

Schriften zur Medienpädagogik 60

Un|Sichtbarkeiten?

Medienpädagogik, Intersektionalität und Teilhabe

Sabine Eder
Habib Güneşli
Renate Hillen
Claudia Wegener
Rebecca Wienhold (Hrsg.)

Schriften zur Medienpädagogik 60

Dem Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend danken wir für die Förderung des vorliegenden Bandes.

Herausgeber

Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur in der Bundesrepublik Deutschland (GMK) e. V.

Anschrift

GMK-Geschäftsstelle

Obernstr. 24a

33602 Bielefeld

Fon: 0521/677 88

Fax: 0521/677 29

E-Mail: gmk@medienpaed.de

Homepage: www.gmk-net.de

Für namentlich gekennzeichnete Beiträge sind die Autor*innen verantwortlich.

Redaktion: Sabine Eder, Habib Güneşli, Renate Hillen, Claudia Wegener, Rebecca Wienhold, Tanja Kalwar

Lektorat: Tanja Kalwar

Einbandgestaltung und Titelillustration: Katharina Künkel

© kopaed 2024

Arnulfstr. 205

80634 München

Fon: 089/688 900 98

Fax: 089/689 19 12

E-Mail: info@kopaed.de

Homepage: www.kopaed.de

ISBN 978-3-96848-752-6

Jochen Hettinger

Sichtbarkeit, Öffentlichkeit und digitale Souveränität

Der Beitrag beschäftigt sich mit der Frage, inwiefern das Handeln in sozialen Netzwerken Anschlussmöglichkeiten bietet für die Entwicklung aktiver Mitwirkung in der demokratischen Öffentlichkeit. Ausgangspunkt ist die Analyse eines (fiktiven) Beitrags auf der Plattform TikTok, die den Zusammenhang von medialer Ebene (Bild, Text, Sprache und Musik) und digitaler Ebene (Datenstruktur) verdeutlicht. Durch Handlungen in sozialen Netzwerken entsteht Sichtbarkeit: Die Nutzenden werden sichtbar als Datenobjekte, sie machen sich aber auch sichtbar als Einzelperson und Subjekt. Ziel der Medienpädagogik ist es, die Subjekte zu einer *selbstbestimmten* Sichtbarkeit zu befähigen. Dies ist eine wichtige Voraussetzung für die Teilhabe und Teilnahme an der (demokratischen) Öffentlichkeit. Im zweiten Teil untersucht der Beitrag daher das Verhältnis sozialer Netzwerke zum Konzept einer diskursorientierten Öffentlichkeit im Sinne von Jürgen Habermas. Im Mittelpunkt steht dabei die Frage, welche Verbindungen und Übergänge es zwischen diesem normativen Modell und den Strukturen und Erscheinungsformen sozialer Netzwerke gibt. Im dritten Teil geht es darum, wie selbstbestimmte Sichtbarkeit in digitalen Öffentlichkeiten erreicht werden kann. Dafür wird das Konzept der digitalen Souveränität vorgeschlagen. Unter medienpädagogischer Perspektive umfasst es zum einen Kompetenzbereiche wie Datenschutz, digitale Selbstverteidigung und den Umgang mit algorithmischen Empfehlungs- und Entscheidungssystemen, zum anderen stellt es aber auch Anforderungen an die Gestaltung technischer, ökonomisch-struktureller und rechtlicher Rahmenbedingungen.

Sichtbarkeit in sozialen Netzwerken

Ein Beispiel: Musikvideo auf TikTok

Jede Interaktion mit einem digitalen System wie etwa dem sozialen Netzwerk TikTok hinterlässt Datenspuren. Bereits das Anschauen der Inhalte wird registriert und ausgewertet, dazu kommen die Interaktionen mit diesen Inhalten und selbst eingestellte Inhalte. Die folgende Abbildung zeigt ein Standbild aus einem (fiktiven) Nutzer*innen-Video bei TikTok und einen Ausschnitt der Datenstruktur, die die Plattform dabei erzeugt (diese Darstellung orientiert sich an den Beschreibungen der Programmierschnittstellen von TikTok und gibt *nicht* die interne Form der Datenspeicherung wieder).



```
{
  "data": {
    "videos": [
      {
        "id": "7369206124081368352",
        "title": "Schick mir keine Rosen mehr",
        "video_description": "Test video 1",
        "duration": 2,
        "cover_image_url": "URL-des-TikTok-Videos",
        "share_url": "URL zum Teilen des-TikTok-Videos",
        "embed_link": „URL zum Einbetten des TikTok-Videos“
      }
    ]
  }
}
```

Abb. 1: Ausschnitt aus einem (fiktiven) TikTok-Video (oben, eigene Darstellung) und Auszug aus der dadurch erzeugten Datenstruktur (unten)

Für das Video, um das es hier geht, ist im Feld „id“ (Identifikationsnummer) der Wert „7369206124081368352“ eingetragen. Nach dem gleichen Muster werden dem Objekt „videos“ im angeführten Beispiel weitere Feldname-Wert-Paare hinzugefügt, die Angaben zum Titel, zur Dauer und Links zum Video selbst enthalten. Das Objekt „videos“ kann dann mit weiteren Objekten verknüpft werden, zum Beispiel mit dem Objekt „Benutzer“ („user“), das u.a. Angaben zur geräteübergreifenden Benutzer*in-Identifikationsnummer von TikTok enthält. Diese im Grundsatz sehr einfache Datenstruktur, die aus Objekten und diesen zugeordneten Feldname-Wert-Paaren besteht, ermög-

licht es, alle Daten, die die Benutzer*innen durch ihre Interaktionen mit dem System erzeugen, zu speichern und auszuwerten.

Eine digitale Handlung im sozialen Netzwerk TikTok erzeugt also eine Sammlung von Daten, die man als digitales Substrat dieser Handlung oder als „Materialität“ eines Zeichens bezeichnen könnte (vgl. Hickethier 2010: 75). Dieses digitale Substrat beschränkt sich allerdings nicht nur auf die materielle Fixierung der Eigenschaften einer Medienbotschaft, sondern umfasst alle Interaktionen mit diesem Inhalt wie etwa Kommentare, Likes und Weiterleitungen. Die Auswertungs-, Verknüpfungs- und Bearbeitungsmöglichkeiten der Daten in dieser Datenstruktur sind fast unbegrenzt. So können Profile erstellt, Benutzer*innengruppen definiert und Verhaltensweisen vorhergesagt und beeinflusst werden (vgl. Zuboff 2018). Der Algorithmus, der den „Für-Dich“-Feed von TikTok steuert, basiert auf diesen Daten. Die von TikTok selbst erhobenen Daten werden mit Daten aus anderen Quellen verknüpft.

Ich werde gesehen – Sichtbarkeit als Datenobjekt

Sichtbar werden die Nutzer*innen also in Form einer Datenstruktur. Man könnte dies auch „passive Sichtbarkeit“ nennen. Der Prozess der Gewinnung und Verarbeitung dieser Daten lässt sich nur in sehr geringem Umfang beeinflussen. Aus der Perspektive des Datenschutzes ist dies in vielerlei Hinsicht problematisch: Das umfassende Sammeln und Auswerten von Daten kann missbraucht werden für Manipulation und Diskriminierung, es kann ein Gefühl des Überwacht-Werdens erzeugen und so die freie Meinungsäußerung und demokratische Teilhabe beeinträchtigen und es kann die selbstbestimmte und geschützte Kommunikation in digitalen Umgebungen gefährden (vgl. Nationale Akademie der Wissenschaften Leopoldina 2018: 40 f.). Diese „passive Sichtbarkeit“ ist die Grundlage für das Geschäftsmodell der sozialen Netzwerke, die sich weitgehend über Werbung finanzieren und ihren Kund*innen die zielgruppengenaue Platzierung ihrer Werbung versprechen. Sie erleichtert aber auch die Nutzung digitaler Infrastrukturen, weil sie deren unüberschaubare Informationsmenge nach möglicherweise individuell relevanten Kriterien sortiert und filtert (vgl. Stalder 2017: 96, zur Funktion von Algorithmen).

Ich mache mich sichtbar – Sichtbarkeit und Artikulation

Soziale Netzwerke wie TikTok ermöglichen aber auch eine „produktiv-artikulatorische Sichtbarkeit“: Die Medienbeiträge sind Ausdruck von Individualität und Persönlichkeit, auch wenn sie sich gängiger medialer und kultureller Formen bedienen, diese zitieren, kombinieren, verfremden, neu

kontextualisieren oder ironisch verfremden (vgl. den Begriff der „Referentialität“ bei Stalder 2017: 96-128). In ihnen artikuliert sich eine Welt- und Selbstsicht, drücken sich idealisierte oder auch kritische Selbstbilder aus, spiegelt sich Zugehörigkeit und Fremdheit. Jeder Beitrag ist eine Wortmeldung und ein Angebot der Kommunikation: Like meinen Beitrag, zitiere ihn, singe mit mir ein Duett (vgl. die „Stitch“-Option-Funktion bei TikTok) und so weiter.

Der bildungstheoretische Begriff der Artikulation bezeichnet die „Explikation menschlicher Erfahrung durch die Performanz von symbolischen Akten [...], in denen die implizit-qualitative Gestalt gelebter Erfahrung in die explizit-semantische Gestalt eines prägnanten Symbolismus überführt wird“ (Jung 2005: 105; zit. nach Jörissen 2015: 58). Durch den Akt der Artikulation erhalten gelebte und erlebte Erfahrungen also eine Form, eine Gestalt, die „ein reflexives Potential enthält“ (Jörissen/Marotzki, 2009: 39). Dadurch werden sie für den Prozess der Bildung in besonderer Weise zugänglich, auch weil ihre „Aufführung in sozialen Räumen und Arenen [...] eine Reaktion des sozialen Umfelds“ (ebd.) hervorrufen kann.

Grundlage für die Gestaltung eigener Medienbeiträge in sozialen Netzwerken sind kulturelle Formen wie zum Beispiel narrative Strukturen (vgl. Martinez/Scheffel 2019), Ordnungen der Bilder und Bildwelten (vgl. die „kulturelle Organisation von Visualität“, Jörissen/Marotzki 2009: 95) und Musik als Form von Kultur und kultureller Praxis (vgl. Hornberger 2017). Bei Fotografien und Bewegtbildaufnahmen sind zum Beispiel die Ebenen des „Bildsehens“ und des „Motivsehens“ zu unterscheiden (Niesyto 2006). Dem entspricht das Verhältnis zwischen dem „Wie“ der Erzählung (Darstellung) und dem „Was“ (Handlung und erzählte Welt) in der Erzähltheorie (Martinez/Scheffel 2019: 29 ff. und 111 ff.). Durch die Artikulation in sozialen Netzwerken erschließen sich die Nutzer*innen ein Repertoire kultureller bzw. medialer Formen, um sich und ihre Botschaft darzustellen und zu vermitteln.

Allerdings kann diese produktiv-artikulatorische Sichtbarkeit auch eingeschränkt werden. Zum einen durch die vieldiskutierte „digitale Spaltung“, die dazu führen kann, dass Kinder und Jugendliche aus sozial benachteiligten Milieus geringere Medienkompetenzen ausbilden können als andere (vgl. Bonfadelli/Meier 2021). Zum anderen aber auch durch Diskriminierung, die sich unmittelbar auf die Sichtbarkeit bestimmter Personengruppen auswirkt. Besonders problematisch ist die „intersektionale Diskriminierung“, also die Benachteiligung aufgrund zweier oder mehrerer Merkmale (wie z.B. Geschlecht und ethnische Herkunft; vgl. Sauer 2022).

Soziale Netzwerke als Teil der Öffentlichkeit

Soziale Netzwerke bieten zwar in der Regel die Möglichkeit, die Sichtbarkeit eigener Beiträge einzuschränken (nur für Kontakte, nur für mich usw.). Ihren Sinn haben sie aber gerade darin, dass sie die Sichtbarkeit ausweiten. Damit schaffen sie Öffentlichkeit, auch wenn diese zuerst nur auf persönlich bekannte Personen eingegrenzt ist. Durch die Nutzung sozialer Netzwerke haben Nutzer*innen also unmittelbar Zugang zur Öffentlichkeit bzw. zu Teilöffentlichkeiten. Die Soziologen Jürgen Gerhards und Friedhelm Neidhardt bestimmen Öffentlichkeit als einen allen zugänglichen Raum, der durch geteilte Relevanzstrukturen gekennzeichnet ist (vgl. Gerhards/Neidhardt 1990: 85). Nach Jürgen Habermas ist die Öffentlichkeit ein „Netzwerk für die Kommunikation von Inhalten und Stellungnahmen, also von Meinungen“, in dem „die Kommunikationsflüsse so gefiltert und synthetisiert [werden], dass sie sich zu themenspezifisch gebündelten öffentlichen Meinungen verdichten“ (Habermas 2019: 87). Dieses Konzept der Öffentlichkeit ist zentral für das Modell der „deliberativen Demokratie“ (Deliberation: Beratschlagung), das wesentlich von Jürgen Habermas entwickelt wurde (vgl. Habermas 2005). Demnach bilden die „Kommunikationsstrukturen der Öffentlichkeit ein weitgespanntes Netz an Sensoren [...], die auf den Druck gesamtgesellschaftlicher Problemlagen reagieren und einflussreiche Meinungen stimulieren“ (ebd.: 290). Die Öffentlichkeit ist nach Habermas der Ort „informeller Meinungsbildung“, die „in institutionalisierte Wahlentscheidungen und legislative Beschlüsse mündet“ und die so „kommunikativ erzeugte Macht in administrativ verwendbare Macht transformiert“ (ebd.: 288).

Der Prozess der Digitalisierung hat die Struktur der Öffentlichkeit stark verändert. Der Kommunikationswissenschaftler Mark Eisenegger unterscheidet bei der durch digitale Plattformen bestimmten Öffentlichkeit den Bereich des „Shorheads“, der durch „reichweitenstarke Informations-, Medien- und Kommunikationsanbieter“ und dem Prinzip der „Digitalprominenz“ bestimmt wird, und einen „Longtail“ unterschiedlichster Akteur*innen mit geringer Reichweite, die häufig nicht oder kaum institutionalisiert sind. Charakteristisch für diese plattformisierten Öffentlichkeiten ist, „dass sie einen dominanten Handlungstyp stimulieren, nämlich Handlungen mit tendenziell geringem Anspruchsniveau. Gleichzeitig dominieren auf den Plattformen Nutzungsmotive, die auf das Beziehungsmanagement und die expressive Selbstdarstellung ausgerichtet sind“ (Eisenegger 2021: 35). Damit sind nach Eisenegger „die Deregulierung des öffentlichen Diskurses und Einbußen bei der deliberativen Kommunikationsqualität“ verbunden, aber auch „verbesserte Resonanz- und Artikulationschancen für zivilgesellschaftliche Akteure“ (ebd.: 36).

Soziale Netzwerke und digitale Öffentlichkeiten sind allerdings nicht unbedingt ein Raum verständigungsorientierter und werteorientierter Kommunikation. Sie sind vielmehr durch eine Vielzahl von Beeinträchtigungen gekennzeichnet. Diese reichen von Hatespeech, Hetze, Diffamierungen, Inzivilität im Netz, Desinformation, Verschwörungstheorien, Abhängigkeit bis hin zu suchtartigem Verhalten, asymmetrischen Kommunikationsstrukturen und unterschiedlichen Formen digitaler Gewalt, insbesondere gegen marginalisierte Gruppen, durch Cyberbullying, Stalking und sogenannten „Rachepornos“ usw. Diese „Netz-Pathologien“ sind nicht auf den digitalen Raum beschränkt, sondern haben durchaus sehr reale Auswirkungen auf die analoge Lebenswelt.

Dazu kommen die für soziale Netzwerke kennzeichnenden Formen „algorithmischer Verzerrung“. Besonders deutlich wird dies beim Einsatz sogenannter „Bots“ (weitgehend autonom agierende Programme im Internet) oder auch bei sogenannten „Sockenpuppenaccounts“ (Accounts fiktiver Personen, die zentral gesteuert werden). Die Empfehlungsalgorithmen sozialer Netzwerke können die Sichtbarkeit von Inhalten in sozialen Netzwerken stark beeinflussen. Ihre Rückkoppelungsmechanismen (Bewerten, Kommentieren, Weiterleiten usw.) bevorzugen sensationelle, kontroverse und emotionalisierende Inhalte. Die sozialen Netzwerke übernehmen (bis auf die Umsetzung gesetzlicher Vorgaben und die Durchsetzung ihrer Nutzungsrichtlinien) keine redaktionelle Verantwortung für ihr Inhaltsangebot. Desinformation und Verschwörungstheorien können sich daher in sozialen Netzwerken (und in Messengern) besonders gut verbreiten.

Auch wenn soziale Netzwerke und digitale Öffentlichkeiten in vielerlei Hinsicht gerade nicht den demokratietheoretischen Postulaten und politikwissenschaftlichen Funktionsbestimmungen von „Öffentlichkeit“ entsprechen, sind sie doch *Teil* der Öffentlichkeit. Die Öffentlichkeit der sozialen Netzwerke ist mit der politischen Öffentlichkeit, in der auch redaktionelle Medien und politische Akteur*innen eine Rolle spielen, durch vielfältige Austauschprozesse verbunden. Die redaktionellen Medien beobachten die Kommunikationen in den sozialen Netzwerken, Beiträge in den sozialen Netzwerken nehmen auf Inhalte redaktioneller Medien Bezug. Die hybride Struktur aus sozialen Netzwerken (und digitalen Plattformen und Diensten) und redaktionellen Medien ist der Ort, an dem sich Relevanzstrukturen bilden und eine politische Agenda entsteht.

Personen, die in sozialen Netzwerken aktiv sind, erwerben dadurch grundlegende Kompetenzen auch für die Teilnahme an der politischen, deliberativen Öffentlichkeit. Sie lernen, sich öffentlich zu artikulieren und eigene Inhalte und Themen sowie sich selbst sichtbar zu machen. Sie erfahren Feedback, nehmen auf andere Inhalte und Positionen Bezug, übernehmen in gewissem Umfang Verantwortung für ihre Beiträge (Autor*innenschaft),

orientieren ihre Handlungen am Handeln anderer und erfahren so die Grundlagen medienvermittelter Kommunikation. Sie gestalten Medienbeiträge, setzen sich mit Relevanzkriterien auseinander und berücksichtigen die Agenda ihres Kommunikationsumfeldes. Die Medienpädagogik hat die Aufgabe, an diese Kompetenzen anzuschließen und so die selbstbestimmte Sichtbarkeit in digitalen Öffentlichkeiten zu fördern. Dabei sollte sie sich an dem Konzept der „digitalen Souveränität“ orientieren.

Digitale Souveränität als Voraussetzung selbstbestimmter Sichtbarkeit

Was ist digitale Souveränität?

Um selbstbestimmte Sichtbarkeit in sozialen Netzwerken zu erreichen, benötigen die Nutzer*innen digitale Souveränität. Digitale Souveränität ist mehr als Medienkompetenz oder digitale Mündigkeit. Sie bezieht sich nicht nur auf individuelle Dispositionen oder Kompetenzen, sondern fordert auch die Gestaltung souveränitätsfördernder Umgebungen ein.

Der Begriff der digitalen Souveränität entstand als Reaktion auf die Enthüllungen von Edward Snowden über die Datensammelpraktiken der US-amerikanischen und britischen Geheimdienste (vgl. Beckedahl/Meister 2013). In ihrem Überblicksartikel zur „digitalen Souveränität“ definiert Julia Pohle digitale Souveränität als „die Fähigkeit von Individuen sowie von staatlichen oder wirtschaftlichen Institutionen, selbstbestimmt digitale Technologien zu nutzen und ihre jeweiligen Rollen in Zeiten der Digitalisierung selbständig und sicher ausüben zu können“ (Pohle 2020: 243). Digitale Souveränität bezieht sich auf drei Bereiche: Den Staat und das Recht, die Wirtschaft und das Individuum. Im Bereich des Staates und des Rechts geht es dabei unter anderem um die Förderung digitaler Sicherheitstechnologien, den Schutz der digitalen Infrastruktur und die Abwehr von Spionage und Sabotage sowie um den Schutz der Grundrechte. Im Bereich der Wirtschaftspolitik stehen technologische Unabhängigkeit, die Förderung von Schlüsseltechnologien und der Aufbau geschützter digitaler Infrastrukturen für die Nutzung durch Unternehmen im Vordergrund. Digitale Souveränität auf der Ebene des Individuums schließlich soll durch digitale Bildung, medienpädagogische Angebote, Datenschutz, Verbraucherschutz und die Regulierung sozialer Netzwerke und digitaler Dienste erreicht werden.

Digitale Souveränität in der Medienpädagogik

Die medienpädagogische Diskussion zum Begriff der „digitalen Souveränität“ ist komplex und umfangreich (vgl. Müller/Kammerl 2022; Thimm 2023; die

Beiträge im Themenheft merz-Wissenschaft 6/2022). An dieser Stelle sollen daher nur einige kennzeichnende Elemente dieses Diskurses hervorgehoben werden. Durchgängig wird digitale Souveränität als Bildungsaufgabe betrachtet, insbesondere was die Vermittlung von Medienkompetenzen und informatischen Kompetenzen angeht. In vielen Beiträgen wird aber betont, dass Bildung allein nicht ausreicht: Digitale Souveränität müsse vielmehr als „*Brückenkonzept* zwischen individueller Verantwortungszuschreibung, digitalen Kompetenzen sowie gesellschaftlichen Rahmenbedingungen“ (Gapski 2020) verstanden werden. Das „digital-souveräne Subjekt“ sei als *relationales* Subjekt zu betrachten, das über eine beschränkte Handlungsmacht und Entscheidungsfähigkeit in digitalen und medialen Umgebungen verfügt. Technologische Bedingungen könnten digitale Souveränität ermöglichen oder verhindern, indem sie beispielsweise die anonyme Nutzung digitaler Dienste erlauben oder alle Benutzer*innendaten umfassend „tracken“ und auswerten. Die Technik determiniere das Handeln der Nutzer*innen aber nicht, sondern sie habe einen Angebots- und Aufforderungscharakter, sie biete „Affordanzen“. Einige Autoren weisen darauf hin, dass die Förderung der digitalen Souveränität auch eine politische Dimension hat, da sie die Adressat*innen zu politischer Mitbestimmung und zur Teilnahme an der demokratischen Öffentlichkeit befähigt (vgl. Reißmann/Bettinger 2022).

Kompetenzbereiche für digitale Souveränität

Unter medienpädagogischen Gesichtspunkten bezieht sich „digitale Souveränität“ insbesondere auf die folgenden Kompetenzbereiche:

- **Datensouveränität:** Hier geht es darum, die Erfassung und Verwertung von personenbezogenen Daten zu begrenzen und zu steuern und die Privatsphäre zu schützen.
- **Digitale Selbstverteidigung und Selbstschutz:** Dieser Bereich umfasst Kompetenzen zum Schutz vor Belästigungen, Übergriffen und digitaler Gewalt in digitalen Netzwerken.
- **Umgang mit Empfehlungssystemen, Entscheidungssystemen und Algorithmen:** Eine möglichst weitgehende Selbstbestimmung in digitalen Umgebungen ist nur möglich, wenn man die Funktionsweise von Algorithmen und insbesondere von Empfehlungssystemen, aber auch Entscheidungssystemen kennt und kompetent nutzen kann.
- **„Informationssouveränität“ und Teilnahme an der Öffentlichkeit:** Zu diesem Kompetenzbereich gehören Kompetenzen zur aktiven und rezeptiven Teilnahme an digitalisierten (hybriden) Öffentlichkeiten, was insbesondere für die Verbindung von Medienbildung und Demokratiebildung relevant ist.

- (Politische) Partizipation: Dieser Kompetenzbereich bezieht sich auf die Nutzung von Medien zur politischen Beteiligung. Digitale Souveränität wird hier als „Bürgersouveränität“ verstanden.
- Kreative und rezeptive Medienkompetenzen: Digitale Souveränität schließt den souveränen Gebrauch medialer Gestaltungs- und Ausdrucksmittel ein.
- Digitale Verbrauchersouveränität: Diesem Kompetenzbereich sind Fähigkeiten und Fertigkeiten zugeordnet, um digitale Produkte und Technologien im Hinblick auf Datenschutz und Datensicherheit bewerten und sich als Verbraucher in Online-Märkten sicher bewegen zu können.

Aus Raumgründen können hier nur „Kompetenzbereiche“ benannt werden, denen einzelne Kompetenzen zuzuordnen sind. Dabei müssen auch Kompetenzen der informatischen Bildung berücksichtigt werden.

Rahmenbedingungen für digitale Souveränität

Digitale Souveränität meint allerdings nicht nur ein pädagogisches Konzept, sondern sie fordert auch die Schaffung der entsprechenden technischen, rechtlichen, wirtschaftlichen und organisatorischen Voraussetzungen. Drei Bereiche stehen dabei im Vordergrund.

- *Technologie*: Hier geht es um Verschlüsselungstechnologien, das Konzept „Privacy by Design“, freie und Open-Source-Produkte, sichere Authentifizierungstechnologien und Verfahren des Identitätsmanagements. Digitale Souveränität muss bei der Entwicklung digitaler Lösungen schon im Vorhinein berücksichtigt werden, zum Beispiel hinsichtlich Datenschutz oder ethischer Prinzipien.
- *Organisation und Struktur digitaler Plattformen, Produkte und Dienste*: Dies betrifft z.B. die Transparenz von Benutzerschnittstellen und Algorithmen, die Gestaltung von Cloud-Angeboten und die Unterstützung der Souveränität der Verbraucher*innen beim Einkaufen im Internet und bei der Inanspruchnahme von Dienstleistungen über das Internet.
- *Soziale, rechtliche und politische Bedingungen*: Bildungsbenachteiligung, soziale Diskriminierung, digitale Spaltung und digitale Gewalt schränken digitale Souveränität ein. Staat und Zivilgesellschaft haben die Aufgabe, diesen Faktoren entgegenzuwirken. Darüber hinaus sind die rechtlichen Voraussetzungen für die Ausübung digitaler Souveränität kontinuierlich zu prüfen und fortzuentwickeln (Datenschutz, Persönlichkeitsrecht, Verbraucherschutz, Grundrechte).

Digitale Souveränität als Gestaltungsaufgabe

Digitale Souveränität ist also nicht nur ein pädagogisches Konzept, sondern auch eine politische Gestaltungsaufgabe. Damit sind Aufgaben bezeichnet, die außerhalb des Bereichs „pädagogischen Handelns“ im engeren Sinne liegen. Digitale Souveränität als Bildungsziel braucht Strukturen und technologische Systeme, die sie ermöglichen und fördern. Pädagogische Angebote zur Förderung digitaler Souveränität und die Schaffung geeigneter Rahmenbedingungen für digitale Souveränität müssen zusammen gedacht (und umgesetzt) werden.

Zusammenfassung

Ausgangspunkt des Beitrags ist die Analyse einer digitalen Handlung im sozialen Netzwerk TikTok (Einstellen eines Musikvideos). Diese Handlung hat eine digitale und eine mediale Dimension („medio-digitales Handeln“). Sie erzeugt zum einen eine „passive Sichtbarkeit“ der Nutzenden als „Datenobjekte“, zum anderen eine „aktiv-artikulatorische“ Sichtbarkeit durch die Gestaltung und Veröffentlichung eigener Medienbeiträge. Beide Formen der Sichtbarkeit sollten möglichst selbstbestimmt sein: Zum einen als Kontrolle über die Daten, die über Nutzer*innen erhoben und abgeleitet werden, zum anderen als souveräne Gestaltung der eigenen Sichtbarkeit in sozialen Netzwerken. Einschränkungen durch digitale Spaltung und unterschiedliche Formen der Diskriminierung sollen so vermieden werden.

Sichtbarkeit schafft Öffentlichkeit, wird aber auch durch diese beeinflusst. Der zweite Teil der Arbeit beschäftigt sich daher mit dem Konzept der Öffentlichkeit. Als „weitgespanntes Netz an Sensoren“ und Ort „informeller Meinungsbildung“ hat sie nach Jürgen Habermas die Aufgabe, „kommunikativ erzeugte Macht“ in „administrativ verwertbare Macht“ (Habermas 2005: 288) zu transformieren. Dadurch wird sie zu einem zentralen Element der von ihm vertretenen Theorie der „deliberativen Demokratie“. Allerdings verändert der Prozess der Digitalisierung die Strukturen der Öffentlichkeit grundlegend (vgl. das „Longtail“-Modell der plattformisierten Öffentlichkeit von Eisenegger 2021). Auch wenn soziale Netzwerke gewisse „dysfunktionale“ Eigenschaften aufweisen (hier als „Netzwerk-Pathologien“ und „algorithmische Verzerrungen“ bezeichnet), sind sie doch ein Teil der (demokratischen) Öffentlichkeit. Personen, die sich in sozialen Netzwerken bewegen, erwerben dadurch grundlegende Kompetenzen für die Teilhabe und die Teilnahme an demokratischer Öffentlichkeit, an die medienpädagogische Bemühungen anschließen können.

Der dritte Teil des Textes untersucht, wie das Ziel einer „selbstbestimmten Sichtbarkeit“ in der (demokratischen) Öffentlichkeit erreicht werden kann. Da-

für ist digitale Souveränität erforderlich. Im Kern geht es dabei um die selbstbestimmte Nutzung digitaler Technologien auf den Ebenen Staat und Recht, Wirtschaft und Individuum. Unter einem medienpädagogisch akzentuierten Begriff der digitalen Souveränität wird eine Gestaltungsaufgabe verstanden, die sowohl die Förderung von Medienkompetenzen und informatikbezogenen Kompetenzen als auch die Schaffung der notwendigen Rahmenbedingungen im technischen, ökonomischen und politischen Bereich erfordert.

Digitale Souveränität, so ließe sich zusammenfassen, ist ein Weg zu selbstbestimmter Sichtbarkeit und zur Teilhabe und Teilnahme an der demokratischen Öffentlichkeit. Darin wird eine grundlegende politische Dimension medienpädagogischen Handelns deutlich.

Literatur

- Bonfadelli, Heinz/Meier, Werner A. (2021): Dominante Strukturen und Akteure der Digitalisierung: von „Digital Divide“ auf Mikro-Ebene zu „Digital Inequality“ auf Makro-Ebene. In: Eisenegger, M./Prinzing, M./Ettinger, P./Blum, R. (Hrsg.): Digitaler Strukturwandel der Öffentlichkeit: Historische Verortung, Modelle und Konsequenzen. Wiesbaden: Springer Fachmedien, 421-445.
- Dander, Valentin (2023): Politische Medienbildung und Netzpolitik: Eine Re-Aktualisierung des „Diskurses der Informationsgesellschaft“. Ludwigsburger Beiträge zur Medienpädagogik, 23, 1-11. DOI: <https://doi.org/10.21240/lbzm/23/06> [Stand: 10.06.2024].
- Eisenegger, Mark (2021): Dritter, digitaler Strukturwandel der Öffentlichkeit als Folge der Plattformisierung. In: Eisenegger, M./Prinzing, M./Ettinger, P./Blum, R. (Hrsg.): Digitaler Strukturwandel der Öffentlichkeit: Historische Verortung, Modelle und Konsequenzen. Wiesbaden: Springer Fachmedien, 17-39.
- Gapski, Harald (2020): Diskussionsfelder der Medienpädagogik: Datafizierte Lebenswelten und Datenschutz. In: Sander, U./von Gross, F./Hugger, K.-U. (Hrsg.): Handbuch Medienpädagogik. Wiesbaden: Springer Fachmedien, 693-702.
- Gerhards, Jürgen/Neidhardt, Friedhelm (1990): Strukturen und Funktionen moderner Öffentlichkeit: Fragestellungen und Ansätze. Berlin: Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung.
- Habermas, Jürgen (2005): Die Einbeziehung des Anderen: Studien zur politischen Theorie. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Habermas, Jürgen (2019): Faktizität und Geltung: Beiträge zur Diskurstheorie des Rechts und des demokratischen Rechtsstaats. 7. Auflage. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Hickethier, Knut (2010): Einführung in die Medienwissenschaft. 2., aktualisierte und überarbeitete Auflage. Stuttgart /Weimar: Metzler.

- Hornberger, Barbara (2017): Kultur-Musik-Pädagogik. Kulturwissenschaftliche Fragen und Perspektiven. In: Cvetko, A. J./Rolle, C. (Hrsg.): Musikpädagogik und Kulturwissenschaft. Münster/New York: Waxmann, 19-36.
- Jörissen, Benjamin (2015): Transgressive Artikulationen: Ästhetik, Medialität und Kritik aus Perspektive der Strukturalen Medienbildung. In: Hagener, M./Hediger, V. (Hrsg.): Medienkultur und Bildung. Frankfurt: Campus, 49-64.
- Jörissen, Benjamin/Marotzki, Winfried (2009): Medienbildung – eine Einführung: Theorie – Methoden – Analysen. Bad Heilbrunn: Klinkhardt.
- Martínez, Matías/Scheffel, Michael (2019): Einführung in die Erzähltheorie. 11., überarbeitete und aktualisierte Auflage. München: C.H. Beck.
- Müller, Jane/Kammerl, Rudolf (2022): „Digitale Souveränität“: Zielperspektive einer Bildung in Zeiten tiefgreifender Mediatisierung? In: Glasze, G./Odzuck, E./Staples, R. (Hrsg.): Was heißt digitale Souveränität? Diskurse, Praktiken und Voraussetzungen „individueller“ und „staatlicher Souveränität“ im digitalen Zeitalter. Bielefeld: transcript, 201-228.
- Nationale Akademie der Wissenschaften Leopoldina (2018): Privatheit in Zeiten der Digitalisierung: Kurzfassung der Stellungnahme. Halle (Saale). Abrufbar unter www.leopoldina.org/uploads/tx_leopublication/2018_Stellungnahme_BigData.pdf [Stand: 10.06.2024].
- Niesyto, Horst (2006): Bildverstehen als mehrdimensionaler Prozess. Vergleichende Auswertung von Bildinterpretationen und methodische Reflexion. In: Marotzki, W./Niesyto, H. (Hrsg.): Bildinterpretation und Bildverstehen: methodische Ansätze aus sozialwissenschaftlicher, kunst- und medienpädagogischer Perspektive. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 253-286.
- Pohle, Julia (2020): Digitale Souveränität. In: Klenk, T. (Hrsg.): Handbuch Digitalisierung in Staat und Verwaltung. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden, 241-253.
- Reißmann, Wolfgang/Bettinger, Patrick (2022): Editorial: Digitale Souveränität und relationale Subjektivität. In: merz – medien + erziehung, Jg. 66, H. 6, 3-12.
- Sauer, Birgit (2022): Nachdenken über Intersektionalität. Die Bedeutung von Klasse und Geschlecht im Kontext von anti-feministischen Kämpfen um Hegemonie. In: Fitsch, H./Greusing, I./Kerner, I./Meißner, H./Oloff, A. (Hrsg.): Der Welt eine neue Wirklichkeit geben: feministische und queertheoretische Interventionen. Bielefeld: transcript, 193-204.
- Stalder, Felix (2017): Kultur der Digitalität. 3. Auflage. Berlin: Suhrkamp.
- Thimm, Caja (2023): Digitale Souveränität und personale Autonomie: Herausforderungen für eine Digitalpädagogik. In: Mediendiskurs, Jg. 27, H. 2, 84-87.
- Zuboff, Shoshana (2018): Das Zeitalter des Überwachungskapitalismus. Frankfurt am Main/New York: Campus Verlag.

Lizenz

Der Artikel steht unter der Creative Commons Lizenz **CC BY-SA 4.0**. Der Name des Urhebers soll bei einer Weiterverwendung genannt werden. Wird das Material mit anderen Materialien zu etwas Neuem verbunden oder verschmolzen, sodass das ursprüngliche Material nicht mehr als solches erkennbar ist und die unterschiedlichen Materialien nicht mehr voneinander zu trennen sind, muss die bearbeitete Fassung bzw. das neue Werk unter derselben Lizenz wie das Original stehen. Details zur Lizenz: <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/legalcode>.

Einzelbeiträge werden unter www.gmk-net.de/publikationen/artikel veröffentlicht.