. In: Olsson, Tobias; Dahlgren, Peter (Hg.): Young People ICTs and Democracy. Theories, Policies, Identities and Websites. Göteborg: Nordicom, S. 71–90.
- Collin, Philippa (2009): The Making of Good Citizens. Participation Policies, the Internet and Youth Political Identities in Australia and the United Kingdom. University of Sydney. Online verfügbar unter <http://ses.library.usyd.edu.au/bitstream/2123/5399/1/pj-collin-2009-thesis.pdf>
- Cormode, Graham; Krishnamurthy, Balachander (2008): Key differences between Web 1.0 and Web 2.0. (First Monday, Volume 13 Number 6). Online verfügbar unter <http://www.uic.edu/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/view/2125/1972>
- Deinet, Ulrich (2009): „Aneignung“ und „Raum“ – zentrale Begriffe des sozialräumlichen Konzepts. Online verfügbar unter <http://www.sozialraum.de/deinet-aneignung-und-raum.php>
- Deinet, Ulrich (2010): Aneignung. In: Reutlinger, Christian; Fritsche, Caroline; Lingg, Eva (Hg.): Raumwissenschaftliche Basics. Eine Einführung in die soziale Arbeit. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 35–43.
- Deinet, Ulrich; Reutlinger, Christian (Hg.) (2004): „Aneignung“ als Bildungskonzept der Sozialpädagogik: Beiträge zur Pädagogik des Kindes- und Jugendalters in Zeiten entgrenzter Lernorte. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Fisch, Martin; Gscheidle, Christoph (2008): Mitmachnetz Web 2.0: Rege Beteiligung nur in Communitys. In: Media Perspektiven, H. 7, S. 356–364. Online verfügbar unter [http://www.media-perspektiven.de/uploads/tx\\_mppublications/Fisch\\_II.pdf](http://www.media-perspektiven.de/uploads/tx_mppublications/Fisch_II.pdf)
- Fishkin, James (1991): Democracy and Deliberation. New Directions of Democratic Reform. New Haven-London: Yale University Press.
- Fishkin, James (1997): The Voice of the People. Public Opinion and Democracy. New Haven-London: Yale University Press.
- Gaiser, Wolfgang; Rijke, Johann de (2010): Partizipation Jugendlicher und junger Erwachsener in Deutschland. Definitionen, Daten, Trends. In: Jugend für Europa (Hg.): Partizipation junger Menschen. Nationale Perspektiven und europäischer Kontext. special Band 6. Bonn, S. 15–33.
- Goldman, Shelley; Booker, Angela; McDermott, Meghan (2008): Mixing the Digital, Social, and Cultural. Learning, Identity, and Agency in Youth Participation. In: Buckingham, David (Hg.): Youth, Identity, and Digital Media. Cambridge, MA: MIT Press, S. 185–206.
- Habermas, Jürgen (1992): Faktizität und Geltung. Beiträge zur Diskurstheorie des Rechts und des demokratischen Rechtsstaats. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Habermas, Jürgen (1999): Die Einbeziehung des Anderen. Studien zur Politischen Theorie. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Hitzler, Ronald; Pfadenhauer, Michaela (2007): Lernen in Szenen. Über die „andere“ Jugendbildung. In: Journal der Jugendkulturen, H. 12, S. 53–58.
- Holzcamp, Klaus (1973): Sinnliche Erkenntnis. Frankfurt am Main: Athenäum Fischer.
- Iske, Stefan; Klein Alex; Kutscher, Nadia; Otto, Hans-Uwe (2007): Virtuelle Ungleichheit und informelle Bildung. Eine empirische Analyse der Internetnutzung und ihre Bedeutung für Bildung und gesellschaftliche Teilhabe. In: Kompetenzzentrum Informelle Bildung (Hg.): Grenzenlose Cyberwelt? Zum Verhältnis von digitaler Ungleichheit und neuen Bildungszugängen für Jugendliche. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 65–91.

<sup>1</sup> Sämtliche online verfügbaren Quellen wurden zuletzt am 21.07.2011 geprüft.

- Jenkins, Henry (2008): Confronting the Challenges of Participatory Culture. Media Education for the 21st Century. Unter Mitarbeit von Ravi Purushotma Alice J. Robison Margaret Weigel Katie Clinton. Herausgegeben von MacArthur. Online verfügbar unter [http://digitallearning.macfound.org/atf/cf/%7B7E45C7E0-A3E0-4B89-AC9C-E807E1B0AE4E%7D/JENKINS\\_WHITE\\_PAPER.PDF](http://digitallearning.macfound.org/atf/cf/%7B7E45C7E0-A3E0-4B89-AC9C-E807E1B0AE4E%7D/JENKINS_WHITE_PAPER.PDF)
- Jenkins, Henry (2009): Critical Information Studies For a Participatory Culture (Part One). (Confessions of an Aca/Fan). Online verfügbar unter [http://henryjenkins.org/2009/04/what\\_went\\_wrong\\_with\\_web\\_20\\_cr.html](http://henryjenkins.org/2009/04/what_went_wrong_with_web_20_cr.html), zuletzt aktualisiert am 08.04.2009
- Jung, Matthias (2005): „Making us explicit“: Artikulation als Organisationsprinzip von Erfahrung. In: Schlette, Magnus; Jung, Matthias (Hg.): Anthropologie der Artikulation. Begriffliche Grundlagen und transdisziplinäre Perspektiven. Würzburg: Königshausen & Neumann, S. 103–142.
- Ketter, Verena (2011): Vireale Sozialraumaneignung. Ansatz einer sozialraum- und lebensweltbezogenen Jugendmedienbildung. In: merz Medien und Erziehung, Jg. 55, H. 3, S. 19–24.
- Klein, Alexandra (2007): Soziales Kapital online. Soziale Unterstützung im Internet. Eine Rekonstruktion virtualisierter Formen sozialer Ungleichheit. Dissertation. Online verfügbar unter [http://bieson.ub.uni-bielefeld.de/volltexte/2008/1260/pdf/Klein\\_Alexandra\\_Dissertation.pdf](http://bieson.ub.uni-bielefeld.de/volltexte/2008/1260/pdf/Klein_Alexandra_Dissertation.pdf)
- Knauer, Rainard; Sturzenhecker, Benedikt (2005): Partizipation im Jugendalter. In: Hafenecker, Benno; Jansen, Mechthild M.; Niebling, Torsten (Hg.): Kinder- und Jugendpartizipation: Im Spannungsfeld von Interessen und Akteuren. Opladen: Leske + Budrich, S. 63–94.
- Krapp, Andreas (2006): Interesse an Bilderwelten. Die Perspektive der pädagogischen Psychologie. In: Theunert, Helga (Hg.): Bilderwelten im Kopf. Interdisziplinäre Zugänge. München: kopaed, S. 37–52.
- Krappmann, Lothar (2002): Bildung als Ressource der Lebensbewältigung. In: Münchmeier, Richard; Otto, Hans-Uwe; Rabe-Kleberg, Ursula (Hg.): Bildung und Lebenskompetenz. Kinder- und Jugendhilfe vor neuen Aufgaben. Opladen: Leske + Budrich, S. 33–48.
- Kutscher, Nadia; Otto, Hans-Uwe (2010): Digitale Ungleichheit – Implikationen für die Betrachtung digitaler Jugendkulturen. In: Hugger, Kai-Uwe (Hg.): Digitale Jugendkulturen. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 73–87.
- Lange, Andreas (2002): „Lebensführung“ als eine integrative Perspektive für die Jugendforschung. In: Zeitschrift für Soziologie der Erziehung und Sozialisation (ZSE), Jg. 22, H. 4, S. 422–435.
- Lange, Andreas; Zerle, Claudia (2010): Sozialökologische Ansätze. In: Vollbrecht, Ralf; Wegener, Claudia (Hg.): Handbuch Mediensozialisation. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 64–74.
- Liebau, Eckart (2002): Jugendhilfe, Bildung, Teilhabe. Bildung als Teilhabefähigkeit. In: Münchmeier, Richard; Otto, Hans-Uwe; Rabe-Kleberg, Ursula (Hg.): Bildung und Lebenskompetenz. Kinder- und Jugendhilfe vor neuen Aufgaben. Opladen: Leske + Budrich, S. 19–32.
- Livingstone, Sonia (2008): Internet Literacy: Young People's Negotiation of New Online Opportunities. In: McPherson, Tara (Hg.): Digital Youth, Innovation, and the Unexpected. The John D. and Catherine T. MacArthur Foundation Series on Digital Media and Learning. Cambridge: The MIT Press, S. 101–122.
- Löw, Martina (2001): Raumsoziologie. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Madden, Mary; Fox, Susannah (2006): Riding the Waves of „Web 2.0“. More than a buzzword, but still not easily defined. Herausgegeben von Pew Internet & American Life Project. Online verfügbar unter <http://pewresearch.org/pubs/71/riding-the-waves-of-web-20>
- Marotzki, Winfried (2008): Multimediale Kommunikationsarchitekturen. Herausforderungen und Weiterentwicklungen der Forschungen im Kulturraum Internet. In: MedienPädagogik. Zeitschrift für Theorie und Praxis der Medienbildung, H. 14, S. 1–15. Online verfügbar unter <http://www.medienpaed.com/14/marotzki0804.pdf>
- Marr, Mirko (2005): Wem nutzt die Netznutzung? In: merz wissenschaft, Jg. 49, H. 6, S. 123–132.
- Miegel, Fredrik; Olsson, Tobias (2010): Invited but Ignored. How www.ungtval.se aimed to foster but failed to promote young engagement. In: Olsson, Tobias; Dahlgren, Peter (Hg.): Young People ICTs and Democracy. Theories, Policies, Identities and Websites. Göteborg: Nordicom, S. 231–246.
- Pateman, Carol (1970): Participation and Democracy. London.
- Paus-Haase, Ingrid; Hasebrink, Uwe; Mattusch, Uwe; Keuneke, Susanne; Krotz, Friedrich (1999): Talkshows im Alltag von Jugendlichen. Der tägliche Balanceakt zwischen Orientierung, Amüsement und Ablehnung. Opladen: Leske + Budrich.
- Raynes-Goldie, Kate; Walker Luke (2008): Our Space. Online Civic Engagement Tools for Youth. In: Bennett, W. Lance (Hg.): Civic Life Online. Learning How Digital Media Can Engage Youth. The John D. and Catherine T. MacArthur Foundation Series on Digital Media and Learning. Cambridge, MA: MIT Press, S. 161–188.

- Röll, Franz Josef (2009): Virtuelle und reale Räume. In: Deinet, Ulrich (Hg.): Methodenbuch Sozialraum. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 267–279.
- Schmidt, Jan (2009): Das neue Netz. Merkmale, Praktiken und Folgen des Web 2.0. Konstanz: UVK.
- Schmidt, Manfred G. (2008): Demokratietheorien. Eine Einführung. 4. überarbeitete und erweiterte Auflage. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Schorb, Bernd (2005): Medienkompetenz. In: Hüther, Jürgen; Schorb, Bernd (Hg.): Grundbegriffe Medienpädagogik, 4. vollständig neu konzipierte Auflage. München: kopaed, S. 257–262.
- Schröder, Richard (1995): Kinder reden mit! Beteiligung an Politik, Stadtplanung und -gestaltung. Weinheim und Basel: Beltz Verlag.
- Stalder, Felix (2011): Von Nischen und Infrastrukturen. Herausforderungen und neue Ansätze politischer Technologien. In: medienimpulse-online, H. 2. Online verfügbar unter <http://www.medienimpulse.at/articles/view/317>
- Stange, Waldemar (2007): Was ist Partizipation? Definitionen - Systematisierungen. Baustein A 1.1. Online verfügbar unter [http://www.kinderpolitik.de/beteiligungsbausteine/pdf/a/Baustein\\_A\\_1\\_1.pdf](http://www.kinderpolitik.de/beteiligungsbausteine/pdf/a/Baustein_A_1_1.pdf)
- Sturzenhecker, Benedikt (2007): „Politikferne“ Jugendliche in der Kinder- und Jugendarbeit. In: Aus Politik und Zeitgeschichte, H. 32-33, S. 9–14.
- Svensson, Anders (2010): Young Men, ICTs and Sports. Fan Cultures and Civic Cultures. In: Olsson, Tobias; Dahlgren, Peter (Hg.): Young People ICTs and Democracy. Theories, Policies, Identities and Websites. Göteborg: Nordicom, S. 211–229.
- Theunert, Helga (1999): Medienkompetenz: Eine pädagogische und altersspezifisch zu fassende Handlungsdimension. In: Schell, Fred; Stolzenburg, Elke; Theunert, Helga (Hg.): Medienkompetenz: Grundlagen und pädagogisches Handeln. München: kopaed, S. 50–59.
- Tillmann, Angela (2008): Identitätsspielraum Internet. Lernprozesse und Selbstbildungspraktiken von Mädchen und jungen Frauen in der virtuellen Welt. Weinheim: Juventa (Geschlechterforschung).
- Treumann, Klaus Peter; Meister, Dorothee M.; Sander, Uwe; Burkatzki, Eckehard; Hagedorn, Jörg; Kämmerer, Manuela et al. (2007): Medienhandeln Jugendlicher. Mediennutzung und Medienkompetenz. Bielefelder Medienkompetenzmodell. 1. Aufl. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften
- Tsatsou, Panayiota; Pruulmann-Vengerfeldt, Pille; Murru, Maria Francesca (2009): Digital Divides. In: Livingstone, Sonia; Haddon Leslie (Hg.): Kids online. Opportunities and Risks for Children. Bristol: The Policy Press, S. 107–119.
- Wagner, Ulrike (2008): Multifunktionale Medien in den Lebenswelten von Hauptschülerinnen und Hauptschülern. In: Wagner, Ulrike (Hg.): Medienhandeln in Hauptschulumilieus. Mediale Interaktion und Produktion als Bildungsressource. München: kopaed, S. 208–221.
- Wagner, Ulrike (2011): Medienhandeln, Medienkonvergenz und Sozialisation. Empirie und gesellschaftswissenschaftliche Perspektiven. München: kopaed.
- Wagner, Ulrike; Brüggem, Niels; Gebel, Christa (2009): Web 2.0 als Rahmen für Selbstdarstellung und Vernetzung. Analyse jugendnaher Internetplattformen und ausgewählter Selbstdarstellungen von 14- bis 20-Jährigen. Erster Teil der Studie "Das Internet als Rezeptions- und Präsentationsplattform für Jugendliche" im Auftrag der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM). Unter Mitarbeit von Peter Gerlicher und Kristin Vogel. Online verfügbar unter [http://www.jff.de/dateien/Bericht\\_Web\\_2.0\\_Selbstdarstellungen\\_JFF\\_2009.pdf](http://www.jff.de/dateien/Bericht_Web_2.0_Selbstdarstellungen_JFF_2009.pdf)
- Wagner, Ulrike; Brüggem, Niels; Gebel, Christa (2010): Persönliche Informationen in aller Öffentlichkeit? Jugendliche und ihre Perspektive auf Datenschutz und Persönlichkeitsrechte in Sozialen Netzwerkdiensten. Teilstudie im Rahmen der Untersuchung „Das Internet als Rezeptions- und Präsentationsplattform für Jugendliche“ im Auftrag der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM). München 2010, online verfügbar unter [http://www.jff.de/dateien/JFF-Bericht\\_Datenschutz\\_Persoelichkeitsrechte.pdf](http://www.jff.de/dateien/JFF-Bericht_Datenschutz_Persoelichkeitsrechte.pdf)
- Wagner, Ulrike; Theunert, Helga (Hg.) (2006): Neue Wege durch die konvergente Medienwelt. Studie im Auftrag der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM). München: Fischer (BLM-Schriftenreihe, 85).
- Winter, Rainer (2010): Widerstand im Netz. Zur Herausbildung einer transnationalen Öffentlichkeit durch netzbasierte Kommunikation. Bielefeld: Transcript.
- Xenos, Michael; Foot, Kirsten (2008): Not Your Father's Internet. The Generation Gap in Online Politics. In: Bennett, W. Lance (Hg.): Civic Life Online. Learning How Digital Media Can Engage Youth. The John D. and Catherine T. MacArthur Foundation Series on Digital Media and Learning. Cambridge, MA: MIT Press, S. 51–70.
- Zillien, Nicole (2006): Digitale Ungleichheit. Neue Technologien und alte Ungleichheiten in der Informations- und Wissensgesellschaft. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften

## Anhang – Überblick über die gesichteten Plattformen und Social Web-Angebote

Die nachstehende Zusammenstellung ermöglicht einen Überblick über die Plattformen und Social Web-Angebote, die im Rahmen der Expertise gesichtet und aus denen die als Fallbeispiele dargestellten Beteiligungsangebote ausgewählt wurden. Dies umfasst nicht nur gestaltete Angebote, also Angebote, die gezielt zur Unterstützung von politischen Beteiligungsprozessen aufgebaut wurden. Vielmehr sind auch Social Web-Angebote enthalten, die von Nutzenden in Gebrauch genommen werden (können), um sich an Diskursen zu beteiligen.

<b>Gestaltete Angebote zur Partizipation</b>	
Dialog ‚Perspektiven deutscher Netzpolitik‘	<a href="http://www.e-konsultation.de/netzpolitik/">http://www.e-konsultation.de/netzpolitik/</a>
Dialog Internet – Aufwachen mit dem Internet	<a href="http://www.dialog-internet.de/">http://www.dialog-internet.de/</a>
GreenAction – die Kampagnen-Community	<a href="http://www.greenaction.de/">http://www.greenaction.de/</a>
Dein Portal zum Bundestag	<a href="http://mitmischen.de/">http://mitmischen.de/</a>
Fluter – Magazin der Bundeszentrale für politische Bildung	<a href="http://www.fluter.de/">http://www.fluter.de/</a>
Campact – Demokratie in Aktion	<a href="http://www.campact.de/">http://www.campact.de/</a>
Avaaz.org – Die Welt in Aktion	<a href="http://avaaz.org/de/">http://avaaz.org/de/</a>
Gib Deinen Senf dazu – Fortschreibung des Kinder- und Jugendprogramms des Bezirks Mittelfranken	<a href="http://www.deinen-senf.de/">http://www.deinen-senf.de/</a>
18. Sachverständige der Enquete-Kommission ‚Internet und digitale Gesellschaft‘	<a href="https://www.enquetebeteiligung.de/">https://www.enquetebeteiligung.de/</a>
Geschichten aus 1000 und einem Europa – Internetangebot von JUGEND für Europa zu europäischen Freiwilligendiensten	<a href="http://www.youthreporter.eu/">http://www.youthreporter.eu/</a>
Internationales Netzwerk zur Förderung kultureller und sozialer Vielfalt in zeitgenössischen darstellenden Künsten und Medien	<a href="http://www.rootsnroutes.eu/">http://www.rootsnroutes.eu/</a>
Distributionsplattform für Musik für Bands (ohne Label-Vertrag)	<a href="http://bandcamp.com/">http://bandcamp.com/</a>
<b>Social Web-Angebote und deren partizipativer Gebrauch</b>	
<i>YouTube</i>	z.B. <ul style="list-style-type: none"> <li>- Kanal der Bayerischen Staatsregierung <a href="http://www.youtube.com/bayern">www.youtube.com/bayern</a> als Informationsangebot mit Kommentarmöglichkeit</li> <li>- Politische Diskussionen von Vodcasterinnen und Vodcastern über Videoreply</li> <li>- Verbreitung eigener politischer Ansichten über <i>YouTube</i> (Energie-Reporter im Einsatz)</li> </ul>
Blogs (in Verbindung mit anderen Diensten wie <i>Twitter</i> , <i>Facebook</i> , <i>YouTube</i> o.Ä.)	z.B. <ul style="list-style-type: none"> <li>- Aktionen im öffentlichen Raum, die unter anderem über Blogs organisiert und dokumentiert werden, wie <a href="http://ligna.blogspot.com">http://ligna.blogspot.com</a> oder <a href="http://improveverywhere.com">http://improveverywhere.com</a></li> </ul>
<i>Facebook</i>	z.B. <ul style="list-style-type: none"> <li>- virale Aktionen, wie dem Profilbild einen Anti-Atomkraft-Button hinzuzufügen</li> <li>- Formen des slackivism/1-Klick-Partizipation</li> </ul>