

Sieben (Hrsg.) **Occupy Culture!**

Gerda Sieben (Hrsg.)
Occupy Culture!

Das Potenzial digitaler Medien
in der Kulturvermittlung

www.kopaed.de

Bibliografische Information Der Deutschen Nationalbibliothek Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.ddb.de> abrufbar

Die Autor*innen der Veröffentlichung vertreten ihre Meinung, ohne dass dies notwendigerweise die Meinung des BKM widerspiegelt.

Die Veröffentlichung entstand mit Förderung durch die Beauftragte der Bundesregierung für Kultur und Medien (BKM).



Der Beauftragte der Bundesregierung
für Kultur und Medien



ISBN 978-3-86736-359-4

Druck: docupoint, Barleben

© kopaed 2016

Arnulfstr. 205, 80634 München

Fon: 089. 688 900 98 Fax: 089. 689 19 12

E-Mail: info@kopaed.de Internet: www.kopaed.de

Inhalt

1 Einführung	9
Gerda Sieben Occupy Culture	11
2 KULTURELLE TEILHABE IN DER DIGITALEN GESELLSCHAFT	17
Angela Tillmann / Christian Helbig Kulturelle Partizipation Jugendlicher in einer digitalen Gesellschaft	19
Franz-Josef Röll Neue Jugend(medien-)kulturen	29
Robin Liebetrau Kulturelle Bedeutung digitaler Medien	41
Barbara Hornberger Medial vermittelter Kulturgenuss und protestantische Ethik	47
3 DIGITALE TRENDS IN DEN KÜNSTEN	53
Stephanie Jentgens Literatur im Zeitalter digitaler Medien	55

Rudolf Preuss	
Digitale und analoge Prozesse und Verfahren in der Kunstpädagogik	61
Anna Brohm	
Post-Internet-Network-Fatigue	67
Aspekte des Digitalen in der zeitgenössischen Kunst	
Jürgen Ertelt	
Kulturarbeit digital	75
Produktion und Distribution mit vernetzten Medien	
Jürgen Ertelt	
Basics zum Urheberrecht	81
4 Digitale Trends in der Kulturvermittlung	87
Birgit Mandel	
Vom viralen Marketing zur partizipativen Programmentwicklung	89
Ansätze und Methoden aktueller Kulturvermittlung	
Susanne Keuchel	
Kulturvermittlung 2.0 in Zeiten „virealer“ Welten	103
Perspektiven aus Forschung und Praxis	
Mechthild Eickhoff	
Kunst-Ermittlung und kulturelle Ko-Produktion	109
Frank Frischmuth	
Kultur und Wissen digital vermitteln	117
Ideen und Chancen der Deutschen Digitalen Bibliothek	
Ruth Rosenberger	
LeMO – Lebendiges Museum Online	125
Entdecken, recherchieren, informieren mit dem Online-Portal für deutsche Geschichte	

Dominik Bühler Digitale Medien als Potenziale kreativer Generationenbegegnung Ein Bericht aus der Praxis	131
Heike Herber-Fries Partizipative Handlungs- und Erfahrungsräume Museen als partizipative Handlungs- und Erfahrungsräume	137
Christine Schwarz Digitale Medien in der Kulturvermittlung Was schon geht – Gute Beispiele und Ideen	149
5 OCCUPY CULTURE! PRAXISPROJEKTE UND ANALYSEN	167
Henrike Boy / Svenja Anhut Occupy Culture: Die Praxisprojekte	169
Gerda Sieben Echte Kunsterfahrungen mit digitalen Tools	179

1 Einführung

Gerda Sieben

Occupy Culture – Kulturvermittlung an Jugendliche in der digitalisierten Gesellschaft

Einleitung

„Es geht mir nicht um die Vermittlung von Kunst. Kunst ist nicht zu vermitteln. Ich möchte auch nicht theoretisieren und danach fragen, was Kunst ist. Allerdings möchte ich jeden einzelnen dahin bringen, selbst Fragen an die Kunst zu stellen.“

Kasper König in art, Ausgabe Oktober 1984

Diese Handreichung thematisiert Möglichkeiten, Medien in die Kulturvermittlung stärker einzubeziehen, insbesondere, um Jugendliche aus benachteiligten Milieus besser zu erreichen.

In medienpädagogischen Einrichtungen, wie dem jfc Medienzentrum, können Kinder und Jugendliche Medien nutzen, um ihre kreativen Ideen umzusetzen, und das tun sie mit großer Begeisterung: zum Beispiel als Radiojournalist*innen, als Filmmacher*innen, Fotograf*innen oder Blogger*innen. Sie gestalten und bewerten, durchaus mit künstlerischem Anspruch, Bild, Ton, Film, Games und multimediale Installationen. Immer wieder ergeben sich dabei Kontakte zu KünstlerInnen verschiedener Sparten und Kooperationen mit Kultureinrichtungen. So waren es die jugendlichen Redakteur*innen von „Radio KultOhr“, die uns auf den Weg zu diesem Projekt führten. Sie produzierten Blogs und Radiosendungen über Kulturangebote in Köln und besuchten in der Rolle als Reporter*innen z.B. die Kölner Philharmonie oder das Stadttheater. Auch wenn sie zuvor keinerlei Erfahrung mit „etablierter Kultur“ hatten, erkundeten sie dieses „Neuland“, interviewten Dirigent*innen, Intendant*innen oder Schauspieler*innen. Die Aufbereitung der Materialien zu Sendungen für das Lokalradio motivierte sie sehr: überraschend differenziert, witzig und selbstbewusst formulierten sie ihre Eindrücke und setzten sie auch in Beziehung zu jugendkulturellen

Events in der Stadt. Beinahe beiläufig entwickelten sie einen scharfen Blick und Kriterien für die Rezeption und Rezension von Kunst und Kultur.

Medien, hier z.B. Radio, erweisen sich als hervorragende Werkzeuge, um Kultur zu erkunden. Zugleich sind Medien als gestaltete Produktionen selbst Kultur. Diese klassischen Methoden wollten wir ausbauen und weitere praxisnahe Methoden der Kulturvermittlung an bildungsbenachteiligte Jugendliche entwickeln. Es sollten Methoden sein, die Digitale Medien gezielt einsetzen, um eine Brücke zu bauen zu „etablierten“, öffentlich geförderten Kunst- und Kultureinrichtungen.

Kultur, welche Kultur?

Mit der Fokussierung auf „etablierte oder anerkannte“, öffentlich geförderte Kunst und Kultur zielt das Projekt von vorneherein nur auf einen Ausschnitt von Kultur. Gemeint sind hier Kulturformen, die in öffentlich geförderten Kultureinrichtungen gezeigt, produziert oder aufgeführt werden. Es ist klar, dass dies eine problematische Abgrenzung ist – denn Popkultur, die vielen „Subkulturen“ mit ihren oft bedeutsamen Laienkunstszenen, die ökonomisierte Sphäre von Kunst und Kultur und künstlerische Ausdrucksformen migrantisch geprägter Kulturen sind damit weitgehend ausgeschlossen, auch wenn die Grenzen zum Glück fließend sind.

Jugendliche, auch bildungsbenachteiligte Jugendliche, wie sie hier im Zentrum stehen, sind Teil dieser Vielfalt, für sie sind vor allem jugendkulturelle Ausdrucksformen interessant und die sind entsprechend den sich weiter ausdifferenzierenden gesellschaftlichen Milieus eben sehr unterschiedlich. Wenn wir also von einem „Multiversum der Kulturen“ ausgehen, warum sollte man versuchen, diesen Jugendlichen „etablierte Kunst – und Kulturformen“, die vor allem bildungsbürgerliche Milieus ansprechen – nahezubringen? Vier Argumente waren für uns wichtig:

Recht auf Kunsterfahrung

Genuss von und Erfahrungen mit künstlerischen Ausdrucksformen und Verfahren sind ein elementares menschliches Bedürfnis. Das können Jugendliche selbstverständlich auch mit künstlerischen Produktionen ihrer jugendkulturellen Milieus befriedigen. Um Überraschung oder die Erweiterung der eigenen Perspektive zu erleben und um Faszination zu reflektieren, bedarf es jedoch mehr: Möglichkeiten des Vergleichs, der Zuordnung und Reflexion, also der Möglichkeit, „Fragen an die Kunst zu stellen“, wie Kasper König es zuspitzt. Vor da aus kann es auch gelingen, Kunsterfahrung gegen Versuche der Manipulation und der ökonomischen oder ideologischen Verwertung von Sehnsüchten zu verteidigen. Diese zentralen Aufgaben der kulturellen Bildung sollen allen Jugendlichen offen stehen. Nicht zu begründen ist, dass vielen Jugendlichen die Teilhabe an weiten Teilen des Kulturmultiversums verschlossen bleibt. Öffentlich geförderte Kunst- und Kultureinrichtungen

können, so unsere Ausgangsthese, genau diese Bildungsprozesse (die sich nicht zwangsläufig spontan einstellen) unterstützen, wenn es ihnen gelingt, die Interessen und Perspektiven, den Geschmack und die vorhandenen Erfahrungen der Jugendlichen mit Kunst nicht zu diskriminieren, sondern anzuerkennen und ihnen die Möglichkeit zu bieten, Fragen an die Kunst zu stellen.

Kunst und Kultur als gesellschaftlicher „Schatz“ ästhetischer und künstlerischer Ausdrucksvielfalt

Ein weiteres Argument ist die hohe Qualität, die der etablierte Kunst- und Kulturbetrieb mit seinen Traditionen, historisch bedeutenden Sammlungen, Präsentationsmöglichkeiten, Ausbildungs- und Produktionsstandards zweifellos hat und v.a. öffentlich finanziert aufrecht erhält. Auch wenn das v.a. Ausdruck des Geschmacks gebildeter Milieus ist, hat dieser Betrieb in Kunstgeschichte, im Kunstdiskurs und den Traditionen der Kunstsparten Qualität entwickelt und bewahrt. Anerkannte Kunst und Kultur sind ein Schatz und ein Repertoire, das nicht in den Tresoren von Kunst-Investor*innen verschwinden oder von Medienkonzernen vermarktet werden, sondern allen Bürger*innen zugänglich sein sollte. Die jungen Redakteur*innen von Radio KultOhr haben uns gezeigt, dass es hier für sie durchaus Wertvolles und Anregendes zu entdecken gibt.

Kunst und Kultur als demokratisches Forum für gesellschaftliche Diskurse
Der Blick auf die Knebelung von Kultur in autoritären Staaten führt uns die Relevanz demokratisch geschützter Kunst- und Kulturfreiheit vor Augen. Öffentlich geförderte Kunst und Kultur möchte diese Freiheit unterstützen und versteht sich als Ort und Medium gesellschaftlicher Auseinandersetzung, wo offene Diskurse um Sichtweisen und Werte geführt werden können. Sie kann dadurch wichtige Funktionen der Auseinandersetzung auch mit strittigen Themen, Emotionen und Stimmungen erfüllen. Gerade die aktuellen Polarisierungen in unserer Gesellschaft zeigen, wie wichtig Foren sind, in denen unterschiedliche kulturelle Perspektiven sichtbar gemacht und in einen Diskurs miteinander gebracht werden. Denn nicht zuletzt künstlerische Vorgehensweisen können solche Auseinandersetzungen aufgreifen und erfahrbar machen. Dass davon weite Teile der Bevölkerung immer noch ausgeschlossen bleiben, steht im Widerspruch zu diesem Anspruch und Auftrag und bleibt eine Herausforderung für die öffentlich geförderte Kultur und für die kulturelle Bildung.

Kunst und Kultur als Forum zur Thematisierung und Anerkennung sozialer und kultureller Vielfalt

Öffentlich geförderte Kultur bezieht sich weitgehend auf anerkannte Kunst- und Kulturprodukte und ist selbst ein wichtiger Ort und Faktor dieser Anerkennungsprozesse. Diese anerkannten Formen von Kunst und Kultur sind in

der Vergangenheit Ausdruck des Geschmacks der Aristokratie und später des Bürgertums gewesen. Auch heute sind es v.a. gebildete Menschen, die den öffentlich geförderten Kunst- und Kulturbereich nutzen und gestalten.

Zu allen Zeiten wurden künstlerische Ausdrucksformen, aber auch Künstlerpersönlichkeiten anderer Milieus und Kulturen von dort aus entdeckt, Stile aufgegriffen und Ideen genutzt, Potenziale angeeignet. Sehr oft sind das Prozesse der Kolonialisierung und Ökonomisierung, aber es sind eben auch Prozesse der Anerkennung. Anerkennungsformen in den unterschiedlichen Milieus überschneiden und beeinflussen sich. Nicht zuletzt der kommerzielle Erfolg vieler jugendkultureller Ausdrucksformen fordert den „etablierten“ Kulturbetrieb (zurecht) immer wieder heraus.

Kunst und Kultur sind ein Austragungsort gesellschaftlicher Distinktionsprozesse. Öffentlich geförderte Kunst und Kultur kann und sollte gerade in unseren sich ausdifferenzierenden Gesellschaften als für alle Gruppen zugängliches Forum für Distinktion funktionieren: Distinktion im Sinne von Differenzierung, Respekt, Vielfalt und Anerkennung von unterschiedlichen Perspektiven auf die Welt. Es genügt nicht, wenn engagierte Künstler*innen unterprivilegierte Lebensweisen thematisieren und einem bürgerlichen Publikum exotisierende Blicke darauf präsentieren, sondern es muss darum gehen, „benachteiligte“ Gruppen aktiv und respektvoll einzubeziehen: nicht als Objekte, sondern als Subjekte. Distinktion ohne Abwertung zu realisieren ist eine Kompetenz – oder sollte man sagen: eine Tugend –, die es aktuell in vielen Bereichen zu üben und zu verteidigen gilt. Das bedeutet auch, dass es noch mehr Durchlässigkeit z.B. für interkulturelle Beiträge und eine aktivere Hinwendung zu einem jungen Publikum mit Migrationsgeschichte geben sollte.

Diese Argumente sind für uns Gründe gewesen, Jugendliche entgegen ihren alltäglichen Präferenzen anzusprechen und ihnen auch etablierte Kunst- und Kulturformen und -orte als Räume der Vielfalt anzubieten. Wir haben Methoden gesammelt und weiter entwickelt, um Fachkräften in Kultureinrichtungen Mut zu machen, sich aktiver an dieses junge Publikum zu wenden.

Occupy, der Begriff der „Eroberung“ im Projekttitel, soll signalisieren, dass hier keine Einbahnstrasse gemeint ist, sondern dass die Definitionsmacht über die „anerkannte Kunst und Kultur“ in einer vielfältigen und demokratischen Gesellschaft offen sein muss und sich darum durch ein verändertes Publikum und veränderte Künstlerszenen wandeln kann und soll. Wer benachteiligte Jugendliche an etablierte Kunst und Kultur heranführen möchte – das zeigen alle erfolgreichen Praxisansätze –, muss Formen der Anerkennung ihrer Perspektive, ihres Geschmacks und ihrer künstlerischen Ausdrucksformen realisieren.

Digitale Medien als Raum und Werkzeug für Vermittlung und Beteiligung an Kunst

Diese kulturpolitischen Perspektiven bilden zwar den Rahmen für das Vorhaben, sind aber nicht der Gegenstand. In diesem Projekt fokussierten wir uns auf kulturpädagogische Ansätze, die diese Ziele unterstützen können. Dabei gab es ein weiteres Ziel: Wir wollten digitale Medien systematisch in Kulturvermittlungsansätze einbeziehen. Die Gründe hierfür liegen auf der Hand: Jugendliche wachsen in einer mediatisierten Umwelt auf. Die klassischen Medien, über die sich Lernen, Sozialisation und kulturelle Orientierung vollziehen, Sprache, Bild, Schrift, Musik, Erzählung, Theater, Spiel und Performance, sind heute digitalisiert, vernetzt und interaktiv und prägen sowohl ästhetisch wie kommunikativ die Weltwahrnehmung von Jugendlichen. Jugendkulturelle Ausdrucksformen sind meist multimedial und oft spartenübergreifend. Als medienpädagogische Facheinrichtung lag es für uns selbstverständlich nahe, ein besonderes Augenmerk auf die Chancen des Medieneinsatzes in der Kulturvermittlung zu legen. Umgekehrt sind digitale Medien längst in der Kunst angekommen, verändern in allen Sparten die Produktion, aber auch die Rezeption. Kulturvermittlung selbst ist ein zutiefst mediales Anliegen, in den Inszenierungen der Kulturorte und der Kommunikation über Kunst werden immer häufiger digitale Medien eingesetzt.

Das vom BKM geförderte Projekt lief über drei Jahre. Aus den Recherchen und Erfahrungen sind Beiträge zu diesem Band entstanden, doch hätte dies allein das breite Themenfeld nicht abdecken können. Das Dreieck: Kultur, Jugend und Medien, in dem sich die Thematik aufspannt, hat viele Facetten. So haben wir immer wieder Kulturbegriffe diskutiert und ihre Beziehung zu jugendkulturellen Ausdrucksformen ausgelotet, jugendsoziologische und natürlich medienpädagogische Perspektiven einbezogen. Die Expert*innen aus der Kulturforschung, der kulturellen Bildung, der Jugendarbeit, der Medienpädagogik, den Künsten und der Kulturvermittlung waren für uns sehr wichtig, um die Methodenentwicklung in einen fachlichen Rahmen zu stellen. Es zeigte sich von Anfang an: Das Thema ist theoretisch wie praktisch nur interdisziplinär zu erfassen. Das spiegelt sich auch in dieser Handreichung wider, die aus verschiedenen Perspektiven Anstöße geben will.

So werden im ersten Kapitel „Kulturelle Teilhabe in der digitalen Gesellschaft“ grundlegend die veränderten Rahmenbedingungen des Aufwachsens und der kulturellen Bildung angesichts der Mediatisierung des Alltags skizziert und die Funktionen von Kultur mit Blick auf Chancen und Interessen von Jugendlichen aus benachteiligten Milieus untersucht.

Das Kapitel „Digitale Trends in den Künsten“ kehrt die Perspektive um und untersucht das Verhältnis der Künste zu digitalen Medien. Es zeigt beispielhaft, wie sich Kunstproduktion durch digitale Medien verändert. Daraus ergeben sich viele Anknüpfungspunkte, Medien sowohl für den produktiven wie den

rezeptiven Zugang zu den Künsten zu nutzen und damit Jugendlichen in ihren Rezeptionsgewohnheiten entgegen zu kommen.

Im Kapitel „Digitale Trends in der Kulturvermittlung“ wird es noch konkreter: Hier werden Aufgaben und aktuelle Trends in der Kulturvermittlung mit Blick auf die Ansprache von Jugendlichen dargestellt und Beispiele gelungener Kulturvermittlung mit digitalen Medien an Jugendliche vorgestellt.

Im Kapitel „Occupy Culture! Praxisprojekte und Analysen“ werden die Umsetzungsmodelle des Projekts Occupy Culture vorgestellt, Erfahrungen und Trends analysiert und Strategien für eine erfolgreiche, medial unterstützte Kulturvermittlung an Jugendliche skizziert.

Diese Handreichung möchte Mut machen, Kulturvermittlung als einen Rahmen für vielfältige Perspektiven auf Kunst und Kultur zu verstehen. Sie gibt Anregungen, wie es gelingen kann, Jugendliche zu erreichen, die sich nicht von sich aus mit etablierter Kunst und Kultur auseinandersetzen würden und stellt Möglichkeiten vor, wie digitale Medien dabei systematischer genutzt werden können.

Allen, die uns unterstützt haben, nicht zuletzt den beteiligten Jugendlichen, sei herzlich gedankt! Ganz besonderer Dank geht an Henrike Boy, Judith Mayer und Christine Schwarz, die mit ihrem Engagement und ihren Ideen die Umsetzung des Projekts maßgeblich geprägt haben.

Gerda Sieben

Leiterin jfc Medienzentrum, Köln, 2016

2 Kulturelle Teilhabe in der digitalen Gesellschaft

Angela Tillmann / Christian Helbig
**Kulturelle Partizipation Jugendlicher
in einer digitalen Gesellschaft**

Leben in einer digitalisierten Gesellschaft

Aus einer retrospektiven Beobachtung zeigt sich, dass in der Menschheitsgeschichte immer wieder neue Medien in Kulturen und Gesellschaften implementiert wurden und sowohl Kommunikation als auch alltägliches und soziales Handeln der Menschen maßgeblich beeinflusst haben. Aus dieser Erkenntnis heraus lassen sich auch Schlüsse hinsichtlich des letzten Mediatisierungsschubs – der Digitalisierung – ziehen. Die sich aktuell etablierende Medienumgebung zeichnet sich vor allem dadurch aus, dass das Digitale zu einer selbstverständlichen globalen Infrastruktur geworden ist. Software und Daten sind Grundlage der virtualisierten globalen Finanzmärkte, strukturieren Arbeitsprozesse, steuern materielle Lebensprozesse und vermessen immer mehr Lebensregungen (Konsum, Gesundheit, Bewegungen, Beziehungen, Körper etc.). Zugleich nimmt das Digitale Einfluss darauf, wie Menschen sich heute darstellen, miteinander kommunizieren, ihre sozialen Beziehungen, ihren Alltag und ihre Arbeit bestreiten. Das Digitale beeinflusst sowohl die sozialen und kulturelle Praktiken zum anderen die Gesellschaft insgesamt (Krotz 2012, S. 37). Als ein maßgebliches Charakteristikum des aktuellen Mediatisierungsschubs ist die Konvergenz anzuführen. Mit dem Begriff wird das Zusammenwachsen von Technologien, Ökonomien und Kulturen beschrieben. Hinweise dafür finden wir zum einen in der zunehmenden Mobilität und Multifunktionalität technischer Geräte, in der Veränderung von Unternehmensstrukturen und -strategien als auch in der zunehmenden Auflösung der Trennung von Medienproduzent*innen und -rezipient*innen (vgl. Schuegraf 2014). Der Medienkulturforscher Henry Jenkins prägte bereits 2005 den Begriff der „participatory culture“ und wies mit dem Begriff darauf hin, dass Medien- bzw. Konvergenzkulturen (2006) sowohl durch recht niederschwellige Möglichkeiten des kulturellen Ausdrucks als auch des politischen und sozialen Engagements gekennzeichnet seien. Einen großen Vorteil sah er darin, dass damit neue Kanäle zur unmittelbaren Organisation eigener Interessen gegenüber (Medien-)

Unternehmen eröffnet würde. Ergänzend dazu werden auch Potenziale für den Erwerb von Medienkompetenz gesehen (vgl. auch Deterding 2015, S. 381). Sicherlich ist Konvergenz ebenfalls als Teilprozess einer Entgrenzung zu betrachten, dem wiederum weitere Auflösungen ehemals klarer Grenzen z. B. zwischen Nationalstaaten, Arbeit und Freizeit, Geschlechtern, Generationen, Privatheit und Öffentlichkeit etc. zuzuordnen sind. Aus Perspektive des Subjekts eröffnen diese Entgrenzungsprozesse auf der einen Seite insgesamt neue Autonomieräume und Teilhabemöglichkeiten, auf der anderen Seite erzeugen sie aber gleichermaßen neue Anforderungen, Zumutungen und Momente der (Selbst-)Disziplinierung. Zu beachten ist, dass die neue digitale Infrastruktur für Jugendliche immer schon da war. Jugendliche beziehen das Digitale daher selbstverständlich in ihr Handeln ein, sind „always online, always connected“ – nicht zuletzt auch aufgrund der zunehmenden Portabilität der Geräte (vgl. MPFS 2015a, S. 31; Shell 2015, S. 123). Motiviert wird ihr Handeln zum einem von dem Wunsch nach aktiver Teilhabe. Laut Mediensozialisationsforschung nutzen sie die Medien darüber hinaus aber auch, um sich mit gesellschaftlichen Anforderungen wie z. B. Geschlechterfragen, Körperbildern, möglichen Zukünften als auch teils damit verknüpften Normen und Werten auseinanderzusetzen und diese zu bearbeiten (vgl. Schmidt/Paus-Hasebrink/Hasebrink 2009, S. 27; Wagner/Eggert 2013, S. 18).

Begriffsklärungen: Kulturelle Teilhabe und Partizipation

Im Folgenden soll vor allem die kulturelle Partizipation Jugendlicher im Vordergrund stehen. Hierzu wird zunächst der dem Beitrag zugrunde liegende Begriff der „Partizipation“ erläutert. Wir orientieren uns an Ansätzen der partizipatorischen bzw. deliberativen Demokratietheorie, in der Partizipation als ein fundamentales Recht aller Mitglieder der Gesellschaft in allen sie betreffenden gesellschaftlichen Bereichen definiert wird (vgl. Knauer/Sturzenhecker 2005, Stange 2007) sowie im Weiteren vor allem an Schmidt, der den Begriff der Partizipation 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“ begreift (Schmidt 2008, S. 236). Der Begriff der Partizipation bezieht sich in diesem Beitrag also nicht nur auf den politischen, sondern auch auf den sozialen und kulturellen Bereich. Insbesondere die Cultural Studies haben darauf aufmerksam gemacht, dass der Begriff der „Kultur“ selbst auch ein politischer Begriff ist: „Kultur ist ein Kampf um Bedeutung, ein nie zu beendender Konflikt, über Sinn und Wert von kulturellen Traditionen, Praktiken und Erfahrungen“ (Winter 1997, S. 47).

Deutlich wird dies u.a. an der bis heute kommunizierten Unterteilung in Hoch- und Populärkultur. Zur Hochkultur gehört z. B. all das, was in den Kulturhaushalten der Städte, den städtischen Kulturämtern verwaltet wird, also die Oper, das Theater, Museen, Bibliotheken, Musikschulen, Stadtarchive usw. Hier haben Jugendliche als Noch-Nicht-Erwachsene bekanntlich noch wenig mitzureden und

werden selten angehört. Möglicherweise findet sich hier auch einer von mehreren Gründen, warum junge Menschen stärker an anderen kulturellen Praktiken interessiert sind – Praktiken, die für Erwachsene oftmals höchst verdächtig sind, da sie massentauglich sind und häufig Bezug auf kommerzielle Produkte genommen wird: die Populärkultur. Wenn Pädagogik Jugendliche nicht ausschließlich als Objekte einer (höheren) Kulturvermittlung, sondern – im demokratietheoretischen Sinne – als gleichberechtigte Teilnehmende und Kulturschaffende begreifen möchte, ist sie aufgefordert, kritisch zu hinterfragen, inwieweit es Jugendlichen ermöglicht wird, kulturell zu partizipieren und Kultur aktiv mit zu gestalten. Hierzu gilt es, ihre Interessen im Blick zu halten und darüber hinaus auch die Rahmenbedingungen (digitale Infrastruktur), den Zugang und die Ressourcen (materielles, soziales und kulturelles Kapital) kritisch zu reflektieren, um anknüpfend daran Unterstützungsbedarfe zu erkennen (vgl. Kapitel 4).

Kulturelle Teilhabe und Partizipation in einer digitalisierten Gesellschaft

Jugendliche trennen heute nicht mehr zwischen on- und offline-Welten, sie leben in hybriden Welten. Für sie ist es selbstverständlich, nahezu jederzeit und allorts auf digital gespeichertes Wissen oder Personen zuzugreifen sowie gleichzeitig in verschiedenen Kontexten präsent sein und sich somit vielerorts positionieren und einbringen zu können.

Eine Studie von Wagner und Gebel macht deutlich, dass Soziale Netzwerkdienste, Informations- und Nachrichten- als auch Videoportale für Jugendliche allgegenwärtige Angebote darstellen, anhand derer sie sich über gesellschaftliche und entwicklungsrelevante Themen informieren und sich orientieren und über die sie sich positionieren und andere aktivieren. Sie differenzieren drei Formen der Partizipation (vgl. Wagner/Gebel 2014, S. 180):

- ‚Jugendliche positionieren sich‘: Jugendliche beziehen eine Position zu gesellschaftlichen Diskursen oder kulturellen Phänomenen über Gruppenmitgliedschaften, Statements in Profilingaben oder Bildern in Selbstdarstellungen. Dies beobachten wir vor allem in Sozialen Netzwerken. Laut der aktuellen Shell-Studie greifen Jugendliche mit Abstand am häufigsten auf diese zu: 83 Prozent der 12- bis 25-jährigen Jugendlichen nutzen ein spezifisches kommerzielles Netzwerk, 57 Prozent sind mindestens täglich dort unterwegs (Shell 2015, S. 134, 139). Besonders beliebt sind bei ihnen weiterhin Videokanäle. 94 Prozent der Jugendlichen geben an, Nutzer*innen einer kommerziellen Videoplattform zu sein. 81 Prozent schauen sich dort mindestens mehrmals pro Woche Videos an und mehr als die Hälfte (53%) gibt an, selbst einen Account zum Hochladen von Videos zu haben (MPFS 2015a, S. 34f.). Diese Kanäle werden auch genutzt, um sich einzubringen (Wagner/Gebel 2014, S. 181f.)
- ‚Jugendliche bringen sich ein‘: Jugendliche werden selbst aktiv und nutzen z. B. Plattformen, um sich kreativ, ironisch und subversiv mit der Gegenwartskultur auseinanderzusetzen.

Zu nennen sind hier z. B. die Praktiken des Remix oder Mashups. Hierbei werden Filme, Bilder, Töne und Texte digital kopiert, anderswo eingefügt und bearbeitet. Diese häufig auf Thomas Mann zurückgeführte „Kunst des höheren Abschreibens“ kennen wir bereits aus der Popmusik in der Form des Samplings. Auffallend ist, dass Jugendliche dabei weiterhin gern an popkulturelle Praktiken anknüpfen – ihnen diese offenbar weiterhin näher stehen als die Hochkultur. Sie nutzen Plattformen, um das eigene musikalische Wirken vorzustellen, Geschichten aus den Massenmedien umzuschreiben (Fanfiction), gesellschaftliche Entwicklungen zu analysieren und zu kommentieren (Blogs), digitale Spiele oder Konsumartikel zu bewerten (Let's Play, Haul-Videos), sich in Diskussionen zu gesellschaftlich-politischen Themen einzubringen oder diese auch anzustoßen.

- ‚Jugendliche aktivieren Andere‘: Jugendliche versuchen andere zu Aktivitäten zu motivieren, z. B. durch Ankündigungen von Terminen oder konkrete Aufforderungen zur Teilnahme an Demonstrationen oder durch Petitionen. Beispielhaft angeführt werden können Bürgerbewegungen im Netz, die sich mit Online-Appellen direkt an die Verantwortlichen in Parlamenten, Regierungen und Konzernen wenden: „Gemeinsam wird online diskutiert und Protestaktionen organisiert, die real ausgetragen werden, wie bei den Bewegungen Compact! oder Avaaz.“ (Ertelt 2015, S. 42) Nahezu die Hälfte der Jugendlichen (46,8%) haben schon einmal Online-Unterschriftenlisten unterschrieben/sich an Online-Petitionen beteiligt/Protest-Mails verschickt, 37,5 Prozent haben andere zu einer Aktion aufgerufen, die außerhalb des Internets stattfindet oder stattfand und 32,8 Prozent haben andere zu einer Internet-Aktion aufgerufen (vgl. Wagner/Gebel 2014, S. 130).

Partizipation, das wird anhand der Studie und den von uns ergänzten Beispielen bereits deutlich, ist eng mit dem Medienhandeln verknüpft. Das Medienhandeln – verstanden als soziales Handeln – präsentiert sich darüber hinaus weiterhin auch als eng verwoben mit den Lebenswelten der Heranwachsenden und somit auch den Sozialräumen, die sich Kinder und Jugendliche im Laufe ihrer Entwicklung sukzessive erschließen (vgl. Wagner 2011; auch sozialökologisches Modell nach Baacke 1989). So zeigt sich z. B., dass rein politisch motivierte gesellschaftliche Online-Aktivitäten eng verknüpft sind mit dem Engagement außerhalb des Internets. Jugendliche, die sich offline in Gruppen engagieren, sind auch eher online aktiv. Hier zeigt sich eine hohe Korrelation (Wagner/Gebel 2014, S. 130). Damit kann bereits an dieser Stelle konstatiert werden, dass Beteiligungsformen im Internet keine traditionellen Formen verdrängen (vgl. Begemann et al. 2011), sondern sie das Handlungsrepertoire von Jugendlichen vielmehr ergänzen. Wagner und Gebel (2014, S. 179) arbeiten in ihrer Studie weiterhin heraus, dass Partizipation in digitalisierten Welten abhängig ist von:

- Lebensweltlichen Ressourcen (z. B. Zugang, Anregung, Unterstützung und Anerkennung durch Familie oder Peergroup)