

Franziska Wittau

Zeeob.com: Ein Social Media-Generator

Die Digitalisierung hat die Rahmenbedingungen und technischen Möglichkeiten politischer Kommunikation in den vergangenen beiden Jahrzehnten massiv verändert. Vor allem in sozialen Netzwerken wie Instagram, Facebook oder Twitter ist diese Kommunikation in der Regel visuell bzw. bildhaft geprägt. Ein Weg politischer Bildung an diese Veränderungen anzuschließen ist die handlungsorientierte Entwicklung eigener digitaler Kommunikationsformen. Nachfolgend wird das Tool zeeob.com vorgestellt, mit dessen Hilfe dies mit vergleichsweise geringem Aufwand umsetzbar ist. Das Tool selbst ist ab der Sekundarstufe I nutzbar. In der Sekundarstufe II kann das Tool darüber hinaus im Rahmen einer kritisch-reflexiven Handlungsorientierung die Funktionsmechanismen der Kultur der Digitalität verstehbar machen. So lässt sich das Lernen mit digitalen Medien mit dem Lernen über digitale Medien verbinden.

1. Soziale Medien und ihre Bilder in der Kultur der Digitalität

Soziale Medien nehmen in der von Felix Stalder als Epochenwandel bezeichneten Veränderung der Digitalisierung (Stalder 2017) eine auch für das Politische nicht zu unterschätzende Rolle in den Lebenswelten von Lernenden ein. Philippe Wampfler zufolge ist die Bedeutung sozialer Netzwerke so weitreichend, dass er von der „Generation ‚Social Media‘“ spricht (2018). Bemerkbar macht sich dies beispielsweise bei der Suche nach Informationen oder aktuellen Nachrichten. Wenngleich der soziale Nahraum (Familie und Peergroup) nach wie vor die wichtigste Quelle vor allem für zufällige Informationen – also solche Informationen, nach denen nicht gezielt gesucht wird – darstellt, folgen soziale Medien unmittelbar danach (mpfs 2022, S. 10). Gehen wir von einem weiten Begriff des Politischen aus, der beispielsweise auch die (Re-)Konstruktion von Geschlecht in den sozialen Medien einbezieht (vgl. Götz / Prommer 2020), weitet sich die Rolle der sozialen Medien für die Kommunikation politischer Inhalte noch aus. Hinzu kommt, dass der gerade erwähnte soziale Nahraum ebenfalls mindestens mittelbar zur Verbreitung politischer Kommunikation in den sozialen Medien beiträgt, wenn gefundene Inhalte wahlweise über die für die sozialen Netzwerke so zentrale Funktion des Sharens oder im Rahmen alltäglicher Face-to-Face-Kommunikation geteilt werden.

Bilder und bildhafte Kommunikation, dies zeigt das vorliegende Heft von Politisches Lernen 1-2.2023 eindrucklich, spielen in den sozialen Medien eine herausragende Rolle. Die technologische Revolution der Digitalisierung sowohl hinsichtlich der Herstellung als auch der Verbreitung von Bildern ermöglicht es, dass man sich „erstmal in der Kulturgeschichte [...] mit Bildern fast genauso selbstverständlich und vielfältig austauschen [kann] wie mit gesprochener oder geschriebener Sprache“ (Kohout / Ullrich 2022, S. 10). Dabei profitiert die bildhafte Kommunikation bei allem Wissen um die Möglichkeiten der Manipulation von einem Grundvertrauen in

das Sichtbare (Kümpel / Rieger 2020, S. 33). Die Möglichkeiten der manipulierenden Ausnutzung dieses Vertrauens wird vor allem im Kontext von Fake News genutzt. Neben der Veränderung bestehenden Bildmaterials (= Manipulation im engeren Sinn), für die heute nicht einmal mehr Programme wie Photoshop oder GIMP genutzt werden müssen, weil neuere Smartphones von vorneherein mit ähnlichen Funktionen ausgestattet sind, werden Bilder auch für andere Strategien der Produktion gezielter Falschmeldungen genutzt. Beispielhaft sei hier auf die Imitation seriöser Webseiten mittels Logos (die vielfach auch bildhaft gestaltet sind) oder das „Unterschieben“ alternativer Bildinterpretationen durch das Setzen „echter“ Bilder in einen falschen Kontext verwiesen (Appel / Doser 2020, S. 13 f.).

2. Schlussfolgerungen für die politische Bildung

Der dargestellten faktischen Bedeutsamkeit der (Bilder in den) sozialen Medien stehen vielfach mangelnde Digitalkompetenzen mindestens eines Teils der Lernenden gegenüber. Die International Computer and Information Literacy Study (ICILS-Studie) 2018 belegt beispielhaft, dass sich vor allem in nicht-gymnasialen Schulformen weniger als 15 % der Lernenden auf einem elaborierten Kompetenzniveau bewegen. Den anderen mehr als 80 % der Lernenden fehlen vor allem Fähigkeiten zum Finden und Bewerten von Informationen sowie zum selbstständigen Erzeugen digitaler Informationsprodukte (Eickelmann et al. 2019, S. 128).

Aus der Perspektive handlungsorientierter (Medien-) Didaktik bietet das Versetzen der Lernenden in die Rolle der „Produser*innen“ eine Möglichkeit, diese Kompetenzdesiderata aufzulösen. Lernende sollen digitale Inhalte nicht mehr nur noch konsumieren, sondern auch bewusst kreieren (vgl. dazu auch Matthias Franke sowie Robert Hummer in diesem Heft Politisches Lernen 1-2.2023). Auf diesem Weg können sie dazu befähigt werden, „aktiv und kritisch mit der Mittlerfunktion von Medien umzugehen, diese in Bezug auf ihre eigenen Interessen und Bedürfnisse hinterfragen zu können und