



## Politische Bildung und das Web 2.0

Ausgewählte Links von André Neger und Marco Düsterwald

Die nachfolgende Liste mit Internet-Links soll einen ersten Einblick in die Angebote geben, bei denen sich die Politische Bildung in Verbindung mit dem Web 2.0 im Internet präsentiert:

- **www.bundestag.de/internetenquete:** Link zur Enquete Kommission, in der sich seit 2010 der Deutsche Bundestag mit dem Thema „Internet und digitale Gesellschaft“ beschäftigt. Bis zum Sommer 2012 sollen 17 Abgeordnete und 17 Sachverständige dem Parlament ihre Beratungsergebnisse und Handlungsempfehlungen vorlegen.
- **http://dialog-internet.de:** Unter dem Dach von Dialog Internet – einer Initiative des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ) entstehen Modelle für gelingende Teilhabe, erfolgreiche Medienkompetenzvermittlung und wirksamen Schutz, die in der Praxis erprobt werden können. Hier können Initiativen und ihre Ergebnisse mitverfolgt und mitgestaltet werden.
- **http://youthpart.info:** Youthpart ist eine Initiative von Dialog Internet und als offener, gemeinschaftlicher Austauschprozess angelegt. Dazu werden innovative ePartizipationsverfahren auf nationaler und internationaler Ebene identifiziert und nach jugendgerechten Kriterien einer wirksamen Partizipation systematisiert und dokumentiert. Weiterhin werden ePartizipation-Modellvorhaben öffentlicher Verwaltungen und der Jugendarbeit bei der Erprobung begleitet und in Form partnerschaftlicher Beratung evaluiert und optimiert. Online-Werkzeuge für eine leichtere ePartizipation Jugendlicher werden verfügbar gemacht. Die AKSB nimmt an dem Projekt Youthpart teil.
- **www.buergerdialog.bmbf.de:** Partizipationsplattform des Bundesministeriums für Bildung und Forschung zur Informationssuche aber auch Stellungnahme zu Themen aktueller Brisanz. Ein offener Austausch mit Expert/-innen sowie die Möglichkeit, Empfehlungen an Wissenschaft und Politik zu geben, kennzeichnen den Web 2.0-Charakter der Plattform.
- **www.vote-europe.net:** Vote-Europe ist ein Angebot europäischer katholischer Arbeitnehmerbewegungen (darunter die KAB Deutschland) zur Sichtbarmachung eines virtuellen politischen Meinungsprozesses.
- **www.pb21.de:** Das gemeinsame Projekt der Bundeszentrale für politische Bildung/bpb und des DGB Bildungswerks zur politischen Bildung dient der Zusammenführung von Web 2.0 und Politischer Bildung und berichtet von deren Schnittstellen und Neuerungen.
- **http://liquidfeedback.org:** Die Software LiquidFeedback ist ein Tool, das sich mit dem Entscheidungsfindungsprozess beschäftigt und dessen Nachvollziehbarkeit und Transparenz zeigen möchte. Die Software steht kostenlos als Open Source zur Verfügung und ist somit auf viele denkbare Situationen der politischen Meinungs- und Entscheidungsfindung anwendbar. Innerhalb der politischen Bildung können mit Hilfe von Liquid Feedback bspw. demokratische Abläufe simuliert und analysiert werden.
- **http://politik-digital.de:** Mit politik-digital.de betreibt der Verein pol-di.net e.V. seit 1998 Deutschlands führende Informations- und Kommunikationsplattform zum Thema Internet und Politik, womit auch die Unabhängigkeit des Angebots gewährleistet wird.
- **http://medienkompetenz.katholisch.de:** Unter dieser Internetadresse entsteht das Internetangebot der Clearingstelle Medienkompetenz der Deutschen Bischofskonferenz (DBK), die im Frühjahr 2012 an der Katholischen Hochschule Mainz eingerichtet worden ist. Sie soll unter der Leitung von Prof. Andreas Büsch den Beitrag der katholischen Kirche zur Vermittlung von Medienkompetenz deutlicher als bisher nach innen wie nach außen darstellen. In Kürze sollen auf der Internetseite interessante Angebote zur Medienbildung aus dem Bereich der katholischen Kirche, Hinweise und Links zu lohnenden Internet-Quellen rund um das Thema Medienkompetenz und kirchliche Positionen zu medienpädagogisch und medienethisch relevanten Fragen zu finden sein.
- **www.wir-bewegen-schule.de:** Die Internetplattform der AKSB entstand 2011/2012 für das Projekt „Jugend im Web 2.0: Kompetent gegen Rechts“ und stellt interaktiv das Engagement der Arbeitsgemeinschaft an und mit Schulen dar: Schülerinnen und Schüler können hier ihre eigenen Ideen, Fragen und Hoffnungen zur SV-Arbeit einbringen und Netzwerke im SV-Bereich knüpfen und ausbauen.

Nähere Informationen zur didaktischen Dokumentation in der AKSB und den Methoden zu Web 2.0 bei:

**Marco Düsterwald**  
duesterwald@akademie-klausenhof.de

**André Neger**  
andre.neger@jugendbildungsstaette.org

### Herausgeber:

**Arbeitsgemeinschaft katholisch-sozialer Bildungswerke in der Bundesrepublik Deutschland**  
Heilsbachstraße 6 · 53123 Bonn · Tel. (0228) 2 89 29 30 Fax (0228) 2 89 29 57 · info@aksb.de · www.aksb.de  
Verantwortlich: Lothar Harles · Redaktion: Markus Schuck · Grundlayout: Bischof Design



## didado®-Spezial Web 2.0

von Marco Düsterwald und André Neger

*Mit dem medienethischen Impulspapier der Publizistischen Kommission der Deutschen Bischofskonferenz (DBK) vom 29. Juni 2011 liegt ein medienethischer Beitrag zur aktuellen gesellschaftlichen Debatte über die Chancen und Risiken neuer Medientechnologien vor, an der sich möglichst viele Menschen und Gruppierungen beteiligen sollen. Die AKSB stellt sich der Herausforderung durch die neuen Technologien seit einigen Jahren und hat in ihrer bundesweiten Zusammenarbeit bereits mehrere Fachtagungen zum vorliegenden Themenbereich durchgeführt.*

Der Software- und Web 2.0-Pionier Tim O'Reilly nennt es „die Nutzbarmachung der kollektiven Intelligenz“. Durch dieses partizipative Prinzip gewinnt das „Mitmachnetz“ von Tag zu Tag mehr an Aufmerksamkeit. Die neuen Möglichkeiten der aktiven Beteiligung und Teilhabe haben schon lange die (gesellschafts-)politische Ebene erfasst. Das Web 2.0 bietet auch den Bürgerinnen und Bürgern die Möglichkeit, sich immer mehr am virtuellen politischen Prozess zu beteiligen, oder gar mit Blick auf Nordafrika bei einer politischen Kehrtwende mitzuwirken.

Soziale Netzwerke verzeichnen steigende Mitgliederzahlen, Dissertationen von Politikern werden unter den Augen der Internetgemeinde auf deren wissenschaftliche Form begutachtet und eine Partei, die sich der Freiheit im Internet verschreibt, zieht in ein Landesparlament ein. Aber auch die politische Elite nutzt die neuen Chancen des Internets für die Öffentlichkeitswirksamkeit: Parteien installieren und pflegen Blogs, Politiker twittern aus dem Parlament, und auch die Bundeskanzlerin Angela Merkel veröffentlicht regelmäßig Stellungnahmen über Podcasts. Mitmachen anstatt nur zu konsumieren heißt die Devise.

Das Web 2.0 nimmt innerhalb der politischen Bildung einen zweigeteilten Schwerpunkt ein: Zum einen stellt es ein wichtiges und aktuelles Thema dar, das die Möglichkeiten und Chancen politischer Partizipation nachhaltig beeinflusst und immer stärker beeinflussen wird, zum anderen ist es als mittlerweile beliebte Plattform aus dem alltäglichen Bildungsbetrieb nicht mehr wegzudenken. Aus diesem Anlass hat sich das didado-Team dazu entschlossen, sich der Materie Web 2.0 anzuneh-

men und zwei geeignete Methoden sowie eine Link-Sammlung für den praktischen Bildungsbetrieb vorzustellen.

Die Methode „Datenschutz“ zielt auf die Sensibilisierung hinsichtlich persönlicher Daten und deren Streuung im Internet ab. Sie stellt eine Möglichkeit dar, sich offline mit den Nachteilen der Informationsflut im Internet zu beschäftigen. Unter Vorgabe von persönlichen Informationen wie bspw. dem Shoppingverhalten von fünf fiktiven Personen sollen die Teilnehmenden ein Persönlichkeitsprofil erstellen, um die gewonnenen Angaben unter dem Fokus von eventuellen Nutznießern auszuwerten. Anschließend wird über die entwickelten Profile diskutiert.

„WWW: Web-Wahl-Werbung“ stellt eine Methode dar, in der die Teilnehmenden dafür sensibilisiert werden, politische Botschaften in Wahlwerbespots kritisch zu betrachten sowie einen Einblick in die Programmatik der Parteien zu erhalten. Darüber hinaus können sie die neu gewonnenen Erkenntnisse in einer eigenen Werbefilm-Produktion umsetzen, um so mediale Schlüsselkompetenzen zu erwerben und einen kritischen Blick auf politische Werbung im Web 2.0 zu erhalten.

Die ausgewählten Beispiele für dieses didado®-Spezial nutzen die Möglichkeiten des Web 2.0, um die Prinzipien der sozial-orientierten politischen Bildung und somit die Leitideen der AKSB bzw. deren Mitgliedseinrichtungen dem Zeitgeist entsprechend an die jeweiligen Zielgruppen weiterzugeben. Es passt sich der veränderten Lebenswirklichkeit der Gesellschaft an und bietet neue Chancen lebenslangen Lernens.



## didado-248: Datenschutz & Web 2.0

**Autor:** Matthias Blöcher

**AKSB-Mitglied:** Katholische Arbeitnehmer-Bewegung (KAB) Deutschlands, Köln

**Zielgruppe:** Jugendliche ab 14 Jahren, Multiplikator/-innen

**Ziel:**

Sensibilisierung Jugendlicher für den Umgang mit persönlichen Daten im Internet (besonders im Web 2.0)

**Themenfelder:**

- Datenschutz
- Medienkompetenz

**Methode:** Rollenspiel / Fallbeispiel

**Zeitbedarf:** ½ - 1 Tag (ja nach Tiefe der Einarbeitung)

**Teilnehmerzahl:** zwischen 4 und 15 Teilnehmende

**Vorbereitungen:** pro Kleingruppe ein Raum zur effektiven Arbeit (falls möglich)

**Arbeitsmaterial:** Ausdruck der Persönlichkeitsprofile, Moderationskarten, Stifte, Pinnadeln, Metaplanwand

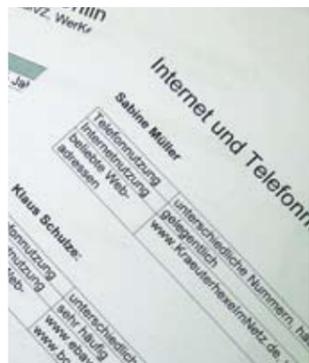
**Durchführung:**

In einem ersten Schritt werden, gemeinsam mit der Seminarleitung, die Persönlichkeitsprofile der fiktiven „Probanden“ erarbeitet. Diese Profile umfassen deren „Fußspuren“ im Internet sowie in der Öffentlichkeit. Darunter sind bspw. Adressdaten, SCHUFA-Einträge, Mobilfunkprofile, Bewegung in sozialen Netzwerken und die beliebtesten Internatadressen. Die genaue Erläuterung dieser Informationen stellt einen wichtigen Schritt in der Vorbereitung dar, um den Seminarteilnehmenden die exakten Hintergründe mitzuteilen und noch offene Fragen zu klären.

In einem zweiten Schritt werden an die vorab gebildeten Kleingruppen Arbeitsaufträge vergeben. Bei einem sogenannten „Datamining“ stellen sie einen Auftraggeber dar (z.B. eine Personalagentur, eine Immobiliengesellschaft oder eine Werbeagentur), der die dargebotenen Profilbilder entsprechend ihrer jeweiligen Fußspuren und Interessen bearbeitet und dann für diese ein Persönlichkeitsprofil erstellt. Die Werbeagentur sollte bspw. gezielte Werbung entwickeln und auf die vier Probanden exakt zuschneiden.

Bei der Nachbearbeitung und der Reflexion des Planspiels sollen die Teilnehmenden neben der Präsentation ihrer Ergebnisse auch die Gründe und Entscheidungskriterien für ihre Wahl darstellen und hinreichend belegen.

Ergänzend zu den bislang vorgestellten Arbeitsaufträgen kann zusätzlich eine Podiumsdiskussion mit jeweils zwei Vertreter/-innen aus Interessensgruppierungen wie bspw. „Sicherheit für alle Bürger“ oder „Freie Netze für freie Bürger“ stattfinden. Die Teilnehmenden orientieren sich an vorgegebenen Argumentationslinien, können aber auch eigene Begründungen mit einfließen lassen. Als thematischer Überbau kann z.B. die Neuregelung des Datenschutzes in der Bundesrepublik gewählt werden, zu dem die Interessensvertreter inhaltlich Stellung nehmen. Aber selbstverständlich ist auch eine freie Themenwahl möglich.



*Im Kurs werden fiktive Persönlichkeitsprofile verteilt, die anschließend datenschutzrechtlich besprochen werden.*

## didado-249: WWW – Web-Wahl-Werbung



**Autor:** Marco Düsterwald

**AKSB-Mitglied:** Akademie Klausenhof, Hamminkeln

**Zielgruppe:** Junge Menschen mit und ohne Migrationshintergrund

**Ziele:**

- politische Botschaften in Wahlwerbespots und speziell im Web 2.0 kritisch betrachten
- mediale Schlüsselkompetenzen zur Durchsetzung der eigenen Interessen im politischen Raum kennen
- eigene Ideen und Visionen entwickeln und andere davon überzeugen

**Themenfelder:**

- Wahlen
- Politische Parteien
- Medienkunde / Medienkompetenz
- Demokratiepraxis

**Methode:** Internetrecherche, Medienanalyse & aktive Medienarbeit

**Zeitbedarf:** 1 Tag (ca. 9 Stunden), maximal 2 Tage (18 Stunden)

**Teilnehmerzahl:** 15 - 25 Teilnehmende

**Vorbereitungen:** Es sollte ein Raum mit PC für die Recherchephase und entsprechende Medien für die Werbespotproduktion zur Verfügung stehen

**Arbeitsmaterial:** Computer mit Internetanschluss für Recherchearbeit, Beamer, Medienausstattung (Kamera, Audioaufnahmegerät, Videoschnitt-PC) für Werbespot-Produktion

**Durchführung:**

Die Methode umfasst eine Analyse bzw. Bestandsaufnahme, wie jeder Einzelne durch politische (Wahl-)botschaften in seiner Meinungsbildung verändert werden kann, sowie eine Begutachtung, wie man möglichst gewinnbringend Botschaften im Web 2.0 formulieren und präsentieren kann. Letztlich sollen die Teilnehmenden sensibilisiert werden, politische Botschaften in Filmen und speziell in Wahlwerbespots kritisch zu betrachten.

Die Methode ist in zwei Bereiche zu unterteilen.

- I) In einer ersten Instanz werden mit den Teilnehmenden spezifische Wahlwerbespots aus dem Internet angesehen und auf ihre Botschaften, Intentionen, stilistischen Mittel und Zielgruppenorientierung hin analysiert. Dies soll sowohl den Umgang von Parteien mit dem Web 2.0 aufzeigen und den Teilnehmenden einen Einblick in den Umgang mit Wahlwerbung geben.
- II) In einer zweiten Runde entwickeln und produzieren die Teilnehmenden einen oder mehrere eigene Wahlwerbefilme für eine fiktive Partei. Hierbei werden die bereits gewonnenen Informationen in die inhaltliche und stilistische Umsetzung des Spots eingesetzt, wobei hierbei ein Fokus auf der Zielgruppenorientierung liegt. Die Teilnehmenden lernen, Botschaften werbewirksam zu verpacken und sich inhaltlich mit den Wünschen und Bedürfnissen der Bürger auseinanderzusetzen. Die Erstellung erfolgt unter Zuhilfenahme der nötigen Medien wie bspw. Video- und Audioaufnahmen.

Der Abschluss der Methode bildet die Präsentation des Wahlwerbefilms unter dem Fokus einer kritischen Würdigung der Produktion seitens der Teilnehmenden und der Referent/-innen.