

## Wer bildet Meinung?

### Gesellschaftspolitischer Diskurs zwischen Medienfreiheit und „alternativen Fakten“

Bericht von der AdB-Fachtagung zum Jahresthema 2018

Vom 28. bis 29. November 2017 fand in der Europäischen Akademie Otzenhausen, Nonnweiler, die diesjährige AdB-Fachtagung statt. Ca. 50 Personen, zumeist aus den Mitgliedseinrichtungen des AdB, waren der Einladung ins Saarland gefolgt, um sich über aktuelle Entwicklungen und Herausforderungen zu informieren und mit anderen zu diskutieren, welche digitalen Bedingungen in welcher Weise Einfluss auf die (politische) Meinungsbildung der Menschen nehmen: Wer oder was bildet eigentlich unsere Meinung? Welche Faktoren sind wichtig? Welche Bedeutung kommt dabei den digitalen Medien zu? – Dies waren einige der Fragen, denen sich die Teilnehmenden gemeinsam mit Expertinnen und Experten aus Wissenschaft, Medienpädagogik, Journalismus und Politik widmeten.

*Ulrich Ballhausen*, Vorsitzender des AdB, benannte in seiner Begrüßungsrede vier besonders relevante Veränderungen: den Wandel von Öffentlichkeit und Privatheit, die Möglichkeiten von Informationsbeschaffung und Manipulation, den Wandel des Engagements sowie des Lernens und seiner örtlichen und zeitlichen Bindung. Die Digitalisierung bringe neue Autonomien, aber auch einen wachsenden Egalitarismus mit sich, ohne dass die Herrschafts- und Machtstrukturen in Frage gestellt würden.



*Ulrich Ballhausen eröffnet die Fachtagung*

Den ersten Vortrag mit dem Titel „Wie funktioniert Meinungsbildung? Eine kommunikationswissenschaftliche Perspektive“ hielt *Dr. Jan-Hinrik Schmidt*, Senior Researcher für digitale interaktive Medien und politische Kommunikation im Hans-Bredow-Institut in Hamburg. Er beschrieb drei Ebenen, die im Prozess der Meinungsbildung zusammenwirken: die der Medien, des sozialen Um-

felds und der Individuen selbst. Darüber hinaus nannte er folgende Facetten, die für die Meinungsbildung relevant sind:

1. Die Gewinnung von *Wissen über Sachverhalte und mögliche Alternativen*. D. h., die Meinungsbildung beruht (idealerweise) auf Wissen über anstehende Themen und Entscheidungen sowie die existierenden Alternativen und ihren Konsequenzen. Aber, so machte der Referent deutlich, der Wissenserwerb ist nicht immer zielgerichtet und strategisch, sondern oft ungerichtet und Teil alltäglicher, nicht hinterfragter Routinen. Die Praktiken und Kanäle des Wissenserwerbs unterscheiden sich je nach Informationsbedürfnis.
2. Eine weitere Facette der Meinungsbildung sind die jeweilige *Agenda und das Framing von Themen*, die Wahrnehmung immer mit beeinflussen. Medien benutzen immer auch Metaphern und Bilder, die einen bestimmten Einfluss auf unsere Wahrnehmung haben, wie z. B. der Begriff „Flüchtlingswelle“. Hier wird etwas suggeriert, das über die Menschen kommt, ohne dass sie etwas dagegen tun können. Mit ihrer Agenda ermöglichen vor allem publizistische Medien den Menschen die (meist beiläufige) Wahrnehmung, welche Themen derzeit auf der gesellschaftlichen „Tagesordnung“ stehen. Wie stark uns etwas beeinflusst hängt also von der Platzierung, der Häufigkeit oder dem Umfang der Berichterstattung ab.
3. Zudem sind wir immer beeinflusst von dem *Meinungsklima in unserer sozialen Umwelt*, d. h., dass das soziale Umfeld das Wissen und die Deutungen der Medien in mehrfacher Hinsicht filtert. Es gibt Meinungsführer, d. h. als glaubwürdig und sachkundig erachtete Personen, die Informationen an andere weitergeben und damit deren Bewertung beeinflussen. Zudem gleichen Menschen immer ab, ob sie mit ihrer Meinung eher alleine dastehen oder aber sich in der Mehrheit befinden.



*Dr. Jan-Hinrik Schmidt*

Aber nicht allein die Medien und unser soziales Umfeld geben den Ausschlag, welche Meinung wir uns zu einem Thema bilden, sondern auch Persönlichkeitsmerkmale haben einen wichtigen Einfluss darauf, wie unsere Haltungen zu gesellschaftlich relevanten Themen geformt, bestätigt oder geändert werden und welche Handlungen wir planen und ausführen. Individualpsychologische Faktoren wirken mit den Facetten zusammen: Wir selektieren, treffen also eine Auswahl angesichts der Informationsfülle; wir vermeiden die kognitiver Dissonanz, übersehen Informationen eher, wenn sie unser bereits existierendes Weltbild nicht bestätigen. Soziale Medien spielen dabei eine besondere Rolle, weil dort Kommunikationskanäle mit eigener Logik gebündelt, verbreitet und personalisiert werden.

Meinungsbildung, so das Fazit des Referenten, ist ein vielschichtiger Prozess, in dem Medien, das soziale Umfeld einer Person und ihre Persönlichkeit zusammenwirken. Die digitalen Medien sind deswegen so einschneidend, weil sie die Grenzen zwischen publizistischer und interpersonaler Kommunikation auflösen sowie die Bedeutung persönlicher und sozialer Präferenzen für die Wahrnehmung von Themen und Meinungen verstärken.

Diese Aspekte wurden dann noch einmal in dem zweiten Beitrag aufgegriffen, den die Medienwissenschaftlerin *Dr. Anna Grebe* zum Thema „Algorithmen – Social Bots – Echokammern. Mechanismen der digitalen Meinungsbildung“ hielt. In ihrem Vortrag ging es um die technische Infrastruktur, die unsere Meinungsbildung beeinflusst und um die Frage der Teilhabe, die auf der einen Seite durch die Möglichkeiten des Social Web erleichtert wird, auf der anderen Seite aber nicht automatisch zu einer größeren Demokratisierung führt. Sichtbarkeit im Netz bedeutet, so die Referentin, weder Teilhabe noch Demokratie. Zwar kann jeder seine Meinung äußern, aber die Geschwindigkeit und Nachrichtenfülle führt zu einer Atemlosigkeit, zu mangelnder Recherche und einer Reduktion der Komplexität. Manipulation ist einfacher geworden. Vor dem Hintergrund der Entwicklungen muss gefragt werden, was die Divergenz der Medienwelten für die Gesellschaft bedeutet und wie die digitale demokratische Gesellschaft angesichts dieser Bedingungen gestaltet werden kann.



In einer Fishbowl-Diskussion wurden vor dem Hintergrund der bisherigen Ausführungen die Herausforderungen für die politische Bildung in den Vordergrund gestellt. Das Ziel dieser Runde war es, gemeinsam zu diskutieren, was das, was wir gehört haben, für die politische Bildung, die Bildner/-innen, für die Praxis und die Bildungseinrichtungen bedeutet. Fragen waren z. B.: Soll/darf politische Bildung Meinung machen? Wie kann die politische Bildung den gesellschaftspolitischen Diskurs aktiv mitgestalten und wo muss sie aktiver, sichtbarer und vor allem streitbarer werden? Es wurde diskutiert, wie wir selbst die Medien und die Chancen, die die digitalen Welten mit sich bringen, in unseren Bildungsformaten nutzen und wie es um die diesbezügliche Kompetenz der Bildner/-innen bestellt ist.



Einig waren sich die Diskutierenden, dass politische Bildner/-innen für sich selbst eine Haltung entwickeln, Haltung zeigen und Wissen als Grundlage für das Bilden von Meinungen vermitteln müssen. Gemeinsam mit den Teilnehmenden müssen die Quellen und Mechanismen der Beeinflussung analysiert und reflektiert werden. Im pädagogischen Alltag sollten die digitalen Erfahrungen und Aktivitäten der Teilnehmenden berücksichtigt und eingebunden werden.

Der AdB sollte sich dafür einsetzen, dass alle einen ausreichenden Zugang haben und dass die Förderbedingungen an die veränderten Methoden, Bedingungen und Kommunikationswege angepasst werden.

Die Diskussionen im Netz, aber auch auf der Straße sind emotionsgeladen. In der politischen Bildung sollte das Thema Emotionen stärker aufgegriffen werden, so die Diskutanten, es sollte mehr Raum und methodische Einbindung bekommen. Hier geht auch es um eine positive emotionale Positionierung für die Demokratie und um eine solidarische Haltung mit Betroffenen.

Mit einer „Wein-Reise“ durch das Dreiländereck wurde der erste Veranstaltungstag beschlossen.



Der zweite Tag startete mit dem Vortrag des Politik- und Kommunikationsberaters *Johannes Hillje* zum Thema „Recht auf eigene Meinung, Recht auf eigene Fakten? Herausforderungen für die demokratische Öffentlichkeit“. Entlang von fünf Befunden und damit zusammenhängenden Herausforderungen führte er seine Überlegungen aus:

1. Die Informationspluralität ist durch die digitalen Medien gestiegen. Dies erfordert eine neue Güte der Informationsquellen.
2. Für große Teile der Bevölkerung ist das Smartphone die wichtigste Informationsquelle. Die Herausforderung liegt darin, zu verhindern, dass der mobile Nachrichtenkonsum zu einer digitalen Zwei-Klassen-Gesellschaft führt.
3. Wahlkämpfe werden zunehmend auch über algorithmische soziale Medienkanäle geführt. Daraus ergibt sich die Herausforderung, dass das Mikrotargeting nicht zu einer Mikro-Demokratie führen darf und die Gesellschaft gespalten wird, weil bestimmte Botschaften nur noch bestimmten Menschen angezeigt werden.
4. Populisten profitieren überproportional von Medienlogiken. So haben z. B. emotionale Posts die meisten Interaktionen. Es braucht daher eine demokratische Öffentlichkeit und Foren mit demokratischer Ethik.
5. Eine schreiende Minderheit dominiert die digitale Diskussionskultur. Daher braucht es die Etablierung einer digitalen Bürgerpflicht als Ergänzung zur analogen Bürgerpflicht. Demokratiefördernde Mechanismen, wie z. B. die Initiative #ichbinhier, müssen gestärkt werden.

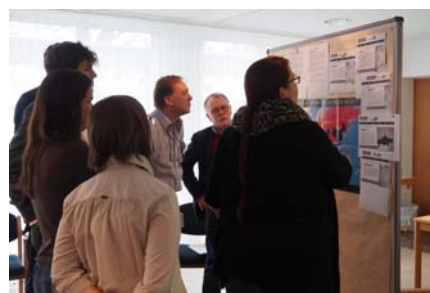




*Johannes Hillje*

In drei parallelen Workshops wurden dann die in den Vorträgen aufgegriffenen Themen weiter für die Praxis politischer Bildung und die demokratische Kommunikationskultur aufgearbeitet.

„Digitale Meinungsbildung. Ein Thema für die europäische/internationale politische Bildung“ war der *erste Workshop* überschrieben. Er wurde gemeinsam von *Georg Pirker*, Referent für internationale Aufgaben im AdB und *Stéphanie Bruel*, Referentin in der Europäischen Akademie Otzenhausen, geleitet. Zunächst wurde gefragt, welche Erfahrungen es in der Praxis internationaler politischer Bildungsarbeit mit unterschiedlichen Informationen gibt. Der Workshop ging der Frage nach, wie mit den unterschiedlichen Informationen und „Wahrheiten“ umgegangen werden kann. Wie kann man dies in Settings der politischen Bildung aufgreifen und vertiefen (durch Themensetzung wie auch situativ)? Was



bedeuten solche Diskussionen vor dem Hintergrund von Medien- und Pressefreiheit, die in Europa weit auseinandergeht? Martin Kaiser, Gustav-Stresemann-Institut in Niedersachsen e. V., stellte ad hoc news-Cafés und Mediengruppen vor, die er in verschiedenen internationalen Seminaren einbaut, um tagesaktuelle Fragen die das Seminar/die Seminaratmosphäre beeinflussen, einzubringen. Bezug nehmend auf die Handbücher „Bookmarks“ und „We can“ wurde die Wichtigkeit der Erdung durch Online-Erfahrungen in Offline Settings diskutiert. Auch und insbesondere in der Internationalen Begegnungsarbeit bietet es sich an, klassische Medienanalyse zu betreiben und in Ländergruppen zu untersuchen, was zu einem Fall wie und wo geschrieben wird: Wer schreibt? Wie sieht das Mediennutzungsverhalten in einem Land aus? Wie sehen die Strukturen hinter den Medien aus (Besitzverhältnisse, Marktmechanismen etc.)? Leicht zugängliche Ressourcen, die ermöglichen, im europäischen Kontext Diskussionen aufzuarbeiten, sind z. B. der Reuters Digital News Report ([www.digitalnewsreport.org](http://www.digitalnewsreport.org)) oder die Website des COE Human Rights Channels ([www.coe.int/en/web/human-rights-channel/world-press-freedom-day-2017](http://www.coe.int/en/web/human-rights-channel/world-press-freedom-day-2017)). Es wurden verschiedene Instrumente für die online Medienanalyse vorgestellt, die helfen, social media Praxis besser zu verstehen, z. B. das Manual Information Disorder – towards an interdisciplinary framework for research and policy making, das die Verfahren klassischer Medienanalyse auf social media überträgt, oder das Onlinetool „Fake it to make it“, das spielerisch über Strategien informiert, die bei der Erstellung und Verbreitung von Fake News eingesetzt werden, und über mögliche Gründe für die Verbreitung von Falschmeldungen. Zudem wurde diskutiert, wie Social Bots bzw. Fake Bots arbeiten und wie man verifizieren kann, ob etwas vertrauenswürdig ist oder nicht. Auch hierzu

wurden Instrumente (Post Facto) angespielt. Die Stärke von Trägern politischer Bildung in diesem Bereich, als „Honest Broker“ aufzutreten und die Sichtweisen aus verschiedenen Perspektiven zu ermöglichen, kann ein Ansporn sein.

Fake News entfalten ihre (politische) Wirkung unabhängig von ihrem Wahrheitsgehalt. Im *zweiten Workshop* „Zum Umgang mit Fake News in der politischen Bildung“, der von *Christian Kirschner* aus der Bildungsstätte Alte Schule Anspach basa e. V. geleitet wurde, ging es daher zunächst darum, das Verhältnis politischer Bildung zur Frage nach Wahrheit zu beleuchten. Es wurde als didaktisches Konzept vorgeschlagen, Fake News weniger hinsichtlich ihres Wahrheitsgehaltes zu erörtern, sondern sie als diskursive Wissensbestände zu begreifen, die in ihrer Genese, Multiplikation und Wirkung verstehbar und damit angreifbar sind. Der Fokus wurde auf die pädagogische Haltung in der konkreten Bildungspraxis gelegt und gefragt, wie ein didaktischer Zugang jenseits binärer Beurteilungsschemata umgesetzt werden könnte. Gleichmaßen wurde gefragt, wie politische Bil-



dung mit dezentralisierten und sich selbst multiplizierenden Kommunikationsstrukturen umgehen kann. Politische Bildung sollte den Spezifika der erfolgreichen Verbreitung von Fake News besondere Beachtung schenken, nämlich zum einen das systematische Anknüpfen an Gruppenbezogene Menschenfeindlichkeit und die automatisierten Möglichkeiten der massenhaften Verbreitung und Plausibilisierung. In dem Workshop erhielten die Teilnehmenden die direkte Möglichkeit, für die Jugendbildungsarbeit

geeignete Methoden auszuprobieren und sich so dem Phänomen der Fake News und seinen Herausforderungen für die politische Bildung zu nähern.

Der *dritte Workshop* war überschrieben mit „Digitale politische Öffentlichkeit. Die Rolle von Politik und Politiker/-innen“. Geleitet wurde der Workshop, der als Gesprächsrunde angelegt war, von *Ina Bielenberg*, Geschäftsführerin des AdB. Als Gesprächspartner konnte *Alwin Theobald*, MdL CDU, Saarländischer Landtag, gewonnen werden und auch der Referent des Vormittags, *Johannes Hillje*, stellte sich noch einmal der Diskussion.



Es wurde diskutiert, was die digitalen Entwicklungen für Politiker/-innen bedeuten, wie sich ihre Arbeit und Kommunikation verändert hat und wie sie die Medien (für Meinungsbildung) nutzen. Alwin Theobald konnte einen interessanten Einblick in seine rege Medienarbeit geben. Deutlich wurde, dass er damit sowohl in seinem

Wahlkreis als auch in der Landtagsfraktion einer der wenigen Aktiven ist. Er berichtete von guten Erfahrungen und dem Gefühl, viele mit seinen Diskussionsbeiträgen zu erreichen. Weitere Beispiele politischer Akteure, die von den Mitdiskutanten eingebracht wurden, zeigten, dass sich die „klassischen“ Wege politischer Karrieren durch soziale Medien verändern. Politiker/-innen bekommen Stimmen und Zuspruch, die sie durch die klassische Parteiarbeit nicht bekommen hätten, die Reichweiten ändern sich. Die Herausforderung liegt nun aber darin, erklärender zu werden, die Politik so transparent wie möglich zu gestalten und sich Gedanken über eine öffentlich rechtliche Plattform zu machen, auf der ein demokratischer Diskurs jenseits des Wahlkampfmodus' möglich ist.

Aus drei Perspektiven wurden zum Abschluss der Tagung reflektiert, welche Bedeutung der politischen Bildung im gesellschaftspolitischen Diskurs insbesondere zukommt. Aus Sicht der politischen Erwachsenenbildung hob *Dr. Michael Schröder*, Politische Akademie in Tutzing, besonders die Notwendigkeit von Lernorten hervor, da die direkte Kommunikation nach wie vor eine große

Bedeutung habe. Die emotionalisierten Debatten sollten rationaler werden, die Menschen sollten einander mehr zuhören und auf die Argumentationen der anderen achten.



*Petra Barz*, dock europe in Hamburg, reflektierte die Diskussionen aus Sicht der Jugendbildung. Auch ihr sind die analogen Begegnungen wichtig, die aber auch neuer Bildungsformate bedürfen, die die digitalen Instrumente einbeziehen. Insbesondere in der Arbeit mit Geflüchteten werde der Wert z. B. eines Smartphones besonders sichtbar: Es hilft, zu überleben, zu dokumentieren und teilzuhaben. Sie hob zudem die Bedeutung von Emotionen hervor, durch die z. B. in der Arbeit mit Zeitzeugen Empathie erzeugt werden kann.

Zum Abschluss ließ *Ina Bielenberg* die Fachtagung noch einmal Revue passieren: Die Informationsbedürfnisse von Menschen sind nicht immer zielgerichtet, sie reichen von ungerichteten Informationsbedürfnissen über thematische und gruppenbezogene Interessen bis hin zu konkreten Problemlösungsbedürfnissen. Aufgabe politischer Bildung muss es sein, auf alle Bedürfnisse zu reagieren und das Politische darin sichtbar zu machen. Die Kunst der Pädagoginnen und Pädagogen liegt darin, mit der von Jan-Hinrik Schmidt benannten kognitiven Dissonanz umzugehen, also dem menschlichen Impuls, zunächst einmal nur das wahrzunehmen, was in das eigene Weltbild passt. Oder anders, passend für das digitale Zeitalter, ausgedrückt: die Menschen zu erreichen, die in ihrer eigenen Filterblase leben. Denn hier liegt die große gesellschaftliche Herausforderung für die politische Bildung: der (digitalen) Zersplitterung etwas entgegenzusetzen und den Zusammenhalt der Gesellschaft zu fördern. Damit knüpft das Jahresthema 2018 in besonderer Weise an das vorherige Jahresthema des AdB an und entwickelt es, angereichert um die Fragen zur digitalen Entwicklung, weiter.