CIVES! School of Civic Education

Praxistest #11

Unterrichtsentwurf

Algorithmen in sozialen Medien

Eine Gefahr für die politische Meinungsbildung?

Frederik Heyen und Claudia Forkarth

cives-school.de

FAKULTÄT FÜR GESELLSCHAFTSWISSENSCHAFTEN

UNIVERSITÄT DUISBURG ESSEN

Offen im Denken

Frederik Heyen und Claudia Forkarth

Unterrichtsentwurf

Algorithmen in sozialen Medien

Eine Gefahr für die politische Meinungsbildung?

Kurzbeschreibung

Soziale Medien haben sich zu einem etablierten Bestandteil der gesellschaftlichen Informationskultur entwickelt. Ein Drittel der 12- bis 19-Jährigen nutzt mittlerweile die App Instagram zur Information über das aktuelle Tagesgeschehen (mit Anstieg im Altersverlauf) (mpfs, 2022, S. 42f.). Es stellt sich die Frage, ob diese social media-Nutzung die politische Meinungsbildung beeinflusst und ob Werbung und Desinformation von allen Jugendlichen erkannt werden.

Mit ***CIVES-Praxistest#11*** setzen Frederik Heyen und Claudia Forkarth genau an dieser Stelle an: Anhand eines schülernahen und spannenden Themas werden durch die konzipierte Unterrichtseinheit sowohl politisches Fachwissen, Urteilsfähigkeit als auch Medienkompetenz der Schüler*innen in der Sekundarstufe I (Jgst. 7-9) gefördert.

Das umfangreiche Material ist curricular breit verankert (KLP und MKR) und enthält Stundenverlaufspläne, Arbeitsblätter sowie umfangreiche Differenzierungsmaßnahmen (z.B. durch im Anforderungsniveau gestufte Arbeitsblätter sowie *scaffolds*), die den Einsatz in (sprach-) heterogenen Lerngruppen unterstützen.

Urheberrechtshinweis: Die in diesem *CIVES-Praxistest* enthaltenen Arbeitsblätter und Folienvorlagen (PDF-Seiten 22-79) sind lizenziert unter einer Creative Commons (Namensnennung-Weitergabe unter gleichen Bedingungen 4.0 International. Lizenz: CC BY-SA 4.0. Die Namen der Autorinnen/Rechteinhaberinnen sollen wie folgt genannt werden: *Heyen/Forkarth für cives-school.de*. Urheberrechtliche Angaben zu Grafiken finden sich direkt bei den Abbildungen sowie im Verzeichnis.

*Über die Autor*innen*

Frederik Heyen, M.Ed., ist wissenschaftlicher Mitarbeiter am Lehrstuhl Didaktik der Sozialwissenschaften und im BMBF-Projekt Professionalisierung für Vielfalt (ProViel II). Seine Lehr– und Forschungsschwerpunkte liegen u.a. bei digitalisierungsbezogenen Kompetenzen in der politischen Bildung und der Entwicklung und Evaluation digitaler Lehr-Lern-Angebote.

Dr. Claudia Forkarth ist Akademische Rätin am Lehrstuhl Didaktik der Sozialwissenschaften und dort verantwortlich für Wirtschaft-Politik mit der Lehramtsoption Sonderpädagogische Förderung. Zu ihren Lehr– und Forschungsschwerpunkten zählt u.a. die fachintegrierte Sprachbildung im Politikunterricht.

frederik.heyen@uni-due.de
claudia.forkarth@uni-due.de

Inhaltsverzeichnis

1 Einleitung 4

2 Algorithmen in sozialen Medien 4

2.1 Soziale Medien — Die Generierung von Aufmerksamkeit 5

2.2 Algorithmen — Welche Effekte haben sie in sozialen Medien? 6

3 Ziele und Voraussetzungen der Unterrichtseinheit 9

3.1 Ziele der Unterrichtseinheit 9

3.2 Voraussetzungen 11

4 Differenzierungsmöglichkeiten 12

5 Unterrichtsmaterial 14

Abbildungsverzeichnis 80

Literaturverzeichnis 81

Impressum 85

1 Einleitung

Freitag, der 04.03.2022, knapp eine Woche nach Beginn des russischen Überfalls auf die Ukraine. Russische Behörden haben den Zugang der Bevölkerung zu den Netzwerkseiten von Facebook/Meta, Twitter und zahlreichen weiteren sozialen Medien mit der Begründung der Benachteiligung russischer Medien sperren lassen (ZDF heute, 2022b). Mit einem Schlag wurde der russischen Bevölkerung der Zugang zu unabhängiger Berichterstattung und individuellen, ungefilterten Aufnahmen aus den umkämpften Landesteilen der Ukraine entzogen. Zeitgleich wird ein Gesetz zur Verbreitung von ‚Falschinformationen' verabschiedet, welches eine Freiheitsstrafe von bis zu 15 Jahren vorsieht. Die Entscheidung, was unter diesem Gesetz als ‚Falschinformation' zu verstehen ist, trifft die russische Regierung (Tagesschau 20 Uhr, 2022). Die Invasion der Ukraine durch russisches Militär als solche statt als militärische ‚Sonderoperation' zu bezeichnen, gilt als Falschinformation und steht unter Strafe (ZDF heute, 2022a).

Dieses junge Beispiel hat einmal mehr und in erschreckendem Tempo deutlich gemacht, dass soziale Medien nicht nur eine Plattform für Katzen- oder Kochvideos, sondern elementarer Bestandteil gesellschaftlicher Informationskultur, von Meinungsfreiheit und -austausch, sind. Die JIM-Studie 2021 des Medienpädagogischen Forschungsverbunds Südwest (mpfs) veranschaulicht darüber hinaus deutlich, welchen Stellenwert soziale Medien im Leben von Jugendlichen einnehmen. Im Vergleich zum Vorjahr sind WhatsApp, Instagram und YouTube weiterhin die Spitzenreiter, Anwendungen wie TikTok werden immer relevanter (mpfs, 2021, S. 34, 38). Diese Anwendungen werden allerdings nicht ausschließlich zur Unterhaltung verwendet, sondern dienen eben immer mehr der Informationssuche, wohl nicht zuletzt deshalb, weil auch immer mehr bekannte Akteure aus Zeitung, Fernsehen und Radio ihr Angebot in soziale Medien ausweiten, um dem drohenden Hoheitsverlust über die Informationsselektion und -aufbereitung entgegenzuwirken (Bro & Wallberg, 2014; Welbers & Opgenhaffen, 2018). Journalistische Qualitätsstandards weichen algorithmenbasierten Empfehlungssystemen, die Nutzer*innen vorschlagen, welche Kontakte sie knüpfen, welche Videos sie konsumieren oder ‚was sie auch interessieren' könnte. Wie häufig ein Inhalt kommentiert, geliked oder geteilt wird – das sog. *Engagement* –, entscheidet über Sichtbarkeit eines Beitrags und die wahrgenommene Relevanz (DeVito, 2017). Diese von Napoli (2014) treffend als *algorithmic media production* bezeichnete Entwicklung schürt Zweifel und Ängste am demokratischen Potenzial sozialer Medien. Sorgt diese zunehmende algorithmengesteuerte Personalisierung von Inhalten nicht dafür, dass Menschen immer weniger mit konfligierenden Narrativen in Kontakt kommen? Sehen wir dann nicht nur noch das, was uns ohnehin interessiert? Stellen die Algorithmen in sozialen Medien also eine Gefahr für die politische Meinungsbildung dar, die doch den Umgang mit Multiperspektivität und Kontroversität voraussetzt?

2 Algorithmen in sozialen Medien

Die vorliegende Unterrichtseinheit lässt Schüler*innen in drei Unterrichtsstunden einen Erkenntnisprozess durchlaufen, an dessen Ende sie folgende drei Fragen beantworten können: „Was sind soziale Medien?", „Was sind Algorithmen im Kontext sozialer Medien?" und „Welche Auswirkungen kön-

nen Algorithmen in sozialen Medien auf die politische Meinungsbildung haben?“. Zur inhaltlichen Vorbereitung der Lehrkraft bietet es sich daher an, selbst Antworten auf diese drei Fragen bzw. inhaltlichen Elemente zu finden und sich einen Überblick über den Stand der Medien- und Kognitionsforschung zu verschaffen, um einen wissenschaftspropädeutischen Unterricht zu ermöglichen. Die folgenden Unterkapitel bieten eine kurze Einführung in die für diese Unterrichtseinheit relevanten Aspekte des Themas.[1]

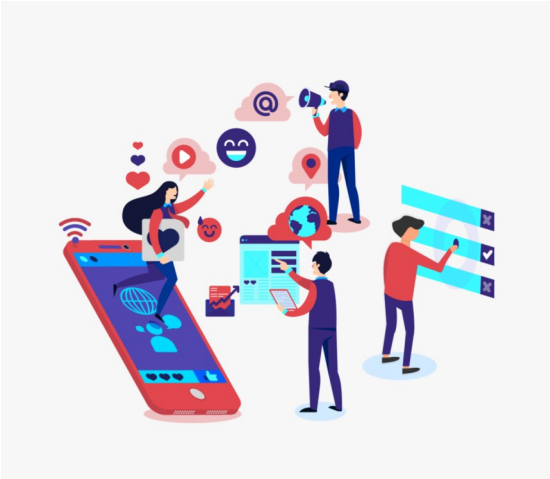


Abb. 1: Symbolbild für die Nutzung sozialer Medien

2.1 Soziale Medien - Die Generierung von Aufmerksamkeit

Soziale Medien wie Facebook, Twitter, Instagram, YouTube oder das gegenwärtig im Trend liegende TikTok sind durch ihre Funktion als „Informationsmediäre“ (Stark et al., 2020, S. 2) gekennzeichnet. In der Regel produzieren sie keine eigenen Inhalte, sondern bieten Inhalte von Nutzer*innen an, verbreiten diese und verschaffen ihnen Sichtbarkeit. Dabei treffen in sozialen Medien einfache Nutzer*innen (*User*innen*), also diejenigen, die zwar YouTube-Videos oder Instagram-Postings rezipieren aber selbst keine oder wenige, meistens mit wenig Aufwand verbundene Videos und Inhalte produzieren, auf professionelle Nutzer*innen, sogenannte *Content Creator*, deren Inhalte sich häufig qualitativ von der Masse abheben und die eine große Reichweite erzielen. Das Geschäftsmodell der Betreiber*innen von sozialen Medien als auch von *Content Creatorn* basiert auf Werbeeinnahmen, welche durch das Schalten von Werbung (Ads) auf Webseiten, in Videos oder durch Sponsoring-Deals generiert werden. Das „leitende[] Prinzip der Social Media Logik ist [daher] die *Generierung von Aufmerksamkeit*“ [Stark et al., 2020, S. 2, H.i.O.]. Inhalte, die eine hohe Aufmerksamkeit generieren, weil sie etwa auffallend hochwertig produziert oder besonders kontrovers und polarisierend sind, werden sichtbarer, indem sie Nutzer*innen empfohlen und von diesen vermehrt geteilt werden und infolgedessen häufiger mit ihnen interagiert wird. Aus dieser Logik leitet sich ab, dass es für Nutzer*innen mit einer besonders großen Reichweite um ein Vielfaches einfacher ist, ihre Inhalte und gegebenenfalls auch ihre politischen Messages zu verbreiten, als für Nutzer*innen mit nur geringer Reichweite – ein sich selbst verstärkender Effekt. Soziale Medien bieten zwar durch die Vielfalt an Nutzer*inneninhalten das Potenzial, mit verschiedensten Meinungen und (politischen) Positionen zu unterschiedlichsten Sachverhalten konfrontiert zu werden und in einen diskursiven, die eigene politische Meinungsbildung bereichernden, Austausch zu gelangen. Die Priorisierung besonders aufmerksamkeitsgenerierender Inhalte führt allerdings zu einer Verengung der von Nutzer*innen überhaupt wahrnehmbaren Meinungsvielfalt. Der politische Diskurs in sozialen Medien wird folglich vor allem von reichweitenstarken *Content Creator*innen* geprägt, während normale Nutzer*innen

[1]Einen ausführlicheren Einblick in das Thema und einen Überblick über die Vielzahl an offenen Fragen der politikdidaktischen Forschung zum Themenfeld Soziale Medien finden Sie bei Heyen und Manzel (2023).

ihren politischen Willen am ehesten durch Kommentare oder Likes zum Ausdruck bringen können. Deren Sichtbarkeit ist allerdings selbst der Logik der Aufmerksamkeitsgenerierung unterworfen. So werden z.B. Nutzer*innenkommentare unter YouTube-Videos standardmäßig nach der Anzahl der Zustimmungen/Likes top-down sortiert und für das Video selbst wird nur noch die Anzahl der Likes angezeigt – der Dislike-Zähler wurde 2021 entfernt. Funktionen wie das Blockieren von Inhalten sowie das Entfernen von Andersdenkenden aus dem eigenen Wahrnehmungsraum ermöglichen zusätzlich Meinungsverschiedenheiten selektiv zu vermeiden („Unfriending", siehe Neubaum et al., 2021) und sich von konfligierenden Narrativen abzuschotten (van Eerten et al., 2017). Die Hoffnung, soziale Medien könnten ein Raum deliberativer Demokratie, ein Ort des öffentlichen Diskurses und Abwägens, sein, in dem vor allem das stärkste Argument zählt, wird enttäuscht, wenn das potenziell stärkere Argument des Gegenübers mit einem Klick entfernt werden kann und wenn die Anzahl an Likes zum Indikator gesellschaftlicher Relevanz von Inhalten wird.

2.2 Algorithmen - Welche Effekte haben sie in sozialen Medien?

Welche Rolle spielen nun Algorithmen in diesem Gefüge aus Aufmerksamkeitsgenerierung, Polarisierung und wahrnehmbarer Meinungsvielfalt? Algorithmen in sozialen Medien ‚steuern', welche Inhalte Nutzer*innen sehen oder ihnen vorgeschlagen werden. Aus einer allgemeinen Perspektive handelt es sich bei Algorithmen um „encoded procedures for transforming input data into a desired output, based on specified calculations" (Gillespie, 2013, S. 1). Übertragen auf soziale Medien stellen die Eingabedaten die Interaktionen der Nutzer*innen mit den bereitgestellten Inhalten dar (also z.B. das Kommentieren einer Instagram-Story, das Liken eines YouTube-Videos). Der gewünschte Output der Plattformbetreiber*innen ist – der zuvor nachgezeichneten Logik folgend – die Maximierung von Werbeeinnahmen durch die Verbreitung und Sichtbarmachung von Inhalten, das Generieren von Aufmerksamkeit (siehe hierzu Lee et al., 2014; Voorveld et al., 2018). Dies könnte dadurch erreicht werden, dass Nutzer*innen nach dem Interagieren mit einem Social Media-Inhalt nun weitere, ähnliche Inhalte empfohlen bekommen. Nach welcher Logik und Gewichtung diese Systeme allerdings Empfehlungen vornehmen, was also die *specified calculations* der Algorithmen sind, ist nicht nur je nach Plattform höchst individuell und flexibel, sondern ist – außer für die Plattformbetreiber*innen – auch nicht nachvollziehbar und stellt die ohnehin noch sehr junge Forschung vor große Herausforderungen.[2] Algorithmen werden in sozialen Medien auch nicht mehr ausschließlich für die Empfehlung, sondern auch für die Moderation von Inhalten eingesetzt. Durch einen zunehmenden staatlichen Druck auf die Betreiber*innen von Social Media-Plattformen entwickeln diese langsam auch algorithmische Moderationssysteme, welche zur Bekämpfung von *Hate Speech* und *Fake News* eingesetzt werden (Gorwa et al., 2020).

Empfehlungssysteme, die basierend auf dem Interaktionsverhalten der Nutzer*innen die Relevanz von Inhalten klassifizieren, führen zu einer strukturierteren Rezeptionserfah-

[2] Ein Beispiel ist die Untersuchung von Krafft et al. (2019). Die Forscher*innen untersuchten den Personalisierungsgrad von Google-Suchergebnissen und entwickelten selbst ein aufwändiges Verfahren zur Messung des Personalisierungsgrades. Sie rekonstruierten hierfür die Regeln, nach denen Google den Nutzer*innen Suchergebnisse anzeigt, da diese nicht zugänglich sind und sich stetig verändern.

rung, verkleinern aber gleichzeitig die wahrgenommene Inhaltsvielfalt. Die in diesem Zusammenhang bekanntesten und häufig diskutierten Phänomene sind die der *Echokammern* und der *Filterblasen*. Der Begriff der Filterblase wurde in diesem Kontext erstmals von ELI PARISER 2011 bezogen auf Suchmaschinen verwendet und hat sich seitdem im gesellschaftlichen Diskurs über Medien und Digitalisierung trotz geringer empirischer Basis verselbstständigt und wird u.a. zur Erklärung des Brexits (Bell, 2016), der Wahl Donald Trumps (El-Bermawy, 2016) u.ä. politisch aufgeladenen Ereignissen herangezogen. PARISERS Annahme lautete, dass durch die algorithmische Personalisierung von Suchergebnissen in Google oder ähnlichen Suchdiensten jeder Mensch in seiner eigenen Filterblase existieren würde, da auf diese Weise jeder Mensch einen unterschiedlichen Zugang zu wiederum unterschiedlichen Informationen angeboten bekäme (Pariser, 2011). Problematisch an beiden Konzepten ist, dass diese nicht klar definiert worden sind und dadurch häufig in Forschungsarbeiten ähnlich verwendet werden, obwohl eine begriffliche Trennung allein unter forschungsmethodischen Gesichtspunkten sinnvoll erscheint. Eine Minimaldefinition, welche die Unterschiede zwischen beiden Effekten deutlich macht, findet sich bei BRUNS (2019, S. 4): Von einer **Echokammer** ist dann zu sprechen, wenn eine Gruppe von Nutzer*innen sich vorzugsweise mit anderen Nutzer*innen dieser Gruppe **verbindet** (*connectet*) und dabei Nutzer*innen außerhalb dieser Gruppe ausschließt (Abbildung 2). Dies wäre zum Beispiel der Fall, wenn Nutzer*innen mit einem Merkmal x (z.B. die politische Einstellung) ausschließlich anderen Nutzer*innen auf Twitter folgen, die ebenfalls über Merkmal x verfügen. Eine **Filterblase** beschreibt wiederum das Phänomen, dass Nutzer*innen einer Gruppe

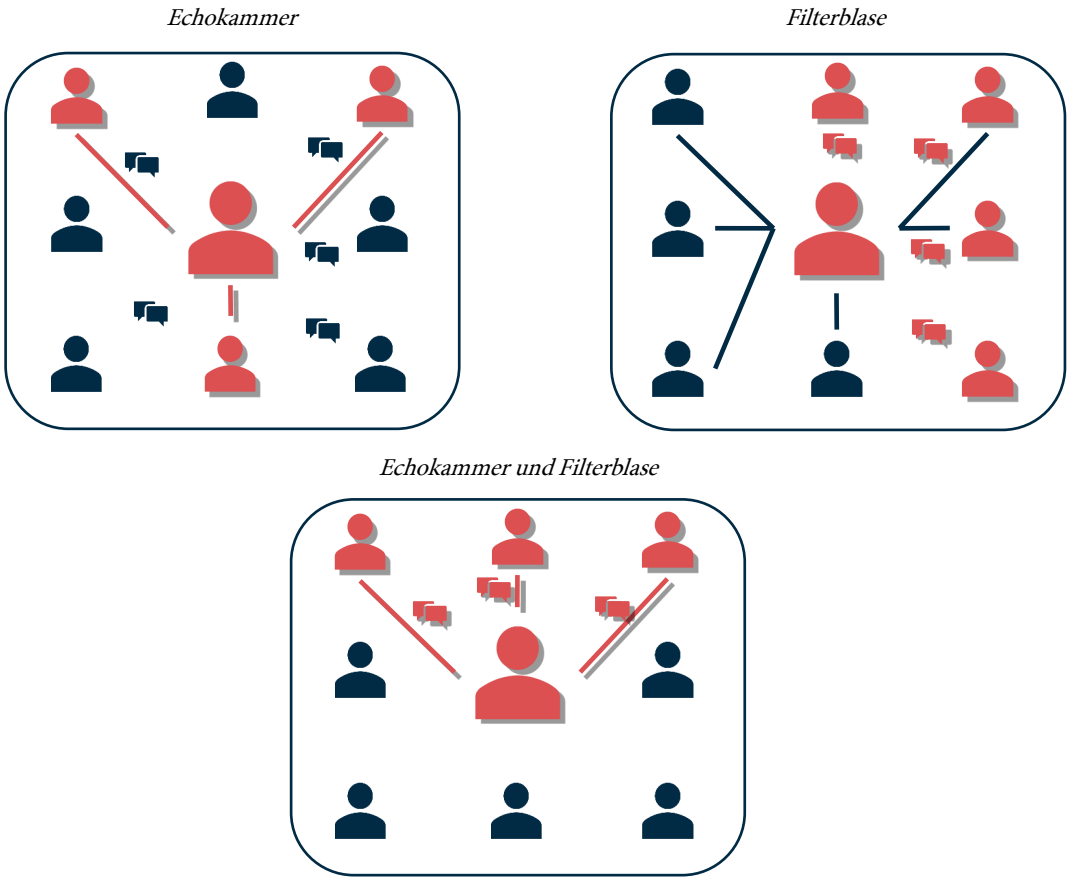


Abb. 2: Selbsterstellte Grafiken auf Basis der Definitionen von Bruns, 2019, S. 4

vorzugsweise mit anderen Mitgliedern derselben Gruppe **kommunizieren** und dabei mit Nutzer*innen außerhalb dieser Gruppe nicht kommunizieren (Abbildung 2). Der Unterschied liegt im Detail, ist allerdings nicht unwesentlich. So ist denkbar, dass Nutzer*innen mit einer spezifischen politischen Einstellung nur Personen auf Twitter o.ä. folgen, die eine ähnliche politische Einstellung vertreten (sie befinden sich nach obiger Definition also in einer Echokammer), aber gleichzeitig mit Nutzer*innen anderer politischer Einstellungen interagieren und am politischen Diskurs teilnehmen (z.B. in Kommentarsektionen). BRUNS (2019, S. 4) weist darauf hin, dass die erwartbaren Effekte besonders stark ausfallen würden, wenn sich beide Effekte überlappen. Dies wäre dann der Fall, wenn Nutzer*innen einer Gruppe sich ausschließlich mit Menschen dieser Gruppe verbinden und auch nur mit Mitgliedern dieser Gruppe kommunizieren (Abbildung 3). Eine solche Abschottung von konfligierenden Narrativen (van Eerten et al., 2017) kann vor dem Hintergrund politischer Meinungsbildung problematisch sein.

Ein weiteres in Bezug auf die politische Meinungsbildung und die wahrnehmbare Meinungsvielfalt relevantes Phänomen ist das der *Schweigespirale*. Der von NOELLE-NEUMANN (1974) eingeführte Begriff beschreibt die Annahme, dass Vertreter*innen einer wahrgenommenen Mehrheitsmeinung diese lauter bzw. sichtbarer vertreten, während Vertreter*innen der vermeintlichen Minderheitsmeinung immer stärker in Schweigen verfallen, unabhängig der tatsächlichen Größe der Meinungslager. Ob Echokammer- und Filterblasen-Effekte überhaupt wirklich existieren bzw. ob sich diese empirisch nachweisen lassen, ist nicht nur aufgrund der selten vorgenommenen Begriffsbestimmung, sondern auch aufgrund der sich ständig verändernden Untersuchungsbedingungen und des fehlenden Wissens über die Funktionsweisen der jeweiligen Algorithmen umstritten. Empirische (Meta-) Studien wie ZUIDERVEEN BORGESIUS ET AL. (2016), HAIM ET AL. (2018) und STARK ET AL. (2021) kommen zu dem Ergebnis, dass es gegenwärtig **keine empirische Basis** für die Existenz von algorithmisch erzeugten Filterblasen gibt. Stattdessen handle es sich eher um homogenisierte Teilnetzwerke kleiner Minderheiten, wobei sich die bisherigen Erkenntnisse auch von Plattform zu Plattform deutlich unterscheiden. So berichtet etwa CARGNINO (2020) für Facebook keinen Zusammenhang zwischen populistischen Einstellungen oder Verschwörungsüberzeugungen und der Homogenität der Nutzer*innennetzwerke, während RÖCHERT ET AL. (2020) für YouTube jeweils ein hohes Maß an Homogenität unter den Videoempfehlungen nach dem Konsumieren von rechtspopulistischen und politisch neutralen Videos messen. VALERIANI UND VACCARI (2016) berichten allerdings, dass besonders die unbeabsichtigte Konfrontation mit politischen Inhalten (*accidental exposure*) dazu führe, dass sich der Abstand zwischen politisch interessierten und politisch desinteressierten Nutzer*innen bezüglich der Bereitschaft zur politischen Partizipation in sozialen Medien verringere. Algorithmenbasierte Empfehlungssysteme sorgen in diesem Zusammenhang also dafür, dass politisch desinteressierte Nutzer*innen zum Beispiel durch ihre Kontakte auf Twitter o.ä. Plattformen mit politischen Inhalten in ihren Newsfeeds konfrontiert werden und infolgedessen eher bereit sind, auf der Plattform politisch aktiv zu werden (z.B. indem sie sich an einer Diskussion unter dem politischen Inhalt beteiligen). Die Nutzung sozialer Medien scheint also eher dazu beitragen zu können, dass Nutzer*innen häufiger mit verschiedenen

Inhalten und damit auch politischen Positionen konfrontiert werden (Beam et al., 2018; Dubois und Blank 2018). Ob Algorithmen in sozialen Medien eine Gefahr für die politische Meinungsbildung darstellen, lässt sich vor dem Hintergrund der uneindeutigen und vor vielen methodischen Herausforderungen stehenden empirischen Forschung nicht abschließend beantworten. Festzuhalten ist allerdings, dass die den sozialen Medien inhärente Logik der Aufmerksamkeitsgenerierung zur Steigerung der Werbeeinnahmen und die Anwendung von algorithmenbasierten Empfehlungssystemen das Risiko bergen, Meinungsvielfalt zu unterwandern und politische Diskurse in einen polarisierenden Kampf um Likes und Shares zu verfremden, um in einem System erfolgreich zu sein, dessen Regeln und Logiken Nutzer*innen nicht verstehen. Mediale Schreckgespenster wie das der Filterblase sind vor dem Hintergrund fehlender und teils widersprechender empirischer Erkenntnisse kritisch zu betrachten und lenken von den eigentlichen Ursachen aktueller gesellschaftlicher Spaltungstendenzen und jüngsten politischen Umbrüchen ab.

3 Ziele und Voraussetzungen der Unterrichtseinheit

3.1 Ziele der Unterrichtseinheit

Die konzipierte Unterrichtseinheit lässt sich allgemein sowohl in den Kernlehrplänen (KLP) der Sekundarstufe I des Gymnasiums als auch der Real- und Gesamtschule in NRW sowie dem Medienkompetenzrahmen NRW verorten. Spezifischer wird das Inhaltsfeld „Sicherung und Weiterentwicklung der Demokratie“ bearbeitet, das in mehreren Kernlehrplänen enthalten ist (Inhaltsfeld 2 im KLP Wirtschaft-Politik des Gymnasiums, Inhaltsfeld 1 im KLP Politik der Realschule, Inhaltsfeld 2 im fachspezifischen Wirtschaft-Politik Lehrplan der Gesamtschule für das Fach Gesellschaftslehre). Explizit wird hierbei der letzte inhaltliche Schwerpunkt des Inhaltsfelds „Sicherung und Weiterentwicklung der Demokratie“ bearbeitet, indem die Rolle der Medien im politischen Willensbildungsprozess (exemplarisch für die Sek. I des Gymnasiums MSB, 2019, S. 28) von den Schüler*innen am Beispiel von Algorithmen in sozialen Medien erarbeitet und abschließend beurteilt wird. Die Unterrichtseinheit orientiert sich dabei stark an den inhaltsfeldbezogenen konkretisierten Kompetenzerwartungen, indem Schüler*innen in die Lage versetzt werden sollen, am Ende der Unterrichtsreihe „die Bedeutung medialer Einflüsse auf den Willensbildungsprozess“ erläutern (*Sachkompetenz*, MSB, 2019, S. 28) und „Chancen und Risiken digitaler Medien im Hinblick auf den politischen Willensbildungsprozess“ (*Urteilskompetenz*, MSB, 2019, S. 28) beurteilen zu können.

Die Unterrichtseinheit soll zusätzlich die Medienkompetenz der Schüler*innen über Fächergrenzen hinweg nachhaltig fördern. Als Grundlage dient dazu der Medienkompetenzrahmen NRW (Stand: 25.11.2022), welcher zwischen sechs übergeordneten, aufeinander aufbauenden Kompetenzbereichen differenziert, die sich wiederum in jeweils vier Teilkompetenzen untergliedern (Medienberatung NRW, 2023). Der Kompetenzbereich 1 – *Bedienen und Anwenden* kann dabei als Basiskompetenz verstanden werden, da die Teilkompetenzen die Voraussetzung für die aktive sowie passive Mediennutzung darstellen. Es wird daher vorausgesetzt, dass die Schüler*innen bereits in der Lage sind, mit technischer Hardware (Tablets, Smartphones, Computern usw.) verantwortungsvoll umzugehen, verschiedene digitale Werkzeuge anzuwenden und Daten organisieren zu können. Die vorliegende Unterrichtseinheit fördert besonders folgen-

de Kompetenzbereiche und Teilkompetenzen des Medienkompetenzrahmens NRW (Medienberatung NRW, 2023):

- Kompetenzbereich 2 – *Informationsrecherche* und *Informationsauswertung*: Die Schüler*innen recherchieren selbstständig Informationen zum Thema Algorithmen in sozialen Medien. Sie wenden dabei Suchstrategien an, filtern themenrelevante Informationen und bereiten Informationen aus verschiedenen Medienangeboten (z.B. auch aus Pod - casts oder Videos) auf. Diesem *CIVES-Praxistest #11* liegt ein entsprechendes Unterstützungsmaterial mit Tipps für eine erfolgreiche Internetrecherche bei, welches zur Differenzierung eingesetzt werden kann (siehe S. 12).
- Kompetenzbereich 5 – *Medienanalyse, Meinungsbildung* und *Identitätsbildung* sowie Kompetenzbereich 6 – *Prinzipien der digitalen Welt, Algorithmen erkennen* und *Bedeutung von Algorithmen*: Die Ziele dieser Teilkompetenzen stellen den Kern des Unterrichtsgegenstandes und der übergeordneten Leitfrage dar. In der analytischen Auseinandersetzung mit eigenen und fremden sozialen Medien, dem Lernen über Algorithmen und ihrer Wirkweisen sowie dem Beurteilen von Auswirkungen auf die eigene Wahrnehmung und die politische Meinungsbildung soll ein selbstreflexiver Prozess der Schüler*innen angeregt werden. Durch die Fokussierung auf Algorithmen und ihre Wirkweisen in sozialen Medien werden außerdem exemplarisch generalisierbare Prinzipien und Funktionsweisen der digitalen Welt identifiziert und bewusst gemacht.

Politikdidaktisch liegt der konzipierten Unterrichtseinheit das theoretische Modell der Politikkompetenz nach DETJEN ET AL. (2012) zugrunde. Das Modell unterscheidet zwischen vier Dimensionen politischer Kompetenz: Fachwissen, politische Urteilsfähigkeit, politische Handlungsfähigkeit und politische Einstellung und Motivation. Die einzelnen Dimensionen stehen hierbei in stetiger Wechselwirkung zueinander. Dies wird am Beispiel des politischen Urteilens schnell deutlich: Damit Schüler*innen politisch urteilen können (Dimension Politische Urteilsfähigkeit), müssen sie über entsprechende Fachkonzepte verfügen (Dimension Fachwissen) und ihr Urteil auch artikulieren und argumentieren können (Kompetenzfacetten politischer Handlungsfähigkeit). Im Einzelnen fördert die Unterrichtseinheit den Kompetenzaufbau der Schüler*innen in folgenden Schwerpunkten:

- Dimension *Fachwissen*: Erarbeitung des Fachkonzepts „Massenmedien“ im Basiskonzept Entscheidung mit den konstituierenden Begriffen „Interesse“, „Internet“, „Partizipation“ und „Manipulation“.
- Dimension *Politische Handlungsfähigkeit*: Schüler*innen werden in zwei Kompetenzfacetten politischer Handlungsfähigkeit, dem Artikulieren und dem Argumentieren, gefördert.
- Dimension *Politische Urteilsfähigkeit*: Schüler*innen formulieren ein vorläufiges und ein abschließendes politisches Urteil zur Frage, ob Algorithmen in sozialen Medien eine Gefahr für die politische Meinungsbildung darstellen.
- Dimension *Politische Einstellung und Motivation*: Der Unterrichtsgegenstand setzt an der Lebenswelt der Schüler*innen an und involviert diese. Zusätzlich bearbeiten sie multiperspektivisch ein Thema, zu dem es sowohl in der Wissenschaft als auch der Politik

bisher keinen Konsens gibt. Das politische Urteil der Schüler*innen ist damit auch ein ganz individuelles, persönliches Urteil, was zusätzlich motivierend wiken kann. Darüber hinaus entwickeln die Schüler*innen eine kritisch-reflexive Haltung zur gesellschaftspolitischen Relevanz sozialer Medien und ihrem eigenen Mediennutzungsverhalten.

Das Ziel der Unterrichtsreihe ist ein individuelles politisches Urteil der Schüler*innen zur Frage, ob Algorithmen in sozialen Medien eine Gefahr für die politische Meinungsbildung darstellen. Sie sollen daher in die Lage versetzt werden, eine Bewertung des Sachverhalts vorzunehmen und Stellung zu beziehen (*Werturteil*, Detjen et al., 2012, S. 56). Die Unterrichtseinheit zielt hierbei nicht auf ein *Entscheidungsurteil* im Sinne des Politikkompetenzmodells ab, da mit der Positionierung der Schüler*innen keine direkte Handlung verbunden ist. Es ist nicht gefragt, ob die Nutzung von Algorithmen in sozialen Medien verboten werden sollte, da sowohl in Wissenschaft als auch Politik nicht klar ist, ob Algorithmen in sozialen Medien überhaupt ein echtes (politisches) Problem mit Handlungsbedarf darstellen. Kern eines qualitativ gelungenen politischen Werturteils ist die politische Rationalität (Massing, 2003). Schüler*innen müssen dementsprechend in die Lage versetzt werden, ihr Urteil begründen, erörtern und rechtfertigen zu können. Hierzu müssen sie sich über den Urteilsgegenstand bewusstwerden und ihn in seiner Vielschichtigkeit verstehen bzw. „erhellen“ (Detjen et al., 2012, S. 50). Auf den Urteilsgegenstand des Algorithmus trifft dies in besonderem Maße zu, handelt es sich doch um einen abstrakten Gegenstand, der zwar in seiner allgemeinen Funktionalität beschrieben werden kann, dessen spezifische Wirkweisen allerdings der allgemeinen Öffentlichkeit sowie der Wissenschaft weitestgehend verschlossen bleiben (siehe Kapitel 2). Dieser Erkenntnisprozess wird den Schüler*innen direkt zu Beginn der Unterrichtseinheit mittels einer Prozessgrafik transparent gemacht und zieht sich als roter Faden durch die Unterrichtsstunden und -materialien.

3.2 Voraussetzungen

Der Unterrichtsentwurf ist für die Jahrgangsstufen 7 bis 9 der Realschule, der Gesamtschule oder dem Gymnasium geeignet. Es bieten sich verschiedene Synergien für fächerübergreifenden Unterricht an. So ist eine Verbindung mit dem Unterrichtsfach Deutsch denkbar, indem Wirkweisen von Algorithmen in Online-Zeitungen und Newsfeeds analysiert werden. Verbindungen mit den Unterrichtsfächern Informatik oder Technik ermöglichen, die technische Dimension von Algorithmen stärker in den Blick zu nehmen und so die Funktionsweise dieser noch anschaulicher zu gestalten.

Inhaltliche Voraussetzungen

Die Unterrichtseinheit zielt auf das individuelle Verfassen eines politischen Werturteils ab. Hierfür ist unabdingbar, dass politische Grundwerte des Politikunterrichts (Breit, 2000) wie *Freiheit*, *Gleichheit* oder *Sicherheit*, die in dem Themenfeld besonders relevant sind, den Schüler*innen bereits bekannt sind und diese auch bereits mit dem Verfassen politischer Urteile vertraut sind. Für den Fall, dass diese Voraussetzung erfüllt ist oder es sich um eine besonders leistungsstarke Lerngruppe handelt, werden in Unterrichtseinheit 2 umfangreichere Texte und Aufgaben angeboten, die auch politische Werte aufgreifen. Insgesamt ist die Unterrichtsreihe allerdings unter Berücksichtigung der Jahrgangsstufen, für die sie entwickelt wurde,

und dem erwartbaren Vorwissen der Schüler*innen so konzipiert, dass sie auch ohne Vorkenntnisse im Bereich Werte durchgeführt werden kann. Die relevanten Werte werden in diesem Fall jedoch eher implizit bleiben und können in nachfolgenden Unterrichtsstunden schrittweise expliziert werden. Darüber hinaus sollten die Schüler*innen bereits mit der Auswertung von Karikaturen und der Durchführung handlungsorientierter Unterrichtsmethoden wie der Talkshow oder der Pro-Kontra-Debatte vertraut sein.

Der Unterrichtsentwurf umfasst drei Doppelstunden, geht von einem 90 Minuten-Zeitmodell aus und endet mit dem abschließenden Schüler*innenurteil. Denkbar ist bei gegebenen Möglichkeiten die Erweiterung um eine weitere Doppelstunde, in welcher die Schüler*innen potenzielle Lösungsansätze und politische Handlungsmöglichkeiten entwickeln und diese reflektieren.

Technische Voraussetzungen

Der Klassenraum sollte mit einem Beamer, einem Smartboard o.ä. ausgestattet sein, wobei im Zweifel auch auf Overhead-Projektoren und entsprechende Folien zurückgegriffen werden kann. Für die Unterrichtseinheiten 1 und 2 wird jeweils ein funktionierender Internetzugang vorausgesetzt. Außerdem sollten die Schüler*innen über einen Zugang zu Laptops, Tablets o.ä. Endgeräten verfügen. Hierbei müssen nicht zwingend alle Schüler*innen ein eigenes Gerät besitzen, da die Recherchetätigkeiten in Gruppenarbeit durchgeführt werden.

4 Differenzierungsmöglichkeiten

Das Material ist in unterschiedlichen Lerngruppen, Jahrgangsstufen und Schulformen einsetzbar und versucht eine sprachbewusste Vermittlung fachlichen Wissens zu realisieren. Nicht zuletzt aufgrund einer zunehmend vielfältigen Schüler*innenschaft und der an sich heterogenen Zielgruppe, sind jedoch weitere Anpassungen durch die Lehrkraft vorzunehmen. Es versteht sich demnach als ein Angebot, für das im Einzelfall pädagogische und didaktische Entscheidungen individuell zu treffen sind (Wer erhält welches Material? Muss ich einer Aufgabe ggf. noch etwas vorwegschalten? Wie viel Zeit wird für welchen Schritt konkret benötigt?). Grund dafür ist mitunter die Annahme, dass nicht nur ein defensiver Umgang z.B. mit Texten im Unterricht erfolgen soll, in dem der Text an die Leser*innen angepasst, sondern auf lange Sicht eine Anpassung der Leser*innen an die Fachtexte angestrebt werden soll (u.a. Leisen, 2012, zur fachspezifischen Nutzung von Lesestrategien s.a. Bergmann, 2020).

Nichtsdestoweniger werden Differenzierungsmaterialien ebenso wie Ideen zur Unterstützung der Lernenden angeboten, auf die je nach Lerngruppe zurückgegriffen werden kann. **Zu den ergänzenden Materialien zählen beispielweise**

- eine Prozessgrafik, welche den zu durchlaufenden Lernprozess visualisiert und als *Advanced Organizer* eingesetzt werden kann,
- entlastetes Informationsmaterial z.B. durch Fettmarkierung, vereinfachtem Satzbau, Textkürzung durch Tandembearbeitung (AB1A, AB1B)
- umfangreichere und komplexere Arbeitsmaterialien, in denen Schüler*innen politische Werte identifizieren sollen, die für das abschließende eigene Werturteil nutzbar sind (AB3A-AB6A)
- ein vorstrukturiertes Arbeitsblatt zum eigenen Urteil mit der Möglichkeit, Argumente vorab noch einmal zu sammeln

sowie die Struktur eines schriftlichen Urteils – in Anlehnung an die Checkliste (AB9) – explizit für das eigene Schreiben zu nutzen (AB8A)

- eine Checkliste zum politischen Urteil (AB9)
- eine Kopiervorlage mit verschiedenen Tipps für eine Internetrecherche (AB10).

Darüber hinaus könnten bezüglich der Expert*inneninterviews beispielsweise vorab Strategien der Bearbeitung im Unterricht thematisiert werden. Häufig wird z.B. der Konjunktiv verwendet, um Positionen anderer indirekt zu vermitteln oder eine Aussage als etwas möglicherweise Existierendes darzustellen. Die Lernenden können den Konjunktiv im Anschluss einfacher identifizieren, gleichzeitig die fachsprachliche Funktion verstehen und idealerweise auch in der eigenen Urteilsbildung nutzen.

Wichtig erscheint insgesamt, die Schüler*innen abzuholen und insbesondere das schriftliche Urteil gut vorzubereiten und anzuleiten. Hier ist es mitunter ratsam, die schriftliche Bearbeitung der Urteilsfrage während der Unterrichtszeit zu ermöglichen und nicht in eine Hausaufgabe auszulagern, um individuelle Unterstützungsangebote zu ermöglichen.

Wenn insgesamt mehr Zeit zur Verfügung steht, bietet sich außerdem die Arbeit mit dem *textsortenbasierten Lehr-Lernzyklus* an (Manzel & Forkarth, 2020; Forkarth & Manzel, 2021). Dieser stellt ein Konzept zur Unterrichtsplanung dar, um fachtypische Textsorten im Fachunterricht zu vermitteln (Gürsoy, 2018, S. 1). Das Modellieren der Textsorte sowie das Herausstellen der sozialen Funktion könnte dahingehend vertiefend behandelt werden und ist insbesondere ratsam, wenn die Textsorte *Urteil* für die Schüler*innen in dieser Form neu ist. Dann bietet es sich beispielsweise an, zunächst anhand eines Modelltextes die Besonderheiten der Textsorte zu modellieren und in einem gemeinsamen Schreibprozess – auch mit Hilfe der Checkliste (AB9) – diese zu (re-)konstruieren.

5 Übersicht Arbeitsmaterialien

Für die Durchführung der Unterrichtseinheit bieten wir auf den folgenden Seiten ausführlich ausgearbeitetes Arbeitsmaterial inkl. Stundenverlaufsplänen an.

Unser Dank gilt **Stefanie Elschner** und **Sarah-Christin Prange**, die hieran mitgewirkt haben.
Das Material wurde im Fachunterricht der Mittelstufe an einem Gymnasium im Ruhrgebiet erprobt und auf dieser Grundlage optimiert.

In den Stundenverlaufsplänen finden Sie Angaben über notwendige Materialien oder Endgeräte, die für die Bearbeitung der Aufgaben vorhanden sein sollten (z.B. OHP-Folien oder ein Beamer).

Unser Material ist als fachdidaktisch fundiertes Angebot zu verstehen – wir möchten Sie ermutigen, dieses Angebot auf die individuellen Bedürfnisse der Schüler*innen anzupassen. Zu einzelnen Materialien finden Sie daher zusätzliche Hinweise zu Möglichkeiten der Differenzierung und Entlastung.

Urheberrechtshinweis: Die in diesem *CIVES-Praxistest* enthaltenen Arbeitsblätter und Folienvorlagen (PDF-Seiten 22-79) sind lizenziert unter einer Creative Commons (Namensnennung - Weitergabe unter gleichen Bedingungen 4.0 International) Lizenz: CC BY-SA 4.0. Die Namen der Autorinnen/Rechteinhaberinnen sollen wie folgt genannt werden: *Heyen/Forkarth für cives-school.de.* Urheberrechtliche Angaben zu Grafiken finden sich direkt bei den Abbildungen sowie im Verzeichnis.

Unterrichtseinheit (UE)	Arbeitsmaterial	Differenzierungsmaterial
1. UE - Soziale Medien und Algorithmen	• Kopiervorlage – Karikatur • Kopiervorlage – Prozessgrafik • AB1 – Soziale Medien • AB2 – Internetrecherche Algorithmen	• Variation von AB1 (AB1A und AB1B) • Hinweise für Suchstrategien bei einer Internetrecherche (AB10) • Hinweise zum Zitieren
2. UE -Wie politisch sind soziale Medien?	• Kopiervorlage – Fallbeispiel Torsten • AB3-6 – Fiktive Interviews	• Variationen von AB3-6 (AB3A-AB6A)
3. UE - Pro-Kontra-Diskussion und pol. Urteil	• AB7 – Beobachtungsbogen für Pro-Kontra-Diskussion • AB8 – Politisches Urteil verfassen	• Unterstützungsmaterial für das Schreiben politischer Urteile (AB9 - Checkliste politisches Urteil) • Vorbereitende Aufgaben zum eigenen Urteil + vorstrukturiertes Schreibblatt (AB8A)

Stundenverlaufspläne[1]

Reihenthema: Algorithmen in sozialen Medien - Eine Bedrohung für die politische Meinungsbildung?

1. Soziale Medien und Algorithmen - Was ist das eigentlich? (90 min.)
2. Wie politisch sind soziale Medien? (90 min.)
3. Pro-Kontra-Diskussion zur Gefahr von Algorithmen für die politische Meinungsbildung und Verfassen eines politischen Urteils zur Frage: Stellen Algorithmen eine Gefahr für die politische Meinungsbildung dar? (90 min.)

Verortung KLP Sek. I Gymnasium, Wirtschaft-Politik und Sek. I Gesamtschule, Gesellschaftslehre, Wirtschaft-Politik (fachspezifisch), NRW:
Inhaltsfeld 2: Sicherung und Weiterentwicklung der Demokratie
Inhaltlicher Schwerpunkt: Rolle der Medien im politischen Willensbildungsprozess

Verortung KLP Sek. I Realschule, Politik, NRW:
Inhaltsfeld 1: Sicherung und Weiterentwicklung der Demokratie
Inhaltlicher Schwerpunkt: Rolle der Medien im politischen Willensbildungsprozess

Fachliche Lernziele/Kompetenzen:
Kompetenzdimensionen nach Detjen et al., 2012:
Fachwissen: Fachkonzept Massenmedien (konstituierende Begriffe Interessen, Internet, Partizipation, Manipulation)
Politische Handlungsfähigkeit: Artikulieren und Argumentieren
Politische Urteilsfähigkeit: Formulieren eines politischen Urteils, Lernen über politisches Urteilen, Förderung sprachlicher Fähigkeiten
Politische Einstellung und Motivation: Starker Lebensweltbezug und Involviertheit der Schüler*innen, Förderung kritisch-reflexiver Haltung zu Medieneinsatz und -konsum

Medienkompetenzrahmen NRW:
Kompetenzbereich 2: Informieren und Recherchieren (Informationsrecherche, Informationsauswertung, Informationsbewertung)
Kompetenzbereich 5: Analysieren und Reflektieren (Medienanalyse, Meinungsbildung, Identitätsbildung)
Kompetenzbereich 6: Problemlösen und Modellieren (Prinzipien der digitalen Welt, Algorithmen erkennen, Bedeutung von Algorithmen)

[1]Im Folgenden werden folgende Abkürzungen verwendet:

AB = Arbeitsblatt, EA = Einzelarbeit, GA = Gruppenarbeit, KLP = Kernlehrplan, L.-Vortrag = Lehrervortrag, PA = Partnerarbeit, UG = Unterrichtsgespräch, SuS = Schüler*innen

1. Unterrichtseinheit: Soziale Medien und Algorithmen - Was ist das eigentlich? (90 Minuten)				
Unterrichtsphase	Unterrichtsschritte	Medien/Material	Arbeits- und Sozialform	Funktion/ Didaktischer Kommentar
Einstieg	Wortwolke zum Thema *Soziale Medien*. Impuls: Welche kennt ihr und welche nutzt ihr? Zum Einstieg in die Unterrichtsreihe wird eine Karikatur zum Thema Meinungsbildung und soziale Medien gezeigt. Dreischritt: Beschreiben, Interpretieren, Bewerten.	**Kopiervorlage – Karikatur**	**UG**	Kognitive Dissonanz und Aktivierung, Lebensweltbezug und Schüler*innenorientierung, Motivation
Gelenkstelle	Möglichkeit der Meinungsbeeinflussung durch soziale Medien wird durch die SuS erkannt und problematisiert. Überleitung zum Begriff des Algorithmus. Leitfrage der **Unterrichtsreihe** wird formuliert: Stellen Algorithmen eine Gefahr für die politische Meinungsbildung dar? Leitfragen der Unterrichtsstunde werden gemeinsam erarbeitet und sichtbar festgehalten: 1. Was sind soziale Medien? 2. Was sind Algorithmen und welche Funktion haben sie in sozialen Medien? Prozessgrafik wird als Advanced Organizer eingeführt.	**Kopiervorlage – Karikatur** **Kopiervorlage – Prozessgrafik**	**UG**	Problematisierung, Handlungsorientierung, Ziel- und Methodentransparenz, Lebensweltbezug
Erarbeitung I	Schüler*innen erarbeiten in EA aus dem Informationstext von **AB1** stichpunktartig die Kernmerkmale von sozialen Medien und tauschen sich anschließend in PA aus. Anschließend wird in PA eine erste individuelle Definition sozialer Medien formuliert. **Differenzierungs- und Unterstützungsmöglichkeiten:** • Glossararbeit einführen oder Begriffserklärungen auslegen • Aufteilen der Textteile aus AB1 -> Erarbeitung in PA (AB1A+AB1B) • Textentlastung durch Hervorhebung und Absätze (AB1A+AB1B)	**AB1 – Soziale Medien** Differenzierungs-material	**EA/PA**	Aktivierung der Schüler*innen, Lebensweltbezug, Aufbau von Fachwissen, indirekte Sicherung

Unterrichtsphase	Unterrichtsschritte	Medien/Material	Arbeits- und Sozialform	Funktion/ Didaktischer Kommentar
Sicherung I	Ein bis zwei Paare präsentieren ihre Ergebnisse. Klasse und Lehrkraft ergänzen bzw. korrigieren. Ergebnisse werden von der Lehrkraft auf einer OHP-Folie/PPP-Folie gesammelt. Gemeinsames Formulieren einer gemeinsamen Arbeitsdefinition. Überleitung zur zweiten Leitfrage und Arbeitsauftrag.	**OHP-Folie/PPP**	**UG**	Kognitive Dissonanz und Aktivierung, Lebensweltbezug und Schüler*innenorientierung, Motivation
Erarbeitung II	**AB2** wird verteilt und gemeinsam besprochen. Internetrecherche in PA zur Frage „Was sind Algorithmen und welche Funktion haben sie in sozialen Medien?“ SuS sammeln ihre Rechercheergebnisse und formulieren eine erste individuelle Definition des Begriffs *Algorithmus*.	**AB2 – Recherche Algorithmen** **Handy/Tablet/Laptop** (mind. 1 Gerät auf 2 SuS, ansonsten in Gruppen) **AB10 – Tipps für eine Internetrecherche**	**PA**	Aktivierung, Lebensweltbezug, Aufbau von Fachwissen und Medienkompetenz 2.1 und 2.2, indirekte Sicherung
Sicherung II und Problematisierung	Ein bis zwei Paare präsentieren ihre Ergebnisse. Klasse und Lehrkraft ergänzen bzw. korrigieren. Ergebnisse werden von der Lehrkraft auf einer OHP-Folie/PPP-Folie gesammelt. Gemeinsames Formulieren einer gemeinsamen Arbeitsdefinition. Rückbezug zur Karikatur und der übergeordneten Frage. Warum könnten Algorithmen in sozialen Medien gefährlich für die eigene Meinungsbildung sein?	**OHP/PPP-Folie** **Kopiervorlage – Karikatur**	**UG**	Direkte Sicherung, Kontrolle des Lernfortschritts, Transparenz, Roter Faden
Ausblick	Ausblick auf die nächste Unterrichtsstunde, in der näher auf die zuvor aufgeworfene Frage eingegangen wird.	**Kopiervorlage – Prozessgrafik**	**L-Vortrag**	Zieltransparenz, Motivation

2. Unterrichtseinheit: Wie politisch sind soziale Medien? (90 Minuten)				
Unterrichtsphase	Unterrichtsschritte	Medien/Material	Arbeits- und Sozialform	Funktion/ Didaktischer Kommentar
Einstieg	Rekapitulieren der letzten UE und Anknüpfen an die Frage der letzten UE „Warum könnten Algorithmen in sozialen Medien gefährlich für die eigene Meinungsbildung sein?“ Lehrkraft legt Fallbeispiel “Torsten” auf, der durch seine Social Media-Nutzung zunehmend radikaler in seinen Ansichten bezüglich der Corona-Maßnahmen wird. Rückbezug zu den Arbeitsdefinitionen aus der UE1 und der Leitfrage, die am Ende der letzten Stunde aufgestellt wurde.	**Kopiervorlage - Fallbeispiel Torsten**	**UG**	Aktivierung der Schüler*innen, Lebensweltbezug, Motivation, Zieltransparenz
Gelenkstelle	Schüler*innen erkennen, dass soziale Medien und die Nutzung von Algorithmen dazu führen könnten, dass sich radikale/extremistische/problematische Gruppen bilden können. Erkennen den Zusammenhang zur Karikatur aus UE1 (kann ggf. nochmal aufgelegt werden). Rückbezug zur Leitfrage der Unterrichtsreihe: „Stellen Algorithmen in sozialen Medien eine Gefahr für die politische Meinungsbildung dar?“ Wissen über soziale Medien und Algorithmen nun vorhanden, es fehlt noch Wissen darüber, wie politisch soziale Medien sind → Überleitung zur Rechercheaufgabe.	**Kopiervorlage - Fallbeispiel Torsten** **Kopiervorlage - Karikatur**	**UG**	Problematisierung, Zieltransparenz
Erarbeitung I	Klasse wird in Gruppen von jeweils 4 Personen aufgeteilt. Jede Gruppe kann sich aus den aus UE1 festgehaltenen sozialen Medien eines aussuchen. Recherche kann entweder in den sozialen Medien selbst erfolgen oder über Sekundärquellen (z.B. Online-Zeitungen). **Rechercheauftrag:** Wie politisch sind soziale Medien? Recherchiert für euer soziales Medium Fallbeispiele für politische Äußerungen/politisch motivierte Beiträge. Sammelt die Beispiele, indem ihr Screenshots erstellt oder Zitate herausschreibt. Die Beispiele sollten von der Lehrkraft gesammelt werden und später für alle Gruppen zugänglich sein.	**Laptop/Tablet** (alternativ Smartphones, mind. 1 Gerät pro Gruppe)	**GA**	Schüler*innenorientierung, Lebensweltbezug, Motivation, Medienkompetenz 2

Unterrichtsphase	Unterrichtsschritte	Medien/Material	Arbeits- und Sozialform	Funktion/ Didaktischer Kommentar
Sicherung I	Ein bis zwei Gruppen präsentieren ihre Beispiele und lassen diese offen diskutieren. Überleitung der Lehrkraft zur Erarbeitung II: Interviews von Expert*innen analysieren. **Differenzierungs- und Unterstützungsmöglichkeiten:** z.B. Thematisierung des Konjunktivs als fachsprachliches Mittel, um sich zu distanzieren oder etwas zu markieren, das möglich wäre.	**Beamer/Laptop** o.ä. für Screenshots, ansonsten Beispiele anschreiben **Kopiervorlage – Prozessgrafik**	**Schüler*innen-Präsentation, Ergänzung im UG**	Direkte Sicherung der Arbeitsergebnisse, Veranschaulichung des Problems, Lebensweltbezug, Motivation
Erarbeitung II + Sicherung II	Die jeweiligen Gruppen erhalten vier Interviews von Expert*innen zum Thema (**AB3-6**). Zwei Interviews sind der Algorithmennutzung in sozialen Medien eher kritisch gegenüber eingestellt, zwei eher positiv. Jede Schülerin/Jeder Schüler widmet sich einem der vier Texte und arbeitet die genannten Pro- und Kontra-Argumente heraus. Anschließend werden die Argumente in der Gruppe zusammengetragen und gesammelt. **Differenzierungs- und Unterstützungsmöglichkeiten:** Umfangreichere Interviews inklusive politischer Werte (AB3A-6A) Als Vorbereitung auf die Diskussion formulieren die Gruppen ein kurzes gemeinsames Gruppenurteil zur Leitfrage „Stellen Algorithmen in sozialen Medien eine Gefahr für die politische Meinungsbildung dar?“. Ihre Ergebnisse sichern sie auf ihren individuellen Arbeitsblättern.	**AB3–6 mit Interviews verschiedener Expert*innen** Differenzierungs-material	**GA/EA**	Wissenschaftspropädeutik, Multiperspektivität, Kontroversität
Ausblick	Rekapitulieren des bisherigen Prozesses: Es wurde sich über den Urteilsgegenstand informiert (UE1), es wurden Fallbeispiele zusammengetragen, Expert*innenmeinungen eingeholt und ein erstes Urteil in den Gruppen formuliert (UE2). Da verschiedene Gruppen zu verschiedenen Urteilen gekommen sein sollten, bietet es sich an, dass die Schüler*innen sich in einer Pro-Kontra-Diskussion austauschen → Inhalt der nächsten Stunde.	**Kopiervorlage – Prozessgrafik**	**L-Vortrag**	Transparenz, Motivation, roter Faden

3. Unterrichtseinheit: Pro-Kontra-Diskussion und Formulieren des politischen Urteils (90 Minuten)				
Unterrichtsphase	Unterrichtsschritte	Medien/Material	Arbeits- und Sozialform	Funktion/ Didaktischer Kommentar
Einstieg	Anknüpfen an die Inhalte der letzten zwei Stunden, Prozess sichtbar machen. Schüler*innen gehen in ihre Gruppen aus UE2, bereiten sich inhaltlich vor und entscheiden selbst, wer sie in der Pro-Kontra-Diskussion vertritt. Alle anderen Schüler*innen erhalten einen Beobachtungsauftrag. In Abhängigkeit von der Erfahrung und der Leistungsfähigkeit der Lerngruppe kann die Lehrkraft die Rolle der Moderation vergeben. Übernimmt die Lehrkraft die Moderation selbst, sollte bei der Besprechung des Beobachtungsbogens dieser Umstand berücksichtigt werden, um Irritationen zu vermeiden.	**Kopiervorlage – Prozessgrafik**	**UG/GA**	Kognitive Aktivierung, Motivation
Pro-Kontra-Diskussion	Lehrkraft erklärt die Methode und geht den Beobachtungsbogen **(AB7)** durch. Schüler*innen nehmen ihre Position ein und diskutieren ihre verschiedenen Urteile und führen die in UE 2 erarbeiteten Argumente an. Lehrkraft lenkt die Diskussion und stellt sicher, dass die Leitfrage diskutiert wird.	**AB7 – Beobachtungsbögen**	**Plenum**	Handlungsorientierung, Schüler*innenorientierung, Kognitive Dissonanz, politische Handlungsfähigkeit (Artikulieren, Argumentieren, Verhandeln)
Gelenkstelle	Rollenausstieg mit Fokus auf die Diskussions- und Argumentationsqualität.		**UG**	Methodenreflexion
Sicherung I	Inhaltliches Feedback unter Einbezug der Beobachter*innen. Wurden alle Argumente angeführt? Welche fehlten? Kritische Einordnung der Argumente.		**UG**	Methodenreflexion, Politische Urteilsbildung

Unterrichtsphase (Zeit)	Unterrichtsschritte	Medien/Material	Arbeits- und Sozialform	Funktion/ Didaktischer Kommentar
Gelenkstelle	Rückbezug zur Leitfrage und dem Prozess, Überleitung zur Urteilsfindung. Checkliste für politisches Urteilen besprechen und **AB8** gemeinsam durchgehen.	**Kopiervorlage – Prozessgrafik** **AB8 – Politisches Urteil verfassen** **AB9 – Checkliste politisches Urteil**	**UG**	Roter Faden, Vernetzung, Überleitung zur Urteilsfindung, Argumentationsfähigkeit, sprachliche Unterstützung für schriftliche Urteile
Erarbeitung II/ Sicherung II/ Urteilsbildung	Schüler*innen formulieren ein politisches Urteil, in dem alle Informationen aus den UE1 und UE2 zusammenkommen. **Differenzierungs- und Unterstützungsmöglichkeiten:** • Bereitstellen von gesammelten Argumenten als „Lösungsblatt“ im Klassenraum. • Vorbereitende Aufgaben zum Urteil (AB8A) • Äußere Vorstrukturierung des Urteils (AB8A)	**AB8 – Politisches Urteil verfassen** Differenzierungsmaterial	**EA**	Politische Urteilsbildung

Arbeitsblatt 1 - Was sind soziale Medien?

Aufgaben

1. Lies dir den Text gründlich durch. Markiere dabei Wörter, die du nicht kennst.
2. Arbeite aus dem Text in Stichpunkten Merkmale sozialer Medien heraus [Einzelarbeit].
3. Tausche dich mit deinem Sitzpartner aus und ergänzt eure erarbeiteten Merkmale [Partnerarbeit].
4. Formuliert gemeinsam eine Definition für den Begriff „soziale Medien“. Diese sollte nicht länger als drei Sätze sein und die für euch wichtigsten Merkmale aus Aufgabe 3 enthalten.

Was wird unter sozialen Medien verstanden?

Jeder kennt sie, fast jeder nutzt mindestens eines täglich. Die Rede ist natürlich von sozialen Medien. Die Bezeichnung „soziale Medien“ ist allerdings uneindeutig, denn oft wird auch der Ausdruck „Soziale Netzwerke“ oder die englische Variante „Social Media“ verwendet. Die bekanntesten sozialen Medien sind Facebook, Twitter, Instagram sowie Youtube und TikTok. Alle großen und bekannten sozialen Medien bieten eine digitale Kommunikationsanwendung (eine so genannte *Application* bzw. *App*) an, die von den Nutzer*innen (häufig wird in diesem Zusammenhang auch von User*innen gesprochen) auf ihren Computern, Smartphones oder Tablets installiert werden kann. Doch das war nicht immer so, denn viele soziale Medien wie YouTube hatten ihren Ursprung in Form einer Webseite und erst später, nachdem immer mehr Menschen ein Smartphone besaßen, wurden eigene Apps entwickelt. Soziale Medien bieten Menschen die Möglichkeit, sich mithilfe von Texten, Bildern oder Videos auszutauschen und diese Inhalte im Internet zu verbreiten. Das „sozial“ in „soziale Medien“ bedeutet dabei nicht „gemeinnützig“, sondern „gesellschaftliche“ Medien. Denn durch das Austauschen und Verbreiten von Inhalten verbinden sich Nutzer*innen. Es entsteht eine Gemeinschaft, die Inhalte produziert und gegenseitig konsumiert. Ein besonderes Merkmal sozialer Medien ist, dass die Entwickler*innen und Betreiber*innen sozialer Medien häufig wenig eigene Inhalte produzieren und verbreiten. Stattdessen stehen die Nutzer*innen und ihre persönlichen Inhalte im Mittelpunkt sozialer Medien. Die Unternehmen, die hinter der Entwicklung sozialer Medien stehen, bezeichnen sich daher häufig als *Plattformbetreiber*.

Liken, Sharen, Tweeten

Soziale Medien bieten Nutzer*innen viele verschiedene Möglichkeiten der Interaktion und des Austauschs. Häufig gibt es die Möglichkeit, einen Chat zu nutzen oder Kommentare unter Beiträgen (*Posts*) zu verfassen und auf diese Weise mit verschiedenen Menschen in Kontakt zu treten. Jedes soziale Medium ist dabei durch eine Spezialisierung auf einzelne Möglichkeiten der Interaktion gekennzeichnet – auf Instagram steht vor allem das Hochladen, Liken und Teilen von Fotos im Mittelpunkt, auf TikTok sind es eher kurze Videoclips, die erstellt werden

© Frederik Heyen & Claudia Forkarth, unter Mitarbeit von Stefanie Elschner und Sarah-Christin Prange, veröffentlicht in CIVES-Praxistext #11 (05/2023).

auf Twitter sind es kurze Textbeiträge, die so genannten *Tweets*. Häufig wird für das einfache Nutzen von sozialen Medien, also zum Beispiel das Ansehen eines YouTube-Videos, kein eigenes Profil benötigt. Damit man selbst mit anderen Nutzer*innen in einen Austausch treten kann, wird in der Regel allerdings ein persönliches Profil bzw. ein eigener Account benötigt. In diesen Profilen können Nutzer*innen ihren echten Namen angeben und ihre eigenen Inhalte darstellen oder je nach sozialem Medium auch vollständig anonym bleiben. Nicht jeder Account gehört dabei zwingend einer einzigen Person oder wird von dieser auch wirklich selbst benutzt – auch Unternehmen, politische Akteure und Prominente haben häufig neben einem privaten Profil auch öffentliche Profile, deren Inhalte häufig von einem Team an Experten betreut werden. Damit Menschen sich nicht einfach für wichtige Personen wie Politiker*innen ausgeben können, haben die meisten sozialen Medien daher eine Funktion entwickelt, welche echte Profile kennzeichnet und somit von so genannten Fake-Profilen unterscheidet. Bei Instagram ist das zum Beispiel ein kleiner Haken neben dem Profilnamen, der anzeigt, dass es sich um einen offiziellen Account handelt.

Werbung und deine Daten

Anders als bei klassischen Medien wie Zeitungen oder das Fernsehen ist die Nutzung sozialer Medien auf den ersten Blick kostenlos. Auf keiner der bekannten Plattformen kostet das Erstellen eines Profils oder das Ansehen von Inhalten Geld. Ein wichtiges Merkmal sozialer Medien ist es, dass diese sich stattdessen fast ausschließlich über Werbeeinnahmen und durch Unternehmen gesponsorte Inhalte finanzieren. Vielleicht ist dir beim Scrollen auf Instagram oder Facebook auch schon aufgefallen, dass viele Inhalte gar nicht von deinen Freunden oder den Profilen, denen du folgst, sind. Die Plattformbetreiber erhalten dann von Unternehmen Geld, um dir Werbung anzuzeigen. Es ist für Betreiber sozialer Medien also wichtig, dass Nutzer*innen möglichst viel Zeit auf der Webseite oder in der App verbringen und so möglichst viel mit Werbung in Berührung kommen. Damit dies gelingt, benutzen soziale Medien so genannte *Empfehlungssysteme*. Dir werden dann besonders die Inhalte, Posts und Kontakte angezeigt und empfohlen, von denen angenommen wird, dass sie dir besonders gut gefallen oder dass diese besonders wichtig für einen seien. Das wird durchaus kritisch gesehen, weil Menschen so seltener mit verschiedenen Sichtweisen und Positionen, etwa zu gesellschaftlichen Streitthemen, konfrontiert werden könnten. Eine weitere Einnahmequelle, die du als Nutzer*in nicht sofort siehst oder spürst, stellt das Sammeln und Weiterverkaufen von Userdaten dar. Immer dann, wenn du eine Webseite eines sozialen Mediums besuchst oder eine App öffnest und benutzt, entstehen Daten. So kann zum Beispiel erfasst werden, wie häufig du bestimmte Profile besuchst, welche Inhalte du likest, kommentierst und teilst oder wie viel Zeit du auf der jeweiligen Plattform verbringst. Anhand dieser Daten, die auch für die zuvor genannten Empfehlungssysteme genutzt werden, kann ein ganz individuelles Profil erstellt werden – quasi ein digitaler Fingerabdruck. Diese Daten sind für Unternehmen und die Plattformbetreiber sozialer Medien ganz besonders interessant, weil sie dann die Werbung und Empfehlungen, die du siehst, ganz genau auf dein Profil abstimmen können. Soziale Medien sind also nur auf den ersten Blick kostenlos. Du zahlst nicht direkt einen festen Preis für das Installieren der YouTube-App, aber indirekt, indem du dafür Werbung konsumierst, die dich in deinem Kaufverhalten beeinflussen soll, und du einen Teil deiner Privatsphäre aufgibst.

© Frederik Heyen & Claudia Forkarth, unter Mitarbeit von Stefanie Elschner und Sarah-Christin Prange, veröffentlicht in CIVES-Praxistext #11 (05/2023).

Aufgabe 2 und 3: Merkmale sozialer Medien

Aufgabe 4: Eure Definition von sozialen Medien

Ein Beispiel einer Definition des Begriffs „App“:

„*App* ist eine Abkürzung für die englische Bezeichnung *Application*. Gemeint sind hiermit Anwendungen, die man auf ein Smartphone oder einen Computer herunterladen und installieren kann. Ein besonderes Merkmal von *Apps* ist, dass diese entweder kostenpflichtig oder kostenlos angeboten werden können. Die meisten *Apps* werden auf Smartphones aus so genannten *App Stores* heruntergeladen.“

© Frederik Heyen & Claudia Forkarth, unter Mitarbeit von Stefanie Elschner und Sarah-Christin Prange, veröffentlicht in CIVES-Praxistext #11 (05/2023).

In der Klasse habt ihr euch auf folgende Definition geeinigt:

© Frederik Heyen & Claudia Forkarth, unter Mitarbeit von Stefanie Elschner und Sarah-Christin Prange, veröffentlicht in CIVES-Praxistext #11 (05/2023).

Arbeitsblatt 1A - Was sind soziale Medien?

Aufgaben

1. **Lies** dir den Text gründlich durch. Markiere dabei Wörter, die du nicht kennst.
2. **Notiere** dir in Stichpunkten die Merkmale sozialer Medien aus dem Text [Einzelarbeit]. Fallen dir weitere ein?
3. **Tausche** dich mit deinem Sitzpartner **aus** und **ergänzt** eure erarbeiteten Merkmale [Partnerarbeit].
4. **Formuliert** gemeinsam **eine Definition** für den Begriff „soziale Medien". Diese sollte nicht länger als drei Sätze sein und die für euch wichtigsten Merkmale aus Aufgabe 3 enthalten.

Was wird unter sozialen Medien verstanden?

Jeder kennt sie, fast jeder nutzt mindestens eines täglich. Die Rede ist von **sozialen Medien**. Die Bezeichnung „soziale Medien" ist allerdings nicht eindeutig, denn oft wird auch der Ausdruck „Soziale Netzwerke" oder die englische Variante „Social Media" verwendet.

Die bekanntesten sozialen Medien sind Facebook, Twitter, Instagram sowie YouTube und TikTok. Alle großen und bekannten sozialen Medien bieten eine **digitale Kommunikationsanwendung** (eine so genannte *Application* bzw. *App*) an, die von den Nutzer*innen (häufig wird in diesem Zusammenhang auch von User*innen gesprochen) auf ihren Computern, Smartphones oder Tablets installiert werden kann. Doch das war nicht immer so: Viele soziale Medien wie YouTube waren anfangs als Webseite angelegt und erst später, nachdem immer mehr Menschen ein Smartphone besaßen, wurden eigene Apps entwickelt.

Soziale Medien bieten Menschen die **Möglichkeit, sich mithilfe von Texten, Bildern oder Videos auszutauschen und diese Inhalte im Internet zu verbreiten**. Das „sozial" in „soziale Medien" bedeutet dabei nicht „gemeinnützig", sondern „gesellschaftlich". Durch das Austauschen und Verbreiten von Inhalten verbinden sich Nutzer*innen und **es entsteht eine Gemeinschaft**, die **Inhalte *produziert*** (erstellt) und gegenseitig ***konsumiert*** (nutzt).

Ein besonderes Merkmal sozialer Medien ist, dass die Entwickler*innen und Betreiber*innen sozialer Medien häufig wenig eigene Inhalte produzieren und verbreiten. Stattdessen stehen die **Nutzer*innen und ihre persönlichen Inhalte im Mittelpunkt** sozialer Medien. Die Unternehmen, die hinter der Entwicklung sozialer Medien stehen, werden auch *Plattformbetreiber* genannt.

© Frederik Heyen & Claudia Forkarth, unter Mitarbeit von Stefanie Elschner und Sarah-Christin Prange, veröffentlicht in CIVES-Praxistext #11 (05/2023).

Liken, Sharen, Tweeten

Soziale Medien bieten Nutzer*innen **viele verschiedene Möglichkeiten der Interaktion** und des Austauschs. Häufig gibt es die Möglichkeit, einen Chat zu nutzen oder Kommentare unter Beiträgen (Posts) **zu verfassen** und auf diese Weise mit verschiedenen Menschen in Kontakt zu treten.

Jedes soziale Medium bietet bestimmte Möglichkeiten der *Interaktion*, also des Austauschs, an – auf Instagram steht vor allem das **Hochladen, Liken und Teilen von Fotos** im Mittelpunkt, auf **TikTok** sind es eher **kurze Videoclips**, die erstellt werden, und auf **Twitter** sind es **kurze Textbeiträge**, die so genannten *Tweets*.

Häufig wird für das einfache Nutzen von sozialen Medien, also zum Beispiel das Ansehen eines YouTube-Videos, kein eigenes Profil benötigt. Wenn man sich mit anderen Nutzer*innen austauschen möchte, wird in der Regel ein **persönliches Profil** gefordert. In diesen Profilen können Nutzer*innen ihren echten Namen angeben und ihre **eigenen Inhalte darstellen** oder je nach sozialem Medium auch vollständig anonym bleiben.

Nicht jeder Account gehört zwingend **einer einzigen Person** oder wird von dieser wirklich selbst benutzt – auch Unternehmen, politische Akteure und Prominente haben neben einem privaten Profil auch **öffentliche Profile**, deren Inhalte von einem Team an Experten betreut werden.

Damit Menschen sich nicht einfach für wichtige Personen wie Politiker ausgeben können, haben **die meisten sozialen Medien daher eine Funktion entwickelt**, welche echte Profile kennzeichnet und somit von so genannten **Fake-Profilen unterscheidet**. Bei Instagram ist das zum Beispiel ein kleiner Haken neben dem Profilnamen, der anzeigt, dass es sich um einen offiziellen Account handelt.

© Frederik Heyen & Claudia Forkarth, unter Mitarbeit von Stefanie Elschner und Sarah-Christin Prange, veröffentlicht in CIVES-Praxistext #11 (05/2023).

Aufgabe 2 und 3: Merkmale sozialer Medien

Aufgabe 4: Eure Definition von sozialen Medien

Ein Beispiel einer Definition des Begriffs „App“:

„*App* ist eine Abkürzung für die englische Bezeichnung *Application*. Gemeint sind hiermit Anwendungen, die man auf ein Smartphone oder einen Computer herunterladen und installieren kann. Ein besonderes Merkmal von *Apps* ist, dass diese entweder kostenpflichtig oder kostenlos angeboten werden können. Die meisten *Apps* werden auf Smartphones aus so genannten *App Stores* heruntergeladen.“

© Frederik Heyen & Claudia Forkarth, unter Mitarbeit von Stefanie Elschner und Sarah-Christin Prange, veröffentlicht in CIVES-Praxistext #11 (05/2023).

In der Klasse habt ihr euch auf folgende Definition geeinigt:

© Frederik Heyen & Claudia Forkarth, unter Mitarbeit von Stefanie Elschner und Sarah-Christin Prange, veröffentlicht in CIVES-Praxistext #11 (05/2023).

Arbeitsblatt 1B - Was sind soziale Medien?

Aufgaben

1. **Lies** dir den Text gründlich durch. Markiere dabei Wörter, die du nicht kennst.
2. **Notiere** dir in Stichpunkten die Merkmale sozialer Medien aus dem Text [Einzelarbeit]. Fallen dir weitere ein?
3. **Tausche** dich mit deinem Sitzpartner **aus** und **ergänzt** eure erarbeiteten Merkmale [Partnerarbeit].
4. **Formuliert** gemeinsam **eine Definition** für den Begriff „soziale Medien". Diese sollte nicht länger als drei Sätze sein und die für euch wichtigsten Merkmale aus Aufgabe 3 enthalten.

Was wird unter sozialen Medien verstanden?

Jeder kennt sie, fast jeder nutzt mindestens eines täglich. Die Rede ist von **sozialen Medien**. Die Bezeichnung „soziale Medien" ist allerdings nicht eindeutig, denn oft wird auch der Ausdruck „Soziale Netzwerke" oder die englische Variante „Social Media" verwendet.

Die bekanntesten sozialen Medien sind Facebook, Twitter, Instagram sowie YouTube und TikTok. Alle großen und bekannten sozialen Medien bieten eine **digitale Kommunikationsanwendung** (eine so genannte *Application* bzw. *App*) an, die von den Nutzer*innen (häufig wird in diesem Zusammenhang auch von User*innen gesprochen) auf ihren Computern, Smartphones oder Tablets installiert werden kann. Doch das war nicht immer so: Viele soziale Medien wie YouTube waren anfangs als Webseite angelegt und erst später, nachdem immer mehr Menschen ein Smartphone besaßen, wurden eigene Apps entwickelt.

Soziale Medien bieten Menschen die **Möglichkeit, sich mithilfe von Texten, Bildern oder Videos auszutauschen und diese Inhalte im Internet zu verbreiten**. Das „sozial" in „soziale Medien" bedeutet dabei nicht „gemeinnützig", sondern „gesellschaftlich". Durch das Austauschen und Verbreiten von Inhalten verbinden sich Nutzer*innen und **es entsteht eine Gemeinschaft**, die **Inhalte *produziert*** (erstellt) und gegenseitig ***konsumiert*** (nutzt).

Ein besonderes Merkmal sozialer Medien ist, dass die Entwickler*innen und Betreiber*innen sozialer Medien häufig wenig eigene Inhalte produzieren und verbreiten. Stattdessen stehen die **Nutzer*innen und ihre persönlichen Inhalte im Mittelpunkt** sozialer Medien. Die Unternehmen, die hinter der Entwicklung sozialer Medien stehen, werden auch *Plattformbetreiber* genannt.

© Frederik Heyen & Claudia Forkarth, unter Mitarbeit von Stefanie Elschner und Sarah-Christin Prange, veröffentlicht in CIVES-Praxistext #11 (05/2023).

Werbung und deine Daten

Anders als bei klassischen Medien wie Zeitungen oder das Fernsehen ist die Nutzung sozialer Medien auf den ersten Blick kostenlos. Das Erstellen eines Profils oder das Ansehen von Inhalten kostet kein Geld.

Ein **wichtiges Merkmal sozialer Medien** ist es, dass diese sich stattdessen größtenteils **über Werbeeinnahmen** und durch Unternehmen gesponserte (unterstützte) Inhalte **finanzieren**. Vielleicht ist dir beim Scrollen auf Instagram oder Facebook auch schon aufgefallen, dass viele Inhalte gar nicht von deinen Freunden oder den Profilen, denen du folgst, sind. Die **Plattformbetreiber erhalten** dann **von Unternehmen Geld**, um dir Werbung anzuzeigen.

Es ist für Betreiber sozialer Medien also wichtig, dass Nutzer*innen möglichst viel Zeit auf der Webseite oder in der App verbringen und so möglichst viel mit Werbung in Berührung kommen. Damit dies gelingt, benutzen soziale Medien so genannte *Empfehlungssysteme*. Dir werden dann besonders die Inhalte, Posts und Kontakte angezeigt und empfohlen, von denen angenommen wird, dass sie dir besonders gut gefallen oder dass diese besonders wichtig für dich sind. Das wird durchaus kritisch gesehen, weil Menschen so seltener mit verschiedenen Sichtweisen und Positionen, etwa zu gesellschaftlichen Streitthemen, konfrontiert werden könnten.

Eine **weitere Einnahmequelle**, die du als Nutzer*in nicht sofort siehst oder spürst, stellt **das Sammeln und Weiterverkaufen von Userdaten** dar. Immer dann, wenn du eine Webseite eines sozialen Mediums besuchst oder eine App öffnest und benutzt, entstehen Daten. So kann zum Beispiel erfasst werden, wie häufig du bestimmte Profile besuchst, welche Inhalte du likest, kommentierst und teilst oder wie viel Zeit du auf der jeweiligen Plattform verbringst. **Anhand dieser Daten**, die auch für die zuvor genannten Empfehlungssysteme genutzt werden, kann ein **individuelles Profil** erstellt werden – quasi ein digitaler Fingerabdruck.

Diese Daten sind für Unternehmen und die Plattformbetreiber sozialer Medien ganz besonders interessant, weil sie dann die **Werbung und Empfehlungen**, die du siehst, ganz genau **auf dein Profil abstimmen** können. Soziale Medien sind also **nur auf den ersten Blick kostenlos**. Du zahlst nicht direkt einen festen Preis für das Installieren der YouTube-App, aber indirekt, indem du dafür Werbung konsumierst, die dich in deinem Kaufverhalten beeinflussen soll, und du einen Teil deiner Privatsphäre aufgibst.

© Frederik Heyen & Claudia Forkarth, unter Mitarbeit von Stefanie Elschner und Sarah-Christin Prange, veröffentlicht in CIVES-Praxistext #11 (05/2023).

Aufgabe 2 und 3: Merkmale sozialer Medien

Aufgabe 4: Eure Definition von sozialen Medien

Ein Beispiel einer Definition des Begriffs „App“:

„*App* ist eine Abkürzung für die englische Bezeichnung *Application*. Gemeint sind hiermit Anwendungen, die man auf ein Smartphone oder einen Computer herunterladen und installieren kann. Ein besonderes Merkmal von *Apps* ist, dass diese entweder kostenpflichtig oder kostenlos angeboten werden können. Die meisten *Apps* werden auf Smartphones aus so genannten *App Stores* heruntergeladen.“

© Frederik Heyen & Claudia Forkarth, unter Mitarbeit von Stefanie Elschner und Sarah-Christin Prange, veröffentlicht in CIVES-Praxistext #11 (05/2023).

In der Klasse habt ihr euch auf folgende Definition geeinigt:

© Frederik Heyen & Claudia Forkarth, unter Mitarbeit von Stefanie Elschner und Sarah-Christin Prange, veröffentlicht in CIVES-Praxistext #11 (05/2023).

CIVES! School of Civic Education

Arbeitsblatt 2 - Algorithmen

Was sind Algorithmen und welche Funktion haben sie in sozialen Medien?

Aufgaben

1. **Recherchiere** online zusammen mit einem Partner…
   a) … **was** Algorithmen sind
   b) … und **wofür** Algorithmen in sozialen Medien benutzt werden.

   Haltet eure Ergebnisse in Stichpunkten fest.

2. **Formuliert** gemeinsam eine für euch verständliche Definition für den Begriff *Algorithmus* **oder zitiert** eine geeignete Definition, die ihr bei eurer Recherche gefunden habt. Erklärt in dieser Definition vor allem, wofür Algorithmen in sozialen Medien benutzt werden.

Aufgabe 1: Recherche

© Frederik Heyen & Claudia Forkarth, unter Mitarbeit von Stefanie Elschner und Sarah-Christin Prange, veröffentlicht in CIVES-Praxistext #11 (05/2023).

Aufgabe 2: Eure Definition von *Algorithmus*

In der Klasse habt ihr euch auf folgende Definition geeinigt:

© Frederik Heyen & Claudia Forkarth, unter Mitarbeit von Stefanie Elschner und Sarah-Christin Prange, veröffentlicht in CIVES-Praxistext #11 (05/2023).

Die Regeln für das korrekte Zitieren

1. Jedes Zitat muss als Zitat erkennbar sein. Von einem Zitat spricht man, sobald man aus einem anderen Text (der sogenannten Quelle) etwas übernimmt, z.B. ganze Sätze oder Teile von Sätzen.
2. Der Sinn des Zitats darf nicht verfälscht werden. Die Leserin oder der Leser muss ein klares Bild davon bekommen, was in dem zitierten Text steht.
3. **Auslassungen und Anfügungen**: Lässt man einzelne Wörter aus dem Zitat weg, so muss diese Lücke mit drei Punkten angezeigt werden (…) und jede Anfügung mit eckigen Klammern []. Ansonsten darf das Zitat nicht verändert werden.
4. **Quellenangabe**: Die Quelle des Zitats muss auf der Seite, auf der das Zitat steht, angegeben werden. (…) Bei Internetseiten findet man manchmal keine Angabe zum Autor oder zur Autorin, oft auch kein Datum. Darum muss man den Titel der Seite und des Artikels angeben. Beispiel: (Wikipedia: Haustiere)
5. Jedes direkte Zitat muss durch **Anführungszeichen** („abc“) vom Rest des Textes abgehoben werden.
6. Der Text (z.B. der Aufsatz), in dem zitiert wird, muss immer **ganze Sätze** enthalten, d.h. der Satzbau darf durch Zitate nicht zerstört werden.
7. **Indirektes Zitat**: Auch wenn man **nicht wörtlich** zitiert, sondern nur den Sinn eines fremden Textes **in eigenen Worten** wiedergibt, muss man dies anzeigen. Man kann also entweder direkt bzw. **wörtlich** zitieren und dabei entweder ganze Sätze oder Teile von Sätzen übernehmen. Als zweite Möglichkeit kann man den Gedanken des anderen Textes **in eigenen Worten** wiedergeben (**indirektes** Zitat). Auch dann sollte man sagen, welche Quellen man benutzt hat.

Quelle: Landesbildungsserver Baden-Württemberg (2023). *Richtig zitieren—mittleres Niveau.* Lizenziert nach CC BY 4.0 International. Abrufbar unter: https://www.schule-bw.de/themen-und-impulse/medienbildung/lernmaterial/zitierregeln/zitierregeln-und-beispiele/zitierregeln-mittelstufe.html [27.04.2023]

© Frederik Heyen & Claudia Forkarth, unter Mitarbeit von Stefanie Elschner und Sarah-Christin Prange, veröffentlicht in CIVES-Praxistext #11 (05/2023).

Arbeitsblatt 3 - Ein Experteninterview mit einem Medienpsychologen

Aufgaben

1. **Lies** dir den Text gründlich durch. **Markiere** dabei Wörter, die du nicht kennst.
2. **Notiere** dir in **Stichpunkten** die Argumente, welche die interviewte Person in Bezug auf die Frage, ob Algorithmen in sozialen Medien eine Gefahr für die Meinungsbildung darstellen, anführt [Einzelarbeit].
3. **Markiere** das Argument, welches dich am meisten überzeugt hat [Einzelarbeit].
4. **Tauscht euch** in der Gruppe über die Argumente der interviewten Personen **aus**. Haltet in **Stichpunkten** jeweils die zwei überzeugendsten Pro- und Contra-Argumente in der Tabelle unter Aufgabe 4 fest [Gruppenarbeit].
5. **Formuliert ein kurzes Gruppenurteil zu der Frage**, ob Algorithmen in sozialen Medien eine Gefahr für die politische Meinungsbildung darstellen. Benutzt hierbei mindestens **zwei** Argumente **für** eure Position und geht auf **ein Argument gegen** eure Position ein. Falls euch noch weitere Argumente einfallen, könnt ihr diese auch verwenden [Gruppenarbeit].

CIVES: Sehr geehrter Herr Gündüz, vielen Dank, dass Sie sich Zeit für unser Interview nehmen. Sie sind Experte auf dem Gebiet der Medienpsychologie. In Ihren Arbeiten setzen Sie sich besonders mit sozialen Medien und ihrer Wirkung auf die Meinungsbildung auseinander. Hierbei äußern Sie sich häufig kritisch gegenüber der Nutzung von Algorithmen in sozialen Medien. Warum?

Herr Gündüz: Im Mittelpunkt sozialer Medien steht das Schaffen von Aufmerksamkeit. YouTube-Videos, Beiträge auf Twitter oder Fotos auf Instagram, die für besonders viel Aufmerksamkeit sorgen, sind gut für die jeweiligen Plattformbetreiber*innen, weil Menschen so mehr Zeit auf der Webseite oder in der App verbringen. Die Empfehlungen in sozialen Medien, für die Algorithmen verwendet werden, führen dazu, dass wir vor allem die Dinge angezeigt bekommen, die ohnehin populär sind, das heißt viel Aufmerksamkeit erzeugen.

CIVES: Was ist schlecht daran, besonders die Dinge angezeigt zu bekommen, die besonders beliebt sind?

© Frederik Heyen & Claudia Forkarth, unter Mitarbeit von Stefanie Elschner und Sarah-Christin Prange, veröffentlicht in CIVES-Praxistext #11 (05/2023).

Herr Gündüz: Daran ist grundsätzlich erstmal nichts schlecht. Allerdings kann das Bevorzugen von besonders populären Inhalten dazu führen, dass Nutzer*innen eine verfälschte Wahrnehmung von gesellschaftlicher Wichtigkeit entwickeln. Nur weil etwas sehr häufig kommentiert oder geliked wurde, bedeutet das nicht zwangsläufig, dass der Inhalt auch wirklich gesellschaftlich relevant ist oder kontrovers diskutiert wird. Wir sehen durch solche Empfehlungssysteme allerdings vor allem die Dinge, die besonders polarisierend sind – quasi wie ein Schneeball, der einen Hang herunterrollt und immer größer wird. Unpopuläre Inhalte kämpfen dann um Sichtbarkeit und werden von uns nicht wahrgenommen. Das kann schnell den Eindruck erwecken, dass es zum Beispiel zu bestimmten gesellschaftlichen Themen und Fragen nur eine überwiegende Meinung oder zwei sehr sichtbare gegenüberstehende Positionen gäbe, obwohl viele verschiedene Meinungen existieren.

CIVES: Sehen Sie weitere Probleme, die sich aus der Nutzung von Algorithmen in sozialen Medien für Menschen ergeben?

Herr Gündüz: Wie ich bereits erwähnt habe, belohnen Algorithmen in sozialen Medien besonders das Schaffen von Aufmerksamkeit. Das führt dazu, dass sich Falschinformationen, so genannte Fake News, besonders schnell verbreiten, etwa wenn Nutzer*innen mit einer hohen Reichweite möglichst die Ersten sein wollen, die eine Nachricht verbreiten, um auf sich aufmerksam zu machen. Sind sie das nicht, haben sie schnell ein Problem in sozialen Medien sichtbar zu bleiben. Dabei kommt es zunehmend vor, dass Quellen nicht gründlich geprüft werden oder der Ursprung einer Information gar nicht mehr nachverfolgt werden kann. Würden Algorithmen weniger eingesetzt, um besonders die Inhalte sichtbar zu machen, die viel Aufmerksamkeit erzeugen, würde sich zum Beispiel das möglichst schnelle Veröffentlichen von Nachrichten weniger lohnen und es könnten weniger Falschinformationen in den Umlauf geraten.

CIVES: Vielen Dank für Ihre Einschätzungen!

© Frederik Heyen & Claudia Forkarth, unter Mitarbeit von Stefanie Elschner und Sarah-Christin Prange, veröffentlicht in CIVES-Praxistext #11 (05/2023).

Aufgabe 2: Die Argumente von Herrn Gündüz

Aufgabe 4: Welche Argumente haben euch am meisten überzeugt? Tauscht euch in eurer Gruppe aus und wägt gemeinsam ab!

Ja, Algorithmen stellen **eine Gefahr** für die Meinungsbildung dar, weil…	**Nein**, Algorithmen stellen **keine Gefahr** für die Meinungsbildung dar, weil…
1.	1.
2.	2.

© Frederik Heyen & Claudia Forkarth, unter Mitarbeit von Stefanie Elschner und Sarah-Christin Prange, veröffentlicht in CIVES-Praxistext #11 (05/2023).

CIVES! School of Civic Education

Aufgabe 5: Ein kurzes Gruppenurteil

Was ist die Position eurer Gruppe? **Kreuze an**.

☐ Algorithmen in sozialen Medien stellen **eine Gefahr** für die politische Meinungsbildung dar!

☐ Algorithmen in sozialen Medien stellen **keine Gefahr** für die politische Meinungsbildung dar!

Hinweis:

Für euer kurzes Gruppenurteil sollt ihr mindestens zwei Argumente für und ein Argument gegen eure Position verwenden und gegeneinander abwägen. Welches Argument war besonders überzeugend und warum? Welches war eher schwach?

Für euer Gruppenurteil könnt ihr dann folgenden Satzanfang verwenden:

„Wir sind der Meinung, dass Algorithmen in sozialen Medien eine Gefahr für die politische Meinungsbildung darstellen, weil… .“

„Wir sind nicht der Meinung, dass Algorithmen in sozialen Medien eine Gefahr für die politische Meinungsbildung darstellen, weil… .“

© Frederik Heyen & Claudia Forkarth, unter Mitarbeit von Stefanie Elschner und Sarah-Christin Prange, veröffentlicht in CIVES-Praxistext #11 (05/2023).

Arbeitsblatt 3A - Ein Experteninterview mit einem Medienpsychologen

Aufgaben

1. **Lies** dir den Text gründlich durch. **Markiere** dabei Wörter, die du nicht kennst.
2. **Notiere** dir in **Stichpunkten** die Argumente, welche die interviewte Person in Bezug auf die Frage, ob Algorithmen in sozialen Medien eine Gefahr für die Meinungsbildung darstellen, anführt [Einzelarbeit].
3. **Notiere** den politischen Wert, der für Herrn Gündüz besonders wichtig ist [Einzelarbeit].
4. **Markiere** das Argument, welches dich am meisten überzeugt hat [Einzelarbeit].
5. **Tauscht euch** in der Gruppe über die Argumente und Werte der interviewten Personen **aus**. Haltet in **Stichpunkten** jeweils die zwei überzeugendsten Pro- und Contra-Argumente in der Tabelle unter Aufgabe 5 fest [Gruppenarbeit].
6. **Formuliert ein kurzes Gruppenurteil zu der Frage**, ob Algorithmen in sozialen Medien eine Gefahr für die politische Meinungsbildung darstellen. Benutzt hierbei mindestens **zwei** Argumente **für** eure Position und geht auf **ein Argument gegen** eure Position ein. Falls euch noch weitere Argumente einfallen, könnt ihr diese auch verwenden [Gruppenarbeit].

CIVES: Sehr geehrter Herr Gündüz, vielen Dank, dass Sie sich Zeit für unser Interview nehmen. Sie sind Experte auf dem Gebiet der Medienpsychologie. In Ihren Arbeiten setzen Sie sich besonders mit sozialen Medien und ihrer Wirkung auf die Meinungsbildung auseinander. Hierbei äußern Sie sich häufig kritisch gegenüber der Nutzung von Algorithmen in sozialen Medien. Warum?

Herr Gündüz: Im Mittelpunkt sozialer Medien steht das Schaffen von Aufmerksamkeit. YouTube-Videos, Beiträge auf Twitter oder Fotos auf Instagram, die für besonders viel Aufmerksamkeit sorgen, sind gut für die jeweiligen Plattformbetreiber*innen, weil Menschen so mehr Zeit auf der Webseite oder in der App verbringen. Die Empfehlungen in sozialen Medien, für die Algorithmen verwendet werden, führen dazu, dass wir vor allem die Dinge angezeigt bekommen, die ohnehin populär sind, das heißt viel Aufmerksamkeit erzeugen.

CIVES: Was ist schlecht daran, besonders die Dinge angezeigt zu bekommen, die besonders beliebt sind?

Herr Gündüz: Daran ist grundsätzlich erstmal nichts schlecht. Allerdings kann das Bevorzugen von besonders populären Inhalten dazu führen, dass Nutzer*innen eine verfälschte Wahrnehmung von gesellschaftlicher Wichtigkeit entwickeln. Nur weil etwas sehr häufig kommentiert

© Frederik Heyen & Claudia Forkarth, unter Mitarbeit von Stefanie Elschner und Sarah-Christin Prange, veröffentlicht in CIVES-Praxistext #11 (05/2023).

oder geliked wurde, bedeutet das nicht zwangsläufig, dass der Inhalt auch wirklich gesellschaftlich relevant ist oder kontrovers diskutiert wird. Wir sehen durch solche Empfehlungssysteme allerdings vor allem die Dinge, die besonders polarisierend sind – quasi wie ein Schneeball, der einen Hang herunterrollt und immer größer wird. Unpopuläre Inhalte kämpfen dann um Sichtbarkeit und werden von uns nicht wahrgenommen. Das kann schnell den Eindruck erwecken, dass es zum Beispiel zu bestimmten gesellschaftlichen Themen und Fragen nur eine überwiegende Meinung oder zwei sehr sichtbare gegenüberstehende Positionen gäbe, obwohl viele verschiedene Meinungen existieren.

CIVES: Sehen Sie weitere Probleme, die sich aus der Nutzung von Algorithmen in sozialen Medien für Menschen ergeben?

Herr Gündüz: Ja, denn Sicherheit ist für mich ein sehr wichtiger politischer Wert und diesbezüglich sehe ich durchaus Probleme auf uns zukommen. Der unverfälschte Informations- und Meinungsaustausch ist unglaublich wichtig für eine funktionierende Demokratie und die Meinungsbildung. Wie ich allerdings bereits erwähnt habe, fördern Algorithmen in sozialen Medien besonders die Sichtbarkeit von Inhalten, die gut dazu geeignet sind, Aufmerksamkeit zu erregen. Besonders viel Aufmerksamkeit kann man zum Beispiel dadurch auf sich lenken, indem man der oder die Erste ist, der/die eine Information verbreitet oder eine Position bezieht. Das kann dazu führen, dass gezielt Falschinformationen, so genannte Fake News, verbreitet werden, etwa wenn Nutzer*innen mit einer hohen Reichweite möglichst die Ersten sein wollen, die eine Nachricht verbreiten, um auf sich aufmerksam zu machen. Sind sie das nicht, haben sie schnell ein Problem in sozialen Medien sichtbar zu bleiben. Dabei kommt es zunehmend vor, dass Quellen nicht gründlich geprüft werden oder der Ursprung einer Information gar nicht mehr nachverfolgt werden kann. Würden Algorithmen weniger eingesetzt, um besonders die Inhalte sichtbar zu machen, die ohnehin viel Aufmerksamkeit erzeugen, würde sich zum Beispiel das möglichst schnelle Veröffentlichen von Nachrichten weniger lohnen und es könnten weniger Falschinformationen in den Umlauf geraten. Ist eine solche Falschinformation erst einmal im Umlauf, kann sie nicht einfach wieder „gelöscht“ werden, sondern verbreitet sich immer weiter und kann zu realen Konsequenzen führen. Beispiele für solch problematische Falschinformationen sind etwa die Behauptungen von Gegner*innen der Corona-Impfung, mit der Impfung würden Menschen einen Computerchip eingepflanzt bekommen, oder dass die Strahlung von Funkmasten für 5G-Mobilfunk das Immunsystem schwächen und damit die Verbreitung des Corona-Virus unterstützen würde. Beide Falschinformationen haben für Misstrauen in Teilen der Bevölkerung gesorgt, ihr Vertrauen in das politische System geschwächt und dazu beigetragen, dass sich Menschen gegen eine Impfung entschieden haben. Aus dieser Perspektive sollten Algorithmen also stattdessen so eingesetzt werden, dass sie Nutzer*innen vor Falschinformationen schützen. Würden Algorithmen zudem weniger eingesetzt, um besonders die Inhalte sichtbar zu machen, die viel Aufmerksamkeit erzeugen, würde sich zum Beispiel das möglichst schnelle Veröffentlichen von möglichst kontroversen Nachrichten weniger lohnen und es könnten weniger Falschinformationen in den Umlauf geraten.

CIVES: Vielen Dank für Ihre Einschätzungen!

© Frederik Heyen & Claudia Forkarth, unter Mitarbeit von Stefanie Elschner und Sarah-Christin Prange, veröffentlicht in CIVES-Praxistext #11 (05/2023).

Aufgabe 2: Die Argumente von Herrn Gündüz

Aufgabe 3: Der politische Wert von Herrn Gündüz

Aufgabe 5: Welche Argumente haben euch am meisten überzeugt? Tauscht euch in eurer Gruppe aus und wägt gemeinsam ab!

Ja, Algorithmen stellen **eine Gefahr** für die Meinungsbildung dar, weil…	**Nein**, Algorithmen stellen **keine Gefahr** für die Meinungsbildung dar, weil…
1.	1.
2.	2.

© Frederik Heyen & Claudia Forkarth, unter Mitarbeit von Stefanie Elschner und Sarah-Christin Prange, veröffentlicht in CIVES-Praxistext #11 (05/2023).

Aufgabe 6: Ein kurzes Gruppenurteil

Was ist die Position eurer Gruppe? **Kreuze an**.

☐ Algorithmen in sozialen Medien stellen **eine Gefahr** für die politische Meinungsbildung dar!

☐ Algorithmen in sozialen Medien stellen **keine Gefahr** für die politische Meinungsbildung dar!

Hinweis:

Für euer kurzes Gruppenurteil sollt ihr mindestens zwei Argumente für und ein Argument gegen eure Position verwenden und gegeneinander abwägen. Welches Argument war besonders überzeugend und warum? Welches war eher schwach?

Für euer Gruppenurteil könnt ihr dann folgenden Satzanfang verwenden:

„Wir sind der Meinung, dass Algorithmen in sozialen Medien eine Gefahr für die politische Meinungsbildung darstellen, weil… .“

„Wir sind nicht der Meinung, dass Algorithmen in sozialen Medien eine Gefahr für die politische Meinungsbildung darstellen, weil… .“

© Frederik Heyen & Claudia Forkarth, unter Mitarbeit von Stefanie Elschner und Sarah-Christin Prange, veröffentlicht in CIVES-Praxistext #11 (05/2023).

Arbeitsblatt 4 - Ein Experteninterview mit einer Wirtschaftsinformatikerin

Aufgaben

1. **Lies** dir den Text gründlich durch. **Markiere** dabei Wörter, die du nicht kennst.
2. **Notiere** dir in **Stichpunkten** die Argumente, welche die interviewte Person in Bezug auf die Frage, ob Algorithmen in sozialen Medien eine Gefahr für die Meinungsbildung darstellen, anführt [Einzelarbeit].
3. **Markiere** das Argument, welches dich am meisten überzeugt hat [Einzelarbeit].
4. **Tauscht euch** in der Gruppe über die Argumente der interviewten Personen **aus**. Haltet in **Stichpunkten** jeweils die zwei überzeugendsten Pro- und Contra-Argumente in der Tabelle unter Aufgabe 4 fest [Gruppenarbeit].
5. **Formuliert ein kurzes Gruppenurteil zu der Frage**, ob Algorithmen in sozialen Medien eine Gefahr für die politische Meinungsbildung darstellen. Benutzt hierbei mindestens **zwei** Argumente **für** eure Position und geht auf **ein Argument gegen** eure Position ein. Falls euch noch weitere Argumente einfallen, könnt ihr diese auch verwenden [Gruppenarbeit].

CIVES: Sehr geehrte Frau Nielsen, vielen Dank, dass Sie sich Zeit für unser Interview nehmen. Sie sind Expertin auf dem Gebiet der Wirtschaftsinformatik. In Ihren Arbeiten setzen Sie sich besonders mit sozialen Medien und ihrer Wirkung auf die Meinungsbildung auseinander. Sehen Sie Gefahren für die politische Meinungsbildung durch die Nutzung von Algorithmen in sozialen Medien?

Frau Nielsen: Nein, diese Gefahren sehe ich nicht. Allerdings möchte ich zuerst auf etwas hinweisen. Wenn von Algorithmen in sozialen Medien und Meinungsbildung gesprochen wird, sind häufig eher die Empfehlungssysteme gemeint, die mithilfe von Algorithmen umgesetzt werden. Also zum Beispiel die vorgeschlagenen Videos auf YouTube oder der Twitter-Feed, wenn man die App öffnet. Ohne die Nutzung von Algorithmen würden soziale Medien gar nicht funktionieren, wir können sie also auch nicht ‚einfach' entfernen oder auf sie verzichten.

CIVES: Wie stehen Sie zu der Befürchtung, dass diese Empfehlungssysteme dazu führen könnten, dass Menschen nicht mehr mit verschiedenen Meinungen in Berührung kommen?

© Frederik Heyen & Claudia Forkarth, unter Mitarbeit von Stefanie Elschner und Sarah-Christin Prange, veröffentlicht in CIVES-Praxistext #11 (05/2023).

Frau Nielsen: Nun, die Begriffe, die in diesem Zusammenhang häufig fallen, sind die der Filterblase und der Echokammer. Die Annahme lautet hier – vereinfacht gesagt –, dass die Empfehlungen auf YouTube zum Beispiel dazu führen würden, dass Menschen nur noch Videos mit ähnlichen Inhalten und Positionen sehen und so in ihrer Meinungsbildung negativ beeinflusst würden. Sie würden also in einer Blase leben, in der nur noch Informationen zu ihnen gelangen, die sie in ihrer Meinung bestärken. Das ist allerdings eine sehr vereinfachte Darstellung von komplexen technischen Prozessen. So wie der Prozess der Meinungsbildung komplex ist, so sind auch die Empfehlungssysteme nicht so simpel gestrickt. Bisher konnte keine Studie nachweisen, dass es Filterblasen- oder Echokammereffekte wirklich gibt.

CIVES: Aber begünstigen die Empfehlungen nicht, dass Nutzer*innen sich vor allem mit den Menschen verbinden oder die Inhalte konsumieren, die sie besonders anziehen?

Frau Nielsen: Natürlich, dafür sind diese Empfehlungssysteme schließlich entwickelt worden. Hierbei scheint mir allerdings vergessen worden zu sein, dass dieses Verhalten in der Natur des Menschen liegt. Auch außerhalb sozialer Medien umgeben sich Menschen doch besonders mit den Menschen, die ähnliche Interessen verfolgen oder bestimmte Werte teilen. Außerdem ist die Entscheidung, ob ich ein YouTube-Video gucke, einen Tweet lese oder jemanden auf Facebook als Freund hinzufüge doch nicht nur davon abhängig, ob mir das Video, der Tweet oder die Person vorgeschlagen worden ist. Hier zählen viele Faktoren rein und ähnliche politische Überzeugungen können ein kleiner Teil dieser Entscheidung sein – die Fokussierung auf Algorithmen führt daher zu einer vereinfachten Darstellung von komplexen Entscheidungsprozessen.

CIVES: Vielen Dank für Ihre Einschätzung!

© Frederik Heyen & Claudia Forkarth, unter Mitarbeit von Stefanie Elschner und Sarah-Christin Prange, veröffentlicht in CIVES-Praxistext #11 (05/2023).

Aufgabe 2: Die Argumente von Frau Nielsen

Aufgabe 4: Welche Argumente haben euch am meisten überzeugt? Tauscht euch in eurer Gruppe aus und wägt gemeinsam ab!

Ja, Algorithmen stellen **eine Gefahr** für die Meinungsbildung dar, weil…	**Nein**, Algorithmen stellen **keine Gefahr** für die Meinungsbildung dar, weil…
1.	1.
2.	2.

© Frederik Heyen & Claudia Forkarth, unter Mitarbeit von Stefanie Elschner und Sarah-Christin Prange, veröffentlicht in CIVES-Praxistext #11 (05/2023).

CIVES! School of Civic Education

Aufgabe 5: Ein kurzes Gruppenurteil

Was ist die Position eurer Gruppe? **Kreuze an**.

☐ Algorithmen in sozialen Medien stellen **eine Gefahr** für die politische Meinungsbildung dar!

☐ Algorithmen in sozialen Medien stellen **keine Gefahr** für die politische Meinungsbildung dar!

Hinweis:

Für euer kurzes Gruppenurteil sollt ihr mindestens zwei Argumente für und ein Argument gegen eure Position verwenden und gegeneinander abwägen. Welches Argument war besonders überzeugend und warum? Welches war eher schwach?

Für euer Gruppenurteil könnt ihr dann folgenden Satzanfang verwenden:

„Wir sind der Meinung, dass Algorithmen in sozialen Medien eine Gefahr für die politische Meinungsbildung darstellen, weil… .“

„Wir sind nicht der Meinung, dass Algorithmen in sozialen Medien eine Gefahr für die politische Meinungsbildung darstellen, weil… .“

© Frederik Heyen & Claudia Forkarth, unter Mitarbeit von Stefanie Elschner und Sarah-Christin Prange, veröffentlicht in CIVES-Praxistext #11 (05/2023).

Arbeitsblatt 4A - Ein Experteninterview mit einer Wirtschaftsinformatikerin

Aufgaben

1. **Lies** dir den Text gründlich durch. **Markiere** dabei Wörter, die du nicht kennst.
2. **Notiere** dir in **Stichpunkten** die Argumente, welche die interviewte Person in Bezug auf die Frage, ob Algorithmen in sozialen Medien eine Gefahr für die Meinungsbildung darstellen, anführt [Einzelarbeit].
3. **Notiere** den politischen Wert, der für Frau Nielsen besonders wichtig ist [Einzelarbeit].
4. **Markiere** das Argument, welches dich am meisten überzeugt hat [Einzelarbeit].
5. **Tauscht euch** in der Gruppe über die Argumente der interviewten Personen **aus**. Haltet in **Stichpunkten** jeweils die zwei überzeugendsten Pro- und Contra-Argumente in der Tabelle unter Aufgabe 5 fest [Gruppenarbeit].
6. **Formuliert ein kurzes Gruppenurteil zu der Frage**, ob Algorithmen in sozialen Medien eine Gefahr für die politische Meinungsbildung darstellen. Benutzt hierbei mindestens **zwei** Argumente **für** eure Position und geht auf **ein Argument gegen** eure Position ein. Falls euch noch weitere Argumente einfallen, könnt ihr diese auch verwenden [Gruppenarbeit].

CIVES: Sehr geehrte Frau Nielsen, vielen Dank, dass Sie sich Zeit für unser Interview nehmen. Sie sind Expertin auf dem Gebiet der Wirtschaftsinformatik. In Ihren Arbeiten setzen Sie sich besonders mit sozialen Medien und ihrer Wirkung auf die Meinungsbildung auseinander. Sehen Sie Gefahren für die politische Meinungsbildung durch die Nutzung von Algorithmen in sozialen Medien?

Frau Nielsen: Nein, diese Gefahren sehe ich nicht. Allerdings möchte ich zuerst auf etwas hinweisen. Wenn von Algorithmen in sozialen Medien und Meinungsbildung gesprochen wird, sind häufig eher die Empfehlungssysteme gemeint, die mithilfe von Algorithmen umgesetzt werden. Also zum Beispiel die vorgeschlagenen Videos auf YouTube oder der Twitter-Feed, wenn man die App öffnet. Ohne die Nutzung von Algorithmen würden soziale Medien gar nicht funktionieren, wir können sie also auch nicht ‚einfach' entfernen oder auf sie verzichten.

CIVES: Wie stehen Sie zu der Befürchtung, dass diese Empfehlungssysteme dazu führen könnten, dass Menschen nicht mehr mit verschiedenen Meinungen in Berührung kommen?

© Frederik Heyen & Claudia Forkarth, unter Mitarbeit von Stefanie Elschner und Sarah-Christin Prange, veröffentlicht in CIVES-Praxistext #11 (05/2023).

Frau Nielsen: Nun, die Begriffe, die in diesem Zusammenhang häufig fallen, sind die der Filterblase und der Echokammer. Die Annahme lautet hier – vereinfacht gesagt –, dass die Empfehlungen auf YouTube zum Beispiel dazu führen würden, dass Menschen nur noch Videos mit ähnlichen Inhalten und Positionen sehen und so in ihrer Meinungsbildung negativ beeinflusst würden. Sie würden also in einer Blase leben, in der nur noch Informationen zu ihnen gelangen, die sie in ihrer Meinung bestärken. Das ist allerdings eine sehr vereinfachte Darstellung von komplexen technischen Prozessen. So wie der Prozess der Meinungsbildung komplex ist, so sind auch die Empfehlungssysteme nicht so simpel gestrickt. Bisher konnte keine Studie nachweisen, dass es Filterblasen- oder Echokammereffekte wirklich gibt.

CIVES: Aber begünstigen die Empfehlungen nicht, dass Nutzer*innen sich vor allem mit den Menschen verbinden oder die Inhalte konsumieren, die sie besonders anziehen?

Frau Nielsen: Natürlich, dafür sind diese Empfehlungssysteme schließlich entwickelt worden. Hierbei scheint mir allerdings vergessen worden zu sein, dass dieses Verhalten in der Natur des Menschen liegt. Auch außerhalb sozialer Medien umgeben sich Menschen doch besonders mit den Menschen, die ähnliche Interessen verfolgen oder bestimmte Werte teilen. Außerdem ist die Entscheidung, ob ich ein YouTube-Video gucke, einen Tweet lese oder jemanden auf Facebook als Freund hinzufüge doch nicht nur davon abhängig, ob mir das Video, der Tweet oder die Person vorgeschlagen worden ist. Hier zählen viele Faktoren rein und ähnliche politische Überzeugungen können ein kleiner Teil dieser Entscheidung sein – die Fokussierung auf Algorithmen führt daher zu einer vereinfachten Darstellung von komplexen Entscheidungsprozessen.

CIVES: Wie stehen Sie zu dem Thema Falschinformationen beziehungsweise Fake News? Kritiker sehen hier eine mögliche Gefahr für den Informations- und Meinungsaustausch in einer Demokratie.

Frau Nielsen: Tatsächlich stellt die Verbreitung von Falschinformationen ein Problem dar, allerdings wird die Schuld voreilig bei den Algorithmen und nicht den Produzenten und Verbreitern von Falschinformationen gesucht. Mir selbst ist Sicherheit sehr wichtig, weshalb ich es als wichtig empfinde darauf hinzuweisen, dass die Nutzung von Algorithmen in sozialen Medien heute schon einen großen Beitrag dazu leistet, die Sicherheit auf diesen Plattformen zu erhöhen. So werden zum Beispiel Algorithmen eingesetzt, um gewaltverherrlichende, diskriminierende oder anderweitig verfassungsfeindliche Inhalte zu filtern und von den Plattformen zu entfernen. Die Plattform Twitter hat zum Beispiel in der Vergangenheit Versuche unternommen, Informationen, die klar als Falschinformationen identifiziert worden sind, automatisch als solche markieren zu lassen. Die Nutzung von Algorithmen leistet damit also einen Beitrag zur Sicherung der Demokratie und der Menschenwürde. Unter dem Aspekt der Freiheit ist außerdem hervorzuheben, dass es noch nie einfacher als heute war, seiner Stimme über soziale Medien Gehör zu verschaffen. Die Empfehlungssysteme helfen dabei, dass diese Stimmen sichtbar werden und Menschen, die sich für ein Thema interessieren, auch schnell weitere relevante Informationen erhalten. Die Nutzung von Algorithmen unterstützt also die Meinungsfreiheit und den Meinungsaustausch.

CIVES: Vielen Dank für Ihre Einschätzung!

© Frederik Heyen & Claudia Forkarth, unter Mitarbeit von Stefanie Elschner und Sarah-Christin Prange, veröffentlicht in CIVES-Praxistext #11 (05/2023).

Aufgabe 2: Die Argumente von Frau Nielsen

Aufgabe 3: Der politische Wert von Frau Nielsen

Aufgabe 5: Welche Argumente haben euch am meisten überzeugt? Tauscht euch in eurer Gruppe aus und wägt gemeinsam ab!

Ja, Algorithmen stellen **eine Gefahr** für die Meinungsbildung dar, weil…	**Nein**, Algorithmen stellen **keine Gefahr** für die Meinungsbildung dar, weil…
1.	1.
2.	2.

© Frederik Heyen & Claudia Forkarth, unter Mitarbeit von Stefanie Elschner und Sarah-Christin Prange, veröffentlicht in CIVES-Praxistext #11 (05/2023).

Aufgabe 6: Ein kurzes Gruppenurteil

Was ist die Position eurer Gruppe? **Kreuze an**.

☐ Algorithmen in sozialen Medien stellen **eine Gefahr** für die politische Meinungsbildung dar!

☐ Algorithmen in sozialen Medien stellen **keine Gefahr** für die politische Meinungsbildung dar!

Hinweis:

Für euer kurzes Gruppenurteil sollt ihr mindestens zwei Argumente für und ein Argument gegen eure Position verwenden und gegeneinander abwägen. Welches Argument war besonders überzeugend und warum? Welches war eher schwach?

Für euer Gruppenurteil könnt ihr dann folgenden Satzanfang verwenden:

„Wir sind der Meinung, dass Algorithmen in sozialen Medien eine Gefahr für die politische Meinungsbildung darstellen, weil… .“

„Wir sind nicht der Meinung, dass Algorithmen in sozialen Medien eine Gefahr für die politische Meinungsbildung darstellen, weil… .“

© Frederik Heyen & Claudia Forkarth, unter Mitarbeit von Stefanie Elschner und Sarah-Christin Prange, veröffentlicht in CIVES-Praxistext #11 (05/2023).

Arbeitsblatt 5 - Ein Experteninterview mit einem Softwareentwickler

Aufgaben

1. **Lies** dir den Text gründlich durch. **Markiere** dabei Wörter, die du nicht kennst.
2. **Notiere** dir in **Stichpunkten** die Argumente, welche die interviewte Person in Bezug auf die Frage, ob Algorithmen in sozialen Medien eine Gefahr für die Meinungsbildung darstellen, anführt [Einzelarbeit].
3. **Markiere** das Argument, welches dich am meisten überzeugt hat [Einzelarbeit].
4. **Tauscht euch** in der Gruppe über die Argumente der interviewten Personen **aus**. Haltet in **Stichpunkten** jeweils die zwei überzeugendsten Pro- und Contra-Argumente in der Tabelle unter Aufgabe 4 fest [Gruppenarbeit].
5. **Formuliert ein kurzes Gruppenurteil zu der Frage**, ob Algorithmen in sozialen Medien eine Gefahr für die politische Meinungsbildung darstellen. Benutzt hierbei mindestens **zwei** Argumente **für** eure Position und geht auf **ein Argument gegen** eure Position ein. Falls euch noch weitere Argumente einfallen, könnt ihr diese auch verwenden [Gruppenarbeit].

CIVES: Sehr geehrter Herr Witek, vielen Dank, dass Sie sich Zeit für unser Interview nehmen. Sie sind Experte auf dem Gebiet der Softwareentwicklung. Sie kennen sich also mit den Wirkweisen und Funktionen von Algorithmen in sozialen Medien sehr gut aus. Sehen Sie Gefahren für die politische Meinungsbildung durch die Nutzung von Algorithmen in sozialen Medien?

Herr Witek: Ich kann die Befürchtungen in Bezug auf die Meinungsbildung durchaus nachvollziehen, schließlich ist es für Außenstehende schwer zu verstehen, wie Algorithmen funktionieren. Allerdings sehe ich gegenwärtig keine Gefahr für die Meinungsbildung. Tatsächlich bin ich überzeugt davon, dass Menschen durch soziale Medien und die Empfehlungen, die mithilfe von Algorithmen umgesetzt werden, überhaupt erst Zugriff auf Inhalte und Informationen erhalten, die ihnen vorher verschlossen geblieben wären.

CIVES: Und wie stehen Sie dazu, dass Empfehlungssysteme dazu führen könnten, dass Menschen mit weniger Meinungsvielfalt in Berührung kommen?

© Frederik Heyen & Claudia Forkarth, unter Mitarbeit von Stefanie Elschner und Sarah-Christin Prange, veröffentlicht in CIVES-Praxistext #11 (05/2023).

Herr Witek: Erste Untersuchungen zeigen, dass eher das Gegenteil zu beobachten ist. Empfehlungssysteme wie der Newsfeed auf Twitter führen dazu, dass Menschen auch ganz zufällig mit politischen Inhalten in Berührung kommen, weil diese zum Beispiel von Kontakten geteilt oder kommentiert werden. Diese zufällige Begegnung mit politischen Inhalten führen dazu, dass Menschen, die sich bisher eher wenig oder gar nicht für Politik interessiert haben, sich plötzlich über politische Sachverhalte informieren und über diese austauschen. Es besteht also die Möglichkeit, dass ein Empfehlungssystem Meinungsvielfalt eher begünstigt, statt einschränkt.

CIVES: Und wenn sich Menschen nur mit Gleichgesinnten verbinden, besteht dann nicht eine höhere Wahrscheinlichkeit, dass diese Menschen auch Inhalte empfohlen bekommen, die sie in ihrer eigenen Meinung bestärken?

Herr Witek: Das ist natürlich möglich. Allerdings wird an diesem Beispiel auch deutlich, dass Menschen eine entscheidende Kontrolle und Verantwortung bezüglich der Nutzung sozialer Medien haben. Ob Menschen mit vielfältigen Meinungen in sozialen Medien in Berührung kommen, liegt schlussendlich am individuellen Nutzungsverhalten des Menschen. Die Empfehlungssysteme verstärken nur das, was die Menschen ohnehin mitbringen. Politisch interessierte Menschen, die Wert auf eine möglichst hohe Vielfalt an Meinungen zu einem bestimmten Thema legen, können möglichst verschiedene Videos zu einem Thema ansehen oder verschiedenen Profilen folgen und erhalten so auch sehr unterschiedliche Empfehlungen.

CIVES: Vielen Dank für Ihre Einschätzung!

© Frederik Heyen & Claudia Forkarth, unter Mitarbeit von Stefanie Elschner und Sarah-Christin Prange, veröffentlicht in CIVES-Praxistext #11 (05/2023).

Aufgabe 2: Die Argumente von Herrn Witek

Aufgabe 4: Welche Argumente haben euch am meisten überzeugt? Tauscht euch in eurer Gruppe aus und wägt gemeinsam ab!

Ja, Algorithmen stellen **eine Gefahr** für die Meinungsbildung dar, weil…	**Nein**, Algorithmen stellen **keine Gefahr** für die Meinungsbildung dar, weil…
1.	1.
2.	2.

© Frederik Heyen & Claudia Forkarth, unter Mitarbeit von Stefanie Elschner und Sarah-Christin Prange, veröffentlicht in CIVES-Praxistext #11 (05/2023).

CIVES! School of Civic Education

Aufgabe 5: Ein kurzes Gruppenurteil

Was ist die Position eurer Gruppe? **Kreuze an**.

☐ Algorithmen in sozialen Medien stellen **eine Gefahr** für die politische Meinungsbildung dar!

☐ Algorithmen in sozialen Medien stellen **keine Gefahr** für die politische Meinungsbildung dar!

Hinweis:

Für euer kurzes Gruppenurteil sollt ihr mindestens zwei Argumente für und ein Argument gegen eure Position verwenden und gegeneinander abwägen. Welches Argument war besonders überzeugend und warum? Welches war eher schwach?

Für euer Gruppenurteil könnt ihr dann folgenden Satzanfang verwenden:

„Wir sind der Meinung, dass Algorithmen in sozialen Medien eine Gefahr für die politische Meinungsbildung darstellen, weil… .“

„Wir sind nicht der Meinung, dass Algorithmen in sozialen Medien eine Gefahr für die politische Meinungsbildung darstellen, weil… .“

© Frederik Heyen & Claudia Forkarth, unter Mitarbeit von Stefanie Elschner und Sarah-Christin Prange, veröffentlicht in CIVES-Praxistext #11 (05/2023).

Arbeitsblatt 5A - Ein Experteninterview mit einem Softwareentwickler

Aufgaben

1. **Lies** dir den Text gründlich durch. **Markiere** dabei Wörter, die du nicht kennst.
2. **Notiere** dir in **Stichpunkten** die Argumente, welche die interviewte Person in Bezug auf die Frage, ob Algorithmen in sozialen Medien eine Gefahr für die Meinungsbildung darstellen, anführt [Einzelarbeit].
3. **Notiere** den politischen Wert, der für Herrn Witek besonders wichtig ist [Einzelarbeit].
4. **Markiere** das Argument, welches dich am meisten überzeugt hat [Einzelarbeit].
5. **Tauscht euch** in der Gruppe über die Argumente der interviewten Personen **aus**. Haltet in **Stichpunkten** jeweils die zwei überzeugendsten Pro- und Contra-Argumente in der Tabelle unter Aufgabe 5 fest [Gruppenarbeit].
6. **Formuliert ein kurzes Gruppenurteil zu der Frage**, ob Algorithmen in sozialen Medien eine Gefahr für die politische Meinungsbildung darstellen. Benutzt hierbei mindestens **zwei** Argumente **für** eure Position und geht auf **ein Argument gegen** eure Position ein. Falls euch noch weitere Argumente einfallen, könnt ihr diese auch verwenden [Gruppenarbeit].

CIVES: Sehr geehrter Herr Witek, vielen Dank, dass Sie sich Zeit für unser Interview nehmen. Sie sind Experte auf dem Gebiet der Softwareentwicklung. Sie kennen sich also mit den Wirkweisen und Funktionen von Algorithmen in sozialen Medien sehr gut aus. Sehen Sie Gefahren für die politische Meinungsbildung durch die Nutzung von Algorithmen in sozialen Medien?

Herr Witek: Ich kann die Befürchtungen in Bezug auf die Meinungsbildung durchaus nachvollziehen, schließlich ist es für Außenstehende schwer zu verstehen, wie Algorithmen funktionieren. Allerdings sehe ich gegenwärtig keine Gefahr für die Meinungsbildung. Tatsächlich bin ich überzeugt davon, dass Menschen durch soziale Medien und die Empfehlungen, die mithilfe von Algorithmen umgesetzt werden, überhaupt erst Zugriff auf Inhalte und Informationen erhalten, die ihnen vorher verschlossen geblieben wären.

© Frederik Heyen & Claudia Forkarth, unter Mitarbeit von Stefanie Elschner und Sarah-Christin Prange, veröffentlicht in CIVES-Praxistext #11 (05/2023).

CIVES: Und wie stehen Sie dazu, dass Empfehlungssysteme dazu führen könnten, dass Menschen mit weniger Meinungsvielfalt in Berührung kommen?

Herr Witek: Erste Untersuchungen zeigen, dass eher das Gegenteil zu beobachten ist. Empfehlungssysteme wie der Newsfeed auf Twitter führen dazu, dass Menschen auch ganz zufällig mit politischen Inhalten in Berührung kommen, weil diese zum Beispiel von Kontakten geteilt oder kommentiert werden. Diese zufällige Begegnung mit politischen Inhalten führen dazu, dass Menschen, die sich bisher eher wenig oder gar nicht für Politik interessiert haben, sich plötzlich über politische Sachverhalte informieren und über diese austauschen. Es besteht also die Möglichkeit, dass ein Empfehlungssystem Meinungsvielfalt eher begünstigt, statt einschränkt.

CIVES: Und wenn sich Menschen nur mit Gleichgesinnten verbinden, besteht dann nicht eine höhere Wahrscheinlichkeit, dass diese Menschen auch Inhalte empfohlen bekommen, die sie in ihrer eigenen Meinung bestärken?

Herr Witek: Das ist natürlich möglich. Allerdings haben Nutzer*innen sozialer Medien jede Freiheit, Inhalte zu suchen, die andere Meinungen und Positionieren abbilden. Die Algorithmen und ihre Regeln gelten für alle Nutzer*innen gleichermaßen, sie leisten also einen Beitrag zur Chancengleichheit, die mir sehr wichtig ist. In sozialen Medien hat jeder Mensch die gleichen Chancen zur Teilhabe, also seiner Stimme Gehör zu verschaffen und „viral“ zu gehen, an Diskussionen teilzunehmen, in einen Austausch zu treten und mit verschiedenen Meinungen in Berührung zu kommen. Es wird nur ein funktionierender Internetzugang und ein Handy oder Computer benötigt. An diesem Beispiel wird eher deutlich, dass Menschen eine entscheidende Kontrolle und Verantwortung bezüglich der Nutzung sozialer Medien tragen. Ob Menschen mit vielfältigen Meinungen in sozialen Medien in Berührung kommen, liegt schlussendlich ganz besonders an ihrem individuellen Nutzungsverhalten. Die Empfehlungssysteme verstärken nur das, was die Menschen ohnehin mitbringen. Politisch interessierte Nutzer*innen, die Wert auf eine möglichst hohe Vielfalt an Meinungen zu einem bestimmten Thema legen, können möglichst verschiedene Videos zu einem Thema ansehen oder verschiedenen Profilen folgen und erhalten so auch sehr unterschiedliche Empfehlungen.

CIVES: Vielen Dank für Ihre Einschätzung!

© Frederik Heyen & Claudia Forkarth, unter Mitarbeit von Stefanie Elschner und Sarah-Christin Prange, veröffentlicht in CIVES-Praxistext #11 (05/2023).

Aufgabe 2: Die Argumente von Herrn Witek

Aufgabe 3: Der politische Wert von Herrn Witek

Aufgabe 5: Welche Argumente haben euch am meisten überzeugt? Tauscht euch in eurer Gruppe aus und wägt gemeinsam ab!

Ja, Algorithmen stellen **eine Gefahr** für die Meinungsbildung dar, weil…	**Nein**, Algorithmen stellen **keine Gefahr** für die Meinungsbildung dar, weil…
1.	1.
2.	2.

© Frederik Heyen & Claudia Forkarth, unter Mitarbeit von Stefanie Elschner und Sarah-Christin Prange, veröffentlicht in CIVES-Praxistext #11 (05/2023).

CIVES! School of Civic Education

Aufgabe 6: Ein kurzes Gruppenurteil

Was ist die Position eurer Gruppe? **Kreuze an**.

☐ Algorithmen in sozialen Medien stellen **eine Gefahr** für die politische Meinungsbildung dar!

☐ Algorithmen in sozialen Medien stellen **keine Gefahr** für die politische Meinungsbildung dar!

Hinweis:

Für euer kurzes Gruppenurteil sollt ihr mindestens zwei Argumente für und ein Argument gegen eure Position verwenden und gegeneinander abwägen. Welches Argument war besonders überzeugend und warum? Welches war eher schwach?

Für euer Gruppenurteil könnt ihr dann folgenden Satzanfang verwenden:

„Wir sind der Meinung, dass Algorithmen in sozialen Medien eine Gefahr für die politische Meinungsbildung darstellen, weil… .“

„Wir sind nicht der Meinung, dass Algorithmen in sozialen Medien eine Gefahr für die politische Meinungsbildung darstellen, weil… .“

© Frederik Heyen & Claudia Forkarth, unter Mitarbeit von Stefanie Elschner und Sarah-Christin Prange, veröffentlicht in CIVES-Praxistext #11 (05/2023).

Arbeitsblatt 6 - Ein Experteninterview mit einer Demokratieforscherin

Aufgaben

1. **Lies** dir den Text gründlich durch. **Markiere** dabei Wörter, die du nicht kennst.
2. **Notiere** dir in **Stichpunkten** die Argumente, welche die interviewte Person in Bezug auf die Frage, ob Algorithmen in sozialen Medien eine Gefahr für die Meinungsbildung darstellen, anführt [Einzelarbeit].
3. **Markiere** das Argument, welches dich am meisten überzeugt hat [Einzelarbeit].
4. **Tauscht euch** in der Gruppe über die Argumente der interviewten Personen **aus**. Haltet in **Stichpunkten** jeweils die zwei überzeugendsten Pro- und Contra-Argumente in der Tabelle unter Aufgabe 4 fest [Gruppenarbeit].
5. **Formuliert ein kurzes Gruppenurteil zu der Frage**, ob Algorithmen in sozialen Medien eine Gefahr für die politische Meinungsbildung darstellen. Benutzt hierbei mindestens **zwei** Argumente **für** eure Position und geht auf **ein Argument gegen** eure Position ein. Falls euch noch weitere Argumente einfallen, könnt ihr diese auch verwenden [Gruppenarbeit].

CIVES: Sehr geehrte Frau Ritter, vielen Dank, dass Sie sich Zeit für unser Interview nehmen. Sie sind Expertin auf dem Gebiet der politischen Bildung. In Ihren Arbeiten setzen Sie sich besonders mit der politischen Meinungsbildung auseinander und äußern sich häufig kritisch gegenüber der Nutzung von Algorithmen in sozialen Medien. Warum?

Frau Ritter: Ja, da haben Sie recht. Allerdings geht es mir nicht um die Nutzung von Algorithmen in sozialen Medien allgemein, denn ohne Algorithmen würden soziale Medien wohl nicht funktionieren. Stattdessen sind es besonders die Empfehlungssysteme auf YouTube, Twitter und Co., denen ich kritisch gegenüberstehe.

CIVES: Was genau sehen Sie kritisch?

Frau Ritter: Politische Meinungsbildung setzt voraus, dass wir als Menschen mit vielen verschiedenen Interessen und Positionen in Berührung kommen. Besonders zu kontroversen Themen wie dem Verbot von *Lootboxen* in Videospielen oder einer Erhöhung des Mindestlohns gibt es verschiedene Argumente, die es für die eigene Meinungsbildung abzuwägen gilt. Die Empfehlungssysteme in sozialen Medien erschweren die Auseinandersetzung mit verschiedenen Positionen.

© Frederik Heyen & Claudia Forkarth, unter Mitarbeit von Stefanie Elschner und Sarah-Christin Prange, veröffentlicht in CIVES-Praxistext #11 (05/2023).

CIVES: Inwiefern erschweren Empfehlungssysteme, die mithilfe von Algorithmen umgesetzt werden, die Meinungsbildung?

Frau Ritter: Überspitzt formuliert könnte man sagen, dass diese Empfehlungen dazu führen könnten, dass Menschen nur noch lesen und hören, was sie in ihrer eigenen Meinung bestärkt. Die Empfehlungen basieren schließlich auf den Interessen der Nutzer*innen und heben besonders die Inhalte hervor, die den Nutzer*innen gefallen oder Inhalte, die eine besonders große Aufmerksamkeit erzeugen, weil sie zum Beispiel besonders kontrovers oder emotional berührend sind. Besonders Inhalte und Positionen von Minderheiten könnten dann eher weniger empfohlen werden, weil sie seltener viel Aufmerksamkeit erzeugen. So könnte dann für Nutzer*innen der Eindruck entstehen, dass es zu einem Thema nur ähnliche Meinungen gebe, weil ihnen keine widersprechenden Inhalte angezeigt werden. In diesem Zusammenhang wird häufig von Echokammern oder Filterblasen gesprochen – also dass Menschen sich in kleinen Gruppen bewegen und sich gegenseitig nur in ihren Meinungen bestätigen.

CIVES: Gegner Ihrer Kritik argumentieren, dass es bisher keine Untersuchungen gibt, die bestätigen, dass es diese Echokammern- und Filterblasen-Effekte gäbe. Wie stehen Sie dazu?

Frau Ritter: Tatsächlich stehen wir noch am Anfang unserer Forschung. Erste Untersuchungen von Twitter zeigen aber zum Beispiel, dass besonders bei politischen Themen die Nutzer*innen von Twitter sich in kleine Gruppen zurückziehen und lieber „unter sich“ bleiben. Es bleibt also zu prüfen, ob sich die erwarteten Effekte auf die politische Meinungsbildung auch tatsächlich nachweisen lassen.

CIVES: Vielen Dank für das Interview und Ihre Einschätzung!

© Frederik Heyen & Claudia Forkarth, unter Mitarbeit von Stefanie Elschner und Sarah-Christin Prange, veröffentlicht in CIVES-Praxistext #11 (05/2023).

Aufgabe 2: Die Argumente von Frau Ritter

Aufgabe 4: Welche Argumente haben euch am meisten überzeugt? Tauscht euch in eurer Gruppe aus und wägt gemeinsam ab!

Ja, Algorithmen stellen **eine Gefahr** für die Meinungsbildung dar, weil…	**Nein**, Algorithmen stellen **keine Gefahr** für die Meinungsbildung dar, weil…
1.	1.
2.	2.

© Frederik Heyen & Claudia Forkarth, unter Mitarbeit von Stefanie Elschner und Sarah-Christin Prange, veröffentlicht in CIVES-Praxistext #11 (05/2023).

CIVES! School of Civic Education

Aufgabe 5: Ein kurzes Gruppenurteil

Was ist die Position eurer Gruppe? **Kreuze an**.

☐ Algorithmen in sozialen Medien stellen **eine Gefahr** für die politische Meinungsbildung dar!

☐ Algorithmen in sozialen Medien stellen **keine Gefahr** für die politische Meinungsbildung dar!

Hinweis:

Für euer kurzes Gruppenurteil sollt ihr mindestens zwei Argumente für und ein Argument gegen eure Position verwenden und gegeneinander abwägen. Welches Argument war besonders überzeugend und warum? Welches war eher schwach?

Für euer Gruppenurteil könnt ihr dann folgenden Satzanfang verwenden:

„Wir sind der Meinung, dass Algorithmen in sozialen Medien eine Gefahr für die politische Meinungsbildung darstellen, weil… .“

„Wir sind nicht der Meinung, dass Algorithmen in sozialen Medien eine Gefahr für die politische Meinungsbildung darstellen, weil… .“

© Frederik Heyen & Claudia Forkarth, unter Mitarbeit von Stefanie Elschner und Sarah-Christin Prange, veröffentlicht in CIVES-Praxistext #11 (05/2023).

Arbeitsblatt 6A - Ein Experteninterview mit einer Demokratieforscherin

Aufgaben

1. **Lies** dir den Text gründlich durch. **Markiere** dabei Wörter, die du nicht kennst.
2. **Notiere** dir in **Stichpunkten** die Argumente, welche die interviewte Person in Bezug auf die Frage, ob Algorithmen in sozialen Medien eine Gefahr für die Meinungsbildung darstellen, anführt [Einzelarbeit].
3. **Notiere** den politischen Wert, der für Frau Ritter besonders wichtig ist [Einzelarbeit].
4. **Markiere** das Argument, welches dich am meisten überzeugt hat [Einzelarbeit].
5. **Tauscht euch** in der Gruppe über die Argumente der interviewten Personen **aus**. Haltet in **Stichpunkten** jeweils die zwei überzeugendsten Pro- und Contra-Argumente in der Tabelle unter Aufgabe 5 fest [Gruppenarbeit].
6. **Formuliert ein kurzes Gruppenurteil zu der Frage**, ob Algorithmen in sozialen Medien eine Gefahr für die politische Meinungsbildung darstellen. Benutzt hierbei mindestens **zwei** Argumente **für** eure Position und geht auf **ein Argument gegen** eure Position ein. Falls euch noch weitere Argumente einfallen, könnt ihr diese auch verwenden [Gruppenarbeit].

CIVES: Sehr geehrte Frau Ritter, vielen Dank, dass Sie sich Zeit für unser Interview nehmen. Sie sind Expertin auf dem Gebiet der politischen Bildung. In Ihren Arbeiten setzen Sie sich besonders mit der politischen Meinungsbildung auseinander und äußern sich häufig kritisch gegenüber der Nutzung von Algorithmen in sozialen Medien. Warum?

Frau Ritter: Ja, da haben Sie recht. Allerdings geht es mir nicht um die Nutzung von Algorithmen in sozialen Medien allgemein, denn ohne Algorithmen würden soziale Medien wohl nicht funktionieren. Stattdessen sind es besonders die Empfehlungssysteme auf YouTube, Twitter und Co., denen ich kritisch gegenüberstehe.

CIVES: Was genau sehen Sie kritisch?

Frau Ritter: Politische Meinungsbildung setzt voraus, dass wir als Menschen mit vielen verschiedenen Interessen und Positionen in Berührung kommen. Besonders zu kontroversen Themen wie dem Verbot von *Lootboxen* in Videospielen, der Senkung des Alters für die Wahlberechtigung oder einer Erhöhung des Mindestlohns gibt es verschiedene Argumente, die es für die eigene Meinungsbildung abzuwägen gilt. Die Empfehlungssysteme in sozialen Medien erschweren die Auseinandersetzung mit verschiedenen Positionen.

© Frederik Heyen & Claudia Forkarth, unter Mitarbeit von Stefanie Elschner und Sarah-Christin Prange, veröffentlicht in CIVES-Praxistext #11 (05/2023).

CIVES: Inwiefern erschweren Empfehlungssysteme, die mithilfe von Algorithmen umgesetzt werden, die Meinungsbildung?

Frau Ritter: Überspitzt formuliert könnte man sagen, dass diese Empfehlungen dazu führen könnten, dass Menschen nur noch lesen und hören, was sie in ihrer eigenen Meinung bestärkt. Die Empfehlungen basieren schließlich auf den Interessen der Nutzer*innen. In diesem Zusammenhang wird häufig von Echokammern oder Filterblasen gesprochen – also dass Menschen sich in kleinen Gruppen bewegen und sich gegenseitig nur in ihren Meinungen bestätigen.

CIVES: Gegner Ihrer Kritik argumentieren, dass es bisher keine Untersuchungen gibt, die bestätigen, dass es diese Echokammern- und Filterblasen-Effekte gäbe. Wie stehen Sie dazu?

Frau Ritter: Tatsächlich stehen wir noch am Anfang unserer Forschung. Erste Untersuchungen von Twitter zeigen aber zum Beispiel, dass besonders bei politischen Themen die Nutzer*innen von Twitter sich in kleine Gruppen zurückziehen und lieber „unter sich" bleiben. Es bleibt also zu prüfen, ob sich die erwarteten Effekte auf die politische Meinungsbildung auch tatsächlich nachweisen lassen. Darüber hinaus gibt es allerdings bereits sichtbare Entwicklungen, die ich für problematisch halte.

CIVES: Welche Entwicklungen meinen Sie?

Frau Ritter: Die Algorithmen der Empfehlungssysteme in sozialen Medien bevorteilen vor allem die Inhalte, die eine besonders große Aufmerksamkeit erzeugen, weil sie zum Beispiel besonders kontrovers oder emotional berührend sind. Nutzer*innen mit einer großen Followerschaft, z. B. Personen des öffentlichen Lebens, Influencer und Promis, haben es da leicht, denn ihre Beiträge werden immer von vielen Menschen kommentiert, geliked oder geteilt. Positionen von Minderheiten oder von Menschen mit nur wenigen Followern bleiben dagegen nahezu unsichtbar, weil sie selten viel Aufmerksamkeit generieren. Das sehe ich als großes Problem, weil die ohnehin ungleiche Verteilung von Chancen zur Teilhabe am Meinungsaustausch so noch verstärkt wird und sich in den digitalen Raum überträgt. Chancengleichheit ist allerdings ein für die Demokratie und auch für mich sehr wichtiger politischer Wert. Menschen, die ohnehin über sehr viel Macht und damit politische Einflussmöglichkeiten verfügen, können die Systeme in sozialen Medien nutzen, um ihre Positionen und Interessen noch sichtbarer zu machen, während einfache Nutzer*innen ihrer Stimme kaum Gehör verschaffen können.

CIVES: Vielen Dank für das Interview und Ihre Einschätzung!

© Frederik Heyen & Claudia Forkarth, unter Mitarbeit von Stefanie Elschner und Sarah-Christin Prange, veröffentlicht in CIVES-Praxistext #11 (05/2023).

Aufgabe 2: Die Argumente von Frau Ritter

Aufgabe 3: Der politische Wert von Frau Ritter

Aufgabe 5: Welche Argumente haben euch am meisten überzeugt? Tauscht euch in eurer Gruppe aus und wägt gemeinsam ab!

Ja, Algorithmen stellen **eine Gefahr** für die Meinungsbildung dar, weil…	**Nein**, Algorithmen stellen **keine Gefahr** für die Meinungsbildung dar, weil…
1.	1.
2.	2.

© Frederik Heyen & Claudia Forkarth, unter Mitarbeit von Stefanie Elschner und Sarah-Christin Prange, veröffentlicht in CIVES-Praxistext #11 (05/2023).

Aufgabe 6: Ein kurzes Gruppenurteil

Was ist die Position eurer Gruppe? **Kreuze an**.

☐ Algorithmen in sozialen Medien stellen **eine Gefahr** für die politische Meinungsbildung dar!

☐ Algorithmen in sozialen Medien stellen **keine Gefahr** für die politische Meinungsbildung dar!

Hinweis:

Für euer kurzes Gruppenurteil sollt ihr mindestens zwei Argumente für und ein Argument gegen eure Position verwenden und gegeneinander abwägen. Welches Argument war besonders überzeugend und warum? Welches war eher schwach?

Für euer Gruppenurteil könnt ihr dann folgenden Satzanfang verwenden:

„Wir sind der Meinung, dass Algorithmen in sozialen Medien eine Gefahr für die politische Meinungsbildung darstellen, weil… .“

„Wir sind nicht der Meinung, dass Algorithmen in sozialen Medien eine Gefahr für die politische Meinungsbildung darstellen, weil… .“

© Frederik Heyen & Claudia Forkarth, unter Mitarbeit von Stefanie Elschner und Sarah-Christin Prange, veröffentlicht in CIVES-Praxistext #11 (05/2023).

Arbeitsblatt 7 - Beobachtungs- und Bewertungsbogen für die Pro-Kontra-Debatte

Bewertungskriterien	Beobachtung/Bewertung	
Allgemein Gesprächsatmosphäre		
Moderation Strukturierung a) Einleitung b) Schluss-Statement c) Steuerung der Debatte		
Teilnehmer*innen	**Pro-Seite**	**Contra-Seite**
Positionen zur Diskussionsfrage (Welche Teilnehmer*innen halten Algorithmen für gefährlich und welche nicht?)		
Argumente (Welche Argumente wurden angeführt?)		
Überzeugungskraft (sehr überzeugend, wenig überzeugend)		
Sprache a) klar und verständlich b) anschauliche Beispiele		
Zeitrahmen eingehalten?		

© Frederik Heyen & Claudia Forkarth, unter Mitarbeit von Stefanie Elschner und Sarah-Christin Prange, veröffentlicht in CIVES-Praxistext #11 (05/2023).
Der Beobachtungs- und Bewertungsbogen wurde erstmals in CIVES-Praxistest#8 von Prof. Dr. Sabine Manzel vorgestellt.

Arbeitsblatt 8 - Dein politisches Urteil

Du hast dich intensiv mit der Frage beschäftigt, ob Algorithmen in sozialen Medien eine Bedrohung für die politische Meinungsbildung darstellen könnten. Du hast dich informiert, was soziale Medien sind und recherchiert, wie Algorithmen funktionieren und in sozialen Medien eingesetzt werden. Außerdem hast du Einschätzungen von Expert*innen untersucht und ein erstes, vorläufiges Urteil mit deinen Mitschüler*innen diskutiert. Nun ist es an der Zeit, dass du dein persönliches politisches Urteil fällst.

Aufgabe

Schreibe dein eigenes Urteil zur Frage **„Stellen Algorithmen in sozialen Medien eine Bedrohung für die politische Meinungsbildung dar?“**

Denke dabei immer an den übergeordneten Prozess, den du während der Unterrichtsreihe durchlaufen hast und nutze die Materialien, die du erstellt und gesammelt hast. Zur Unterstützung kannst du außerdem gerne die Checkliste – *In 7 Schritten zum Politischen Urteil* zu Hilfe nehmen.

© Frederik Heyen & Claudia Forkarth, unter Mitarbeit von Stefanie Elschner und Sarah-Christin Prange, veröffentlicht in CIVES-Praxistext #11 (05/2023).

© Frederik Heyen & Claudia Forkarth, unter Mitarbeit von Stefanie Elschner und Sarah-Christin Prange, veröffentlicht in CIVES-Praxistext #11 (05/2023).

Arbeitsblatt 8A - Dein politisches Urteil

Du hast dich mit der Frage beschäftigt, ob Algorithmen in sozialen Medien eine Bedrohung für die politische Meinungsbildung darstellen könnten. Du hast dich informiert, was soziale Medien sind und recherchiert, wie Algorithmen funktionieren und in sozialen Medien eingesetzt werden. Außerdem hast du Einschätzungen von Expert*innen untersucht und ein erstes, vorläufiges Urteil mit deinen Mitschüler*innen diskutiert. Nun ist es an der Zeit, dass du dein persönliches politisches Urteil fällst

Aufgabe

Schreibe dein **eigenes Urteil** zur Frage *„Stellen Algorithmen in sozialen Medien eine Bedrohung für die politische Meinungsbildung dar?“*. **Begründe** deine Position!

Nutze die Materialien, die du in der Unterrichtsreihe erstellt und gesammelt hast, um relevante Argumente für deine Position (und die Gegenposition) in dein Urteil einzubauen. Die Checkliste *In 7 Schritten zum Politischen Urteil* zeigt dir, wie dein Urteil aufgebaut werden soll.

Was ist deine Position? **Kreuze an**.

☐ Algorithmen in sozialen Medien stellen **eine Gefahr** für die politische Meinungsbildung dar!

☐ Algorithmen in sozialen Medien stellen **keine Gefahr** für die politische Meinungsbildung dar!

Zur Vorbereitung

Was sind die wichtigsten Argumente für und gegen deine Position? **Mache** dir **Notizen**.

Für meine Position spricht… (Pro-Argumente)	Gegen meine Position spricht… (Contra-Argumente)

© Frederik Heyen & Claudia Forkarth, unter Mitarbeit von Stefanie Elschner und Sarah-Christin Prange, veröffentlicht in CIVES-Praxistext #11 (05/2023).

Dein Urteil

Einleitung	
Positionierung	
Argumente und Beispiele für die eigene Position	
Argumente der Gegenseite	
Abschließendes Urteil	

© Frederik Heyen & Claudia Forkarth, unter Mitarbeit von Stefanie Elschner und Sarah-Christin Prange, veröffentlicht in CIVES-Praxistext #11 (05/2023).

Arbeitsblatt 9 - Checkliste
In 7 Schritten zum Politischen Urteil

T - topic
R - reason
E - example
E - ending

1. Die Einleitung

Du beziehst dich auf die Aufgabenstellung und nennst die zentrale Fragestellung, die diskutiert wird. Beachte auch in welchem Zusammenhang (Kontext) die Frage steht.

↓

2. Die Positionierung

Du wählst eine Position und machst sie zu Beginn deines Urteils deutlich. Zum Beispiel durch persönliche Formulierungen wie: „*Ich finde, dass…*“, „*Ich bin der Meinung,…sollte…*“; *Ich bin gegen/für…*“, „*Meiner Meinung nach…*“.

Die indirekte Rede oder man-Form benutzt du, wenn du die Meinung oder Argumente von Anderen beschreibst.

↓

3. Die Argumente (= Gründe)

Du nutzt verschiedene Argumente/Gründe, um deine Position deutlich zu machen. Diese kannst du zum Beispiel einleiten durch Konjunktionen wie „*weil*“, „*da*“, „*denn*“ oder „*deswegen*“.

Du musst deine Argumente strukturieren. Verbindungen zwischen Argumenten kannst du unter anderem durch Satzanfänge herstellen wie „*zuerst*“, „*dann*“, *außerdem*“, „*zuletzt*“ oder Konjunktionen wie „*und*“, „*oder*“, „*aber*“.

↓

4 . Die Beispiele/Belege

Du findest Beispiele, die deine Position unterstützen. So kann der Leser oder die Leserin deine Position besser verstehen.

Sprachlich kannst du Beispiele so formulieren: „*Ein Beispiel dafür ist…*“, „*Zum Beispiel findet man…*“, „*…ist beispielsweise ein Argument für/gegen…*“.

↓

© Frederik Heyen & Claudia Forkarth, unter Mitarbeit von Stefanie Elschner und Sarah-Christin Prange, veröffentlicht in CIVES-Praxistext #11 (05/2023). Die Checkliste entstammt den Materialien für den textsortenbasierten Politik-/GL-Unterricht von Forkarth, C. & Manzel, S., die im Rahmen des Projekts SchriFT II entwickelt und 2021 als Open-Access veröffentlicht wurden.

5. Die Argumente der Gegenseite (= Gegengründe)

Politische Urteil sind immer multiperspektivisch. Das heißt, man betrachtet eine Frage/ein Problem aus unterschiedlichen Sichtweisen. Deswegen hast du dir auch unterschiedliche Positionen angeschaut. Sie helfen dir, deine eigene Position zu stärken. Nutze Argumente der Gegenseite und stelle sie deinen Argumenten gegenüber.

Folgende Formulierungen helfen dir Argumente gegenüberzustellen oder zu entkräften: „*Aber…*“, „*Andererseits spricht dagegen, dass…*“, „*Dennoch bin ich davon überzeugt, dass…*“, „*jedoch…*“.

6. Die Berücksichtigung politischer Werte

Hinter den meisten Argumenten liegen auch politische Werte. Die sieht man nicht immer auf den ersten Blick. Manchmal musst du überlegen, was dahinterstehen könnte. Wenn jemand zum Beispiel sagt, Videokameraüberwachung vor Diskotheken in der Altstadt finde ich gut, dann könnte dahinter z.B. der Wert „Sicherheit“ stehen. Dieser Person ist persönliche Sicherheit wichtig, die der Staat, in diesem Fall die Polizei der Stadt, gewährleisten soll. Eine andere Person sagt z.B.: „Ich bin gegen Videokameras in der Altstadt“. Für ihn ist der Wert der „Freiheit“ höher als „Sicherheit“. Er möchte nicht, dass seine persönliche Freiheit durch den Staat eingeschränkt wird. Überlege, welcher Wert dir wichtig ist. Vielleicht hast du dich ja bei deinen Argumenten auch so entschieden, weil diese Argumente deine politischen Werte am besten vertreten?

7. Zusammenfassung/Abschließendes Urteil

Am Ende kommst du zu einem abschließenden Urteil auf Grundlage der zuvor dargestellten Argumente. Du fasst die Begründung für deine Position noch einmal zusammen. So machst du deutlich, warum du dich für diese Position entschieden hast. Häufig nimmt man hier auch noch einmal Bezug zur Ausgangsfrage.

Ein typischer Abschlusssatz lautet zum Beispiel: „*Abschließend kann man festhalten, dass es unterschiedliche Argumente dafür und dagegen gibt. Ich bin aber weiterhin der Meinung, dass… Denn vor allem das Argument…ist für mich besonders entscheidend.*“
Weitere Satzanfänge, die dir helfen das Urteil abzuschließen, sind zum Beispiel: „*Zum Schluss*“, „*Zusammenfassend*“, „*Um die Ausgangsfrage zu beantworten…*“.

Dein politisches Urteil

Merke! Für ein gutes politisches Urteil musst du nicht nur den Aufbau beachten. Du formulierst deinen Text **sachlich** und **präzise** (=genau). So kann jemand deinen Text verstehen, auch wenn er das Problem oder die Frage noch nicht kennt.

© Frederik Heyen & Claudia Forkarth, unter Mitarbeit von Stefanie Elschner und Sarah-Christin Prange, veröffentlicht in CIVES-Praxistext #11 (05/2023). Die Checkliste entstammt den Materialien für den textsortenbasierten Politik-/GL-Unterricht von Forkarth, C. & Manzel, S., die im Rahmen des Projekts SchriFT II entwickelt und 2021 als Open-Access veröffentlicht wurden.

Arbeitsblatt 10 - Tipps für eine Internetrecherche

Tipp 1: Das Thema eindeutig benennen

Wenn du etwas über Algorithmen herausfinden möchtest, dann sollte der Begriff „Algorithmus“ auch dein zentraler Suchbegriff für eine erste Recherche sein. Lernst du in diesem Zusammenhang weitere Begriffe, die dir wichtig erscheinen, dann kannst du mit diesen Begriffen weitersuchen. Verliere dabei aber nicht das Thema und deinen zentralen Suchbegriff aus dem Auge!

Tipp 2: Suchbegriffe richtig auswählen und Ergebnisse eingrenzen

Suchmaschinen wie Google prüfen jeden einzelnen Begriff, den du in die Suche eingibst. Die Auswahl der richtigen Suchwörter ist also für eine erfolgreiche Internetrecherche entscheidend, damit du nicht ganz viele Ergebnisse bekommst, die dir nicht weiterhelfen. Statt einzelner Wörter oder komplizierter verschachtelter Sätze verwendest du also stattdessen kurze und prägnante Kombinationen von einzelnen Wörtern!

Ein Beispiel: Beginne zunächst mit der Suche „Algorithmen Soziale Medien“, um allgemeine Informationen zu finden. Möchtest du nun spezifische Informationen für z.B. die Funktion von Algorithmen auf Instagram erhalten, ergänze den Begriff: „Algorithmen Soziale Medien Instagram“. Bist du zusätzlich besonders an Videos zu deiner Suche interessiert, ergänze den Begriff und grenze deine Ergebnisse so weiter ein: „Algorithmen Soziale Medien Instagram Video“.

Tipp 3: Verschiedene Quellen und Formate ausprobieren

Unser erster Instinkt bei einer Internetrecherche ist es, eine Suche bei Google zu starten. Vielleicht gibt es aber auch ein passendes YouTube-Video oder einen Podcast, mit dem du das Thema besser oder schneller verstehen kannst? Manche YouTube-Kanäle wie *youknow* oder *Kurzgesagt* haben sich sogar darauf spezialisiert, komplizierte Themen verständlich und anschaulich in wenigen Minuten zu erklären. Häufig findest du unter solchen Angeboten auch Quellen, die du für deine weitere Recherche nutzen kannst.

Ein Beispielvideo, welches dir bei deiner Recherche helfen kann, findest du über den QR-Code auf der rechten Seite!

Tipp 4: Quellen dokumentieren

Hast du eine besonders gute Quelle gefunden, dann lohnt es sich, diese aufzuschreiben bzw. zu dokumentieren. Dabei musst du nicht zwingend den gesamten Link (die URL) abschreiben. Häufig reicht es, wenn du dir aufschreibst, wie die Seite heißt und welche Suchbegriffe du verwendet hast. Dann findest du die Seite schnell wieder. Die meisten Browser am Computer, am Handy oder am Tablet bieten dir auch die Funktion, Seiten einer Lese- oder Favoritenliste hinzuzufügen. Diese funktionieren wie ein Lesezeichen in einem Buch und ermöglichen dir, mit wenigen Klicks deine Ergebnisse zu sichern.

© Frederik Heyen & Claudia Forkarth, unter Mitarbeit von Stefanie Elschner und Sarah-Christin Prange, veröffentlicht in CIVES-Praxistext #11 (05/2023).

Kopiervorlage — Karikatur

Karikatur

Algorithmen in sozialen Medien – Eine Gefahr für die politische Willensbildung?

Abb. 3: © Karikatur von dieKleinert.de/Markus Grolik; Abdruckgenehmigung für diesen CIVES-Praxistest #11; Verwendung nur für den eigenen Unterricht erlaubt.

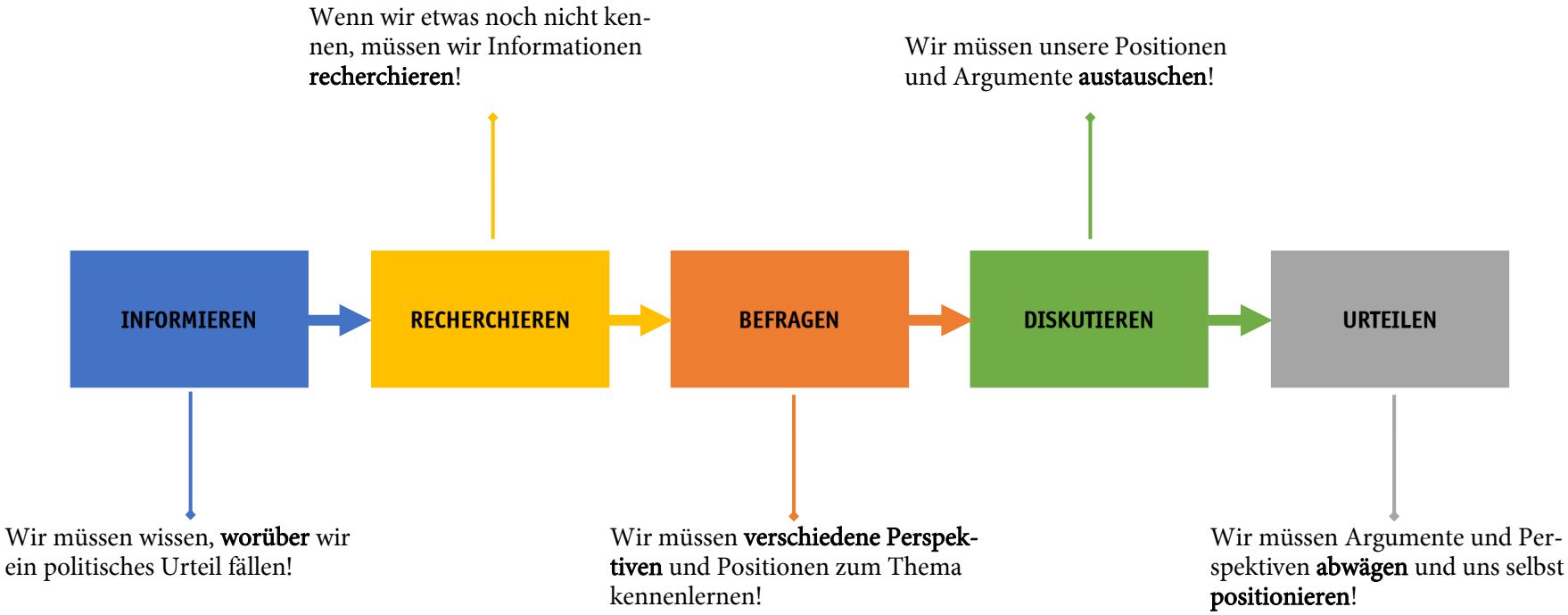
Dreischritt-Methode zur Karikaturen-Analyse

1. **Beschreibe** möglichst genau, was in der Karikatur dargestellt wird.
2. **Deute** die Karikatur, indem du ihre Bedeutung erklärst.
3. **Bewerte** die Karikatur!

© Frederik Heyen & Claudia Forkarth, unter Mitarbeit von Stefanie Elschner und Sarah-Christin Prange, veröffentlicht in CIVES-Praxistext #11 (05/2023).

Kopiervorlage — Prozessgrafik

Unser Weg zum politischen Urteil



© Frederik Heyen & Claudia Forkarth, unter Mitarbeit von Stefanie Elschner und Sarah-Christin Prange, veröffentlicht in CIVES-Praxistext #11 (04/2023).

Kopiervorlage — Fallbeispiel Torsten

Aleyna und Torsten

Aleyna und Torsten sind seit Jahren gut befreundet. Doch seit Beginn der Corona-Pandemie Anfang 2020 haben sie immer wieder heftig über die Schutzmaßnahmen diskutiert und sich sogar gestritten. Aleyna hat das Gefühl, dass Torsten sich sehr verändert hat: Er sitzt stundenlang vor seinem PC oder Handy, surft in sozialen Medien und auch seine Äußerungen werden immer radikaler …

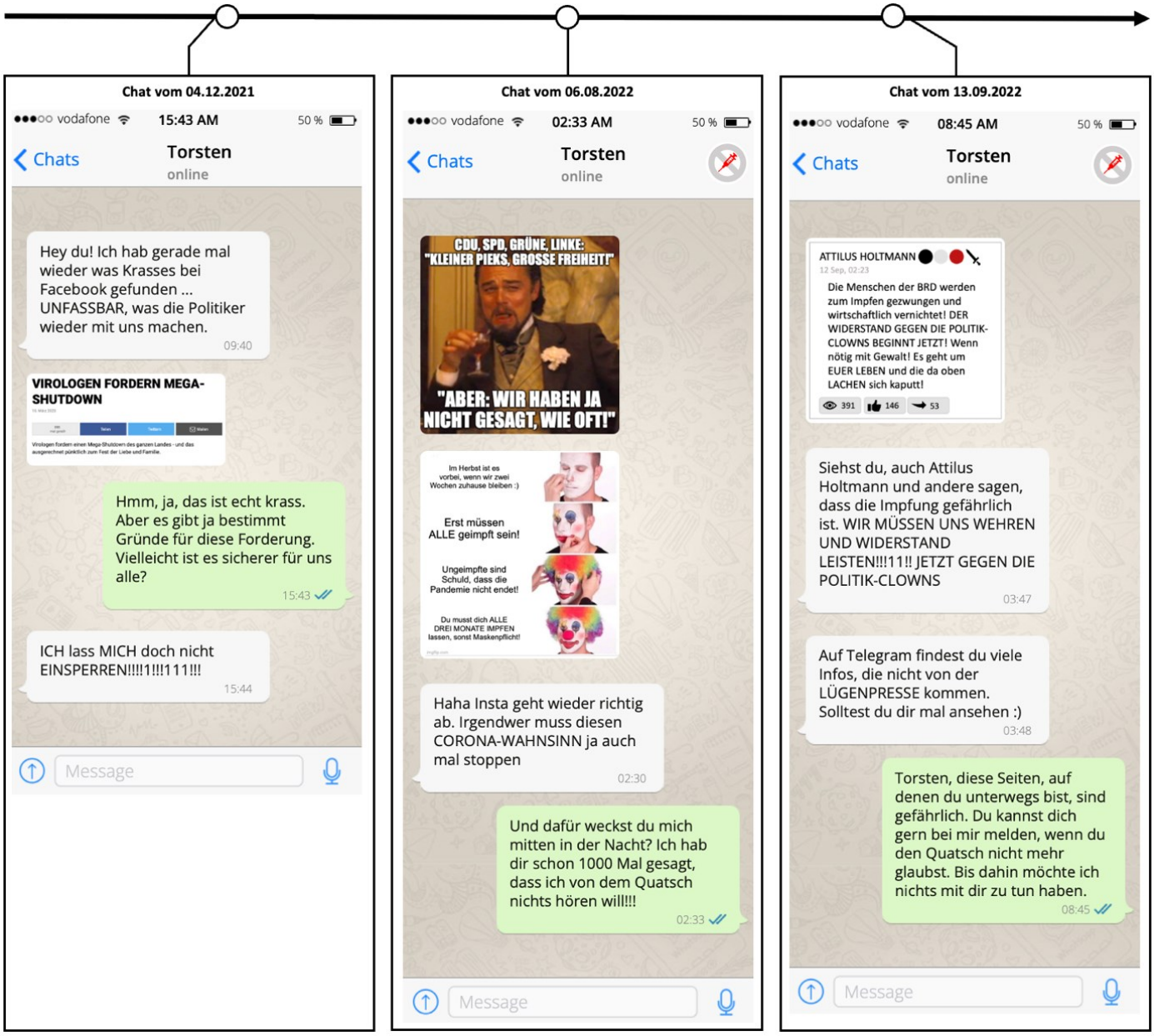


Abb. 4: Eigene Darstellung; WhatsApp-Chat erstellt via https://www.fakewhats.com/generator

© Frederik Heyen & Claudia Forkarth, unter Mitarbeit von Stefanie Elschner und Sarah-Christin Prange, veröffentlicht in CIVES-Praxistext #11 (05/2023).

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1 | „Social Media Marketing“: WebTechExperts via Pixabay. Abrufbar unter https://pixabay.com/de/illustrations/social-media-sozial-marketing-5187243/ [05.04.2023]

Abb. 2 | „Echokammern und Filterblasen“: Selbsterstellte Grafiken auf Basis der Definitionen von Bruns, 2019, S. 4.

Abb. 3 | „Weltbild“: ©dieKLEINERT.de/Markus Grolik; Illustration ist urheberrechtlich geschützt; Abdruckgenehmigung für CIVES-Praxistest #11; Verwendung nur für den eigenen Unterricht erlaubt.

Abb. 4 | „Fallbeispiel Aleyna und Torsten“: Eigene Darstellung; WhatsApp-Chat erstellt via https://www.fakewhats.com/generator; Memes erstellt via https://imgflip.com/memegenerator

Literaturverzeichnis

Akın, S., Akkuş, N., Enzenbach, C., Steck, C. & Roll, C. (2022). Deutsch: Materialien für den textsortenbasierten Deutschunterricht. In *Unterrichtsmaterialien für Lehrer:innen zum textsortenbasierten Schreiben.* Online verfügbar unter: https://duepublico2.uni-due.de/receive/duepublico_mods_00074199. Letzter Zugriff am: 03.05.2023.

Beam, M.A., Hutchens, M.J., & Hmielowski, J.D. (2018). Facebook news and (de)polarization: reinforcing spirals in the 2016 US election. *Information, Communication & Society, 21*(7), 940–958. https://doi.org/10.1080/1369118X.2018.1444783

Bell, E. (2016). The truth about Brexit didn't stand a chance in the online bubble (03.07.2016). *The Guardian.* Online verfügbar unter: https://www.theguardian.com/media/2016/jul/03/facebook-bubble-brexit-filter. Letzter Zugriff am: 04.03.2022.

Bergmann, H. (2020). Leseförderung im Politikunterricht: Grundlagen und Möglichkeiten. *Wochenschau Sonderheft Sek I/II, Sprachbildung im Politikunterricht,* 22–31.

Breit, G. (2000). Grundwerte im Politikunterricht. In G. Breit & S. Schiele (Hrsg.), *Werte in der politischen Bildung* (S. 218-248). Wochenschau.

Bro, P. & Wallberg, F. (2014). Digital Gatekeeping. *Digital Journalism, 2(*3), 446–454. https://doi.org/10.1080/21670811.2014.895507

Bruns, A. (2019). Filter bubble. *Internet Policy Review, 8*(4). https://doi.org/10.14763/2019.4.1426

Cargnino, M. (2020). The Interplay of Online Network Homogeneity, Populist Attitudes, and Conspiratorial Beliefs: Empirical Evidence From a Survey on German Facebook Users. *International Journal of Public Opinion Research.* Vorab-Onlinepublikation. https://doi.org/10.1093/ijpor/edaa036

Detjen, J., Massing, P., Richter, D. & Weißeno, G. (2012). *Politikkompetenz: ein Modell.* Springer VS.

DeVito, M. A. (2017). From Editors to Algorithms. A value-based approach to understanding story selection in the Facebook news feed. *Digital Journalism, 5*(6), 753–773. https://doi.org/10.1080/21670811.2016.1178592

Dubois, E., & Blank, G. (2018). The echo chamber is overstated: the moderating effect of political interest and diverse media. *Information, Communication & Society, 21*(5), 729–745. https://doi.org/10.1080/1369118X.2018.1428656

El-Bermaway, M. M. (2016). Your Filter Bubble is Destroying Democracy (18.11.2016). *wired.* Online verfügbar unter: https://www.wired.com/2016/11/filter-bubble-destroying-democracy/. Letzter Zugriff am: 04.03.2022.

Forkarth, C. & Manzel, S. (2021). Politik/GL: Materialien für den textsortenbasierten Politik-/GL-Unterricht. In *Unterrichtsmaterialien für Lehrer:innen zum textsortenbasierten Schreiben.* Online verfügbar unter: https://duepublico2.uni-due.de/receive/duepublico_mods_00074198. Letzter Zugriff am: 03.05.2023.

Gillespie, T. (2013). *The Relevance of Algorithms.* https://doi.org/10.7551/mitpress/9780262525374.003.0009

Gorwa, R., Binns, R. & Katzenbach, C. (2020). Algorithmic content moderation: Technical and political challenges in the automation of platform governance. *Big Data & Society, 7*(1). https://doi.org/10.1177/2053951719897945

Gürsoy, E. (2018). *Genredidaktik.* ProDaZ. Online verfügbar unter: https://www.uni-due.de/imperia/md/content/prodaz/guersoy_genredidaktik.pdf. Letzter Zugriff am: 08.04.2023.

Haim, M., Graefe, A. & Brosius, H.-B. (2018). Burst of the Filter Bubble? *Digital Journalism, 6* (3), 330–343. https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1338145

Heyen, F. & Manzel, S. (2023). Algorithmen, Filterblasen und Echokammern - Herausforderungen für die Politische Meinungs- und Urteilsbildung im Kontext sozialer Medien. In A. Wagener & C. Stark (Hrsg.), *Die Digitalisierung des Politischen. Sozialwissenschaften und Berufspraxis* (S. 193-212). Springer VS. https://doi.org/10.1007/978-3-658-38268-1_9

Jahn, S. (2019). *Genredidaktische Unterrichtsplanung. Eine Arbeitsanleitung für die sprachsensible Reihenplanung.* ProDaZ. Online verfügbar unter: https://www.uni-due.de/imperia/md/content/prodaz/jahn_genredidaktische_unterrichtsplanung.pdf. Letzter Zugriff am: 25.11.2022.

Krafft, T. D., Gamer, M. & Zweig, K. A. (2019). *What did you see? A study to measure personalization in Google's search engine.* Technische Universität Kaiserslautern, Fachbereich Informatik.

Landesbildungsserver Baden-Württemberg (2023). *Richtig zitieren - mittleres Niveau.* Lizenziert nach CC BY 4.0 International. Online verfügbar unter: https://www.schule-bw.de/themen-und-impulse/medienbildung/lernmaterial/zitierregeln/zitierregeln. Letzter Zugriff am: 23.04.2023.

Lee, D., Hosanagar, K. & Nair, H. S. (2014). *The Effect of Social Media Marketing Content on Consumer Engagement: Evidence from Facebook.* Stanford.

Leisen, J. (2012). Der Umgang mit Sachtexten im Fachunterricht. *Leseforum.ch* (3), 1–15.

Manzel, S. & Forkarth, C. (2020). Sprachbildung und Politisches Urteilen durch den textsortenbasierten Lehr-Lern-Zyklus anleiten: Ideen für die Unterrichtspraxis. *POLIS: Report der Deutschen Vereinigung für Politische Bildung, 24*(3), 21–24.

Massing, P. (2003). Kategoriale politische Urteilsbildung. In H.-W. Kuhn (Hrsg.), *Urteilsbildung im Politikunterricht. Ein multimediales Projekt* (S. 91–108). Wochenschau-Verl.

Medienberatung NRW (2023). *Medienkompetenzrahmen NRW.* Online verfügbar unter: https://www.medienberatung.schulministerium.nrw.de/Medienberatung/MKR.html. Letzter Zugriff am: 23.04.2023.

Medienpädagogischer Forschungsverbund (mpfs) (2021). *JIM-Studie 2021. Jugend, Information, Medien. Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger.* Online verfügbar unter: https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2021/JIM-Studie_2021_barrierefrei.pdf. Letzter Zugriff am: 23.04.2023.

Ministerium für Schule und Bildung des Landes Nordrhein-Westfalen (MSB) (2019). *Kernlehrplan für die Sekundarstufe I Gymnasium in Nordrhein-Westfalen. Wirtschaft-Politik.* Online verfügbar unter: https://www.schulentwicklung.nrw.de/lehrplaene/lehrplan/215/g9_wipo_klp_%203429_2019_06_23.pdf. Letzter Zugriff am: 22.09.2022.

Ministerium für Schule und Bildung des Landes Nordrhein-Westfalen (MSB) (2020). *Kernlehrplan für die Sekundarstufe I Gesamtschule/Sekundarschule in Nordrhein-Westfalen. Gesellschaftslehre.* Online verfügbar unter: https://www.schulentwicklung.nrw.de/lehrplaene/lehrplan/237/gesk_gl_klp_3120_2020_07_01.pdf. Letzter Zugriff am: 11.05.2023.

Ministerium für Schule und Bildung des Landes Nordrhein-Westfalen (MSB) (2020). *Kernlehrplan für die Sekundarstufe I Realschule in Nordrhein-Westfalen. Politik.* Online verfügbar unter: https://www.schulentwicklung.nrw.de/lehrplaene/lehrplan/234/rs_pl_klp_3323_2020_07_01.pdf. Letzter Zugriff am: 11.05.2023.

Napoli, P. M. (2014). On Automation in Media Industries: Integrating Algorithmic Media Production into Media Industries Scholarship. *Media Industries, 1*(1), 33–38. https://doi.org/10.3998/mij.15031809.0001.107

Neubaum, G., Cargnino, M., Winter, S. & Dvir-Gvirsman, S. (2021). "You're still worth it": The moral and relational context of politically motivated unfriending decisions in online networks. *PloS one, 16*(1). https://doi.org/10.1371/journal.pone.0243049

Noelle-Neumann, E. (1974). The Spiral of Silence a Theory of Public Opinion. *Journal of Communication, 24*(2), 43–51. https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1974.tb00367.x

Pariser, E. (2011). *The filter bubble: What the Internet is hiding from you.* Viking.

Röchert, D., Neubaum, G., Ross, B., Brachten, F. & Stieglitz, S. (2020). Opinion-based Homogeneity on YouTube. *Computational Communication Research, 2*(1), 81–108. https://doi.org/10.5117/CCR2020.1.004.ROCH

Stark, B., Magin, M. & Geiß, S. (2020). Meinungsbildung in und mit sozialen Medien. In J.-H. Schmidt & M. Taddicken (Hrsg.), *Handbuch Soziale Medien* (S. 1–19). Springer Fachmedien. https://doi.org/10.1007/978-3-658-03895-3_23-1

Stark, B., Magin, M. & Jürgens, P. (2021). Maßlos überschätzt. Ein Überblick über theoretische Annahmen und empirische Befunde zu Filterblasen und Echokammern. In M. Eisenegger, M. Prinzing, P. Ettinger & R. Blum (Hrsg.), *Digitaler Strukturwandel der Öffentlichkeit* (S. 303–321). Springer Fachmedien Wiesbaden. https://doi.org/10.1007/978-3-658-32133-8_17.

Tagesschau 20 Uhr (2022). *Sendung vom 04.03.2022.* Online verfügbar unter: https://www.tagesschau.de/multimedia/sendung/ts-50135.html. Letzter Zugriff am 23.04.2023.

Valeriani, A., & Vaccari, C. (2016). Accidental exposure to politics on social media as online participation equalizer in Germany, Italy, and the United Kingdom. *New Media & Society, 18*(9), 1857-1874. https://doi.org/10.1177%2F1461444815616223

van Eerten, J.-J., Dosje, B., Konijn, E., de Graaf, B., & de Goede, M. (2017). *Developing a social media response to radicalization. The role of counter-narratives in prevention of radicalization and de-radicalization.* University of Amsterdam.

Voorveld, H. A. M., van Noort, G., Muntinga, D. G., & Bronner, F. (2018). Engagement with Social Media and Social Media Advertising: The Differentiating Role of Platform Type. *Journal of Advertising, 47*(1), 38–54. https://doi.org/10.1080/00913367.2017.1405754

Welbers, K., & Opgenhaffen, M. (2018). Social media gatekeeping: An analysis of the gatekeeping influence of newspaper' public Facebook pages. *New Media & Society, 20*(12), 4728–4747. https://doi.org/10.1177%2F1461444818784302

ZDF heute (2022a). *Duma beschließt hohe Strafen für "Fake News"* (04.03.2022). ZDF. Online verfügbar unter: https://www.zdf.de/nachrichten/politik/duma-haftstrafen-fake-news-russland-ukraine-krieg-100.html. Letzter Zugriff: 23.04.2023.

ZDF heute (2022b). *Facebook und Twitter in Russland gesperrt* (04.03.2022). ZDF. Online verfügbar unter: https://www.zdf.de/nachrichten/politik/facebook-twitter-russland-krieg-ukraine-100.html. Letzter Zugriff am: 23.04.2023.

Zuiderveen Borgesius, F. J., Trilling, D., Möller, J., Bodó, B., Vreese, C. H. de & Helberger, N. (2016). Should we worry about filter bubbles? *Internet Policy Review, 5*(1). https://doi.org/10.14763/2016.1.401

Impressum

CIVES-Praxistest #11, 23.05.2023
ISSN (Online) 2364 - 6292

Herausgeberinnen
(Verantwortliche i. S. v. § 55 RStV Abs. 2):
Prof. Dr. Sabine Manzel & Laura Möllers, M.A.
Universitätsstr. 12, 45117 Essen
Deutschland
Internet: https://www.uni-due.de/politik/lehrstuhl-fd/personen.php

Darüber hinaus gilt das Impressum der Universität Duisburg-Essen, das unter https://www.uni-due.de/de/impressum.shtml zu finden ist.

Redaktion:
Laura Möllers, Sabine Manzel

Layout:
Philip Scheiler, Sarah-Christin Prange

Redaktionsanschrift:
CIVES! School of Civic Education
Fakultät für Gesellschaftswissenschaften
Universität Duisburg-Essen
Universitätsstr. 12, 45117 Essen
Tel. +49 201-183-6908
https://cives-school.de
info@cives-school.de

„Disclaimer“:
Das Copyright sowie die inhaltliche Verantwortung liegen bei den Autor*innen. Namentlich gekennzeichnete Beiträge werden von den Autor*innen selbst verantwortet und geben nicht die Meinung der Herausgeberinnen oder der Redaktion wieder.

Dieser Beitrag in der Reihe *CIVES-Praxistest* enthält Hinweise auf und Verknüpfungen zu Websites und digitalen Dokumenten Dritter („externe Links“). Diese Dokumente und Websites unterliegen der Haftung der jeweiligen Herausgeberinnen oder Betreiber. Die Herausgeberinnen oder die Autor*innen haben keinerlei Einfluss auf die aktuelle und zukünftige Gestaltung und auf die Inhalte der verknüpften Seiten. Das Setzen von externen Links bedeutet nicht, dass sich der Anbieter die hinter dem Verweis oder Link liegenden Inhalte zu Eigen macht. Eine ständige Kontrolle dieser externen Links ist für den Anbieter ohne konkrete Hinweise auf Rechtsverstöße nicht zumutbar. Bei Kenntnis von Rechtsverstößen werden jedoch derartige externe Links unverzüglich gelöscht.

Auswahl weiterer Beiträge in den *CIVES*-Reihen

CIVES-Praxistest

CIVES-Praxistest #10, 24.08.2020
Julian Becker:
Digitales Lernmaterial zum Inhaltsfeld Wirtschaftspolitik
Innovativ, interaktiv, plural—und für alle offen
https://cives-school.de/wp-content/uploads/2020/08/CIVES-Praxistest10-final.pdf

CIVES-Praxistest #9, 22.04.2020
Frank Eike Zischke und Claudia Forkarth:
Lernaufgaben im Politikunterricht kompetenzorientiert gestalten
Kriterien und exemplarische Aufgabenanalyse zum Thema Wahlen in Schulbüchern der Sekundarstufe I
https://cives-school.de/wp-content/uploads/2020/04/Praxistest9_online.pdf

CIVES-Forum

CIVES-Forum #10, 19.05.2022
Sarah-Christin Prange:
Die (scheinbar) neutrale Welt der Diagramme
Ein sprachsensibler Unterrichtsentwurf für den Umgang mit Diagrammen im Politikunterricht
https://cives-school.de/wp-content/uploads/2022/05/2022_CIVES-Forum10_online.pdf

CIVES-Forum #9, 28.05.2021
Stephan Jätzel, Maike van Schoonderwaldt:
Unterrichtsentwurf: Wirtschaftspolitik spielerisch erlernen
Ein ökonomisches Simulationsspiel zu wirtschaftspolitischen Konzeptionen entlang eines fiktiven Staates
https://cives-school.de/wp-content/uploads/2021/05/2021_CIVES-Forum09_online.pdf

CIVES-FLiP

CIVES-FLiP #4, 06.11.2021
Kristin Rittmann:
Politische Handlungsfähigkeit durch Mikro– und Makromethoden im Politikunterricht fördern
Expert*innen-Interviews mit Lehrkräften zur Methodenauswahl im Politikunterricht
https://cives-school.de/wp-content/uploads/2021/12/2021-06-11_FLiP4_online.pdf

CIVES-FLiP #3, 12.10.2020
Yasar Apak:
Schüler*innen interessieren sich nicht für die Themen im Kernlehrplan—oder doch?
Ein Studienprojekt zum politischen Interesse von Realschüler*innen der 7. und 8. Klasse
https://cives-school.de/wp-content/uploads/2020/10/CIVES-FLiP_3_online.pdf

Alle Beiträge der *CIVES*-Reihen finden Sie auch online auf unserer Homepage.

CIVES-Praxistest

ISSN (Online) 2364-6292

Die Reihe *CIVES*-Praxistest zielt auf die unterrichtliche Praxis der sozialwissenschaftlichen Bildung ab. Ziel ist es, den Dialog zwischen Wissenschaft und Praxis zu stärken, einen Raum für Beiträge mit explorativem Charakter zu bieten und unterschiedliche Sichtweisen miteinander zu kontrastieren. Bei Beiträgen zur Reihe handelt es sich z. B. um Besprechungen von Unterrichtsmaterialien, die im Hinblick auf Qualitätsmerkmale wie fachliche Richtigkeit, Berücksichtigung unterschiedlicher Standpunkte und Ausgewogenheit der Darstellung betrachtet werden. Ebenso werden Entwürfe für Unterrichtsstunden oder -reihen zu aktuellen Themen für den Politik- oder SoWi-Unterricht veröffentlicht, die einer praktischen Erprobung bedürfen. Veröffentlichungen in *CIVES-Praxistest* werden fachwissenschaftlich und fachdidaktisch durch das *CIVES*-Team betreut. *CIVES-Praxistest* ist offen für externe Beiträge. Gerade Bildungspraktiker*innen laden wir zur Mitwirkung ein.

Die *CIVES! School of Civic Education* stärkt den integrativen und multidisziplinären Charakter der Lehrer*innen-ausbildung im Fach Sozialwissenschaften der Universität Duisburg-Essen. *CIVES* wird aus öffentlichen Mitteln finanziert.

CIVES fördert die Zusammenarbeit zwischen Universität und Schule und trägt mit Angeboten für Studierende und bereits unterrichtende Politik– und SoWi-Lehrerinnen und Lehrer zu einer professionellen Aus- und Weiterbildung bei. (Zukünftige) Lehrkräfte sollen so in die Lage versetzt werden, Schüler und Schülerinnen zu mündigen Bürgern und Bürgerinnen zu bilden, die sozialwissenschaftliche Sachgegenstände multiperspektivisch betrachten können.