

Titel

Zielgruppe: ab Klasse 10



Zielsetzung

Soziale Medien spielen im Wahlkampf der Parteien zunehmend eine Rolle. Anhand verschiedener Stationen reflektieren die Schülerinnen und Schüler (SuS) ihr Informationsverhalten in den Sozialen Medien, die Rolle der Medien für die Demokratie und diskutieren die Frage, ob „Wahlwerbung in den Sozialen Medien verboten werden sollte.“

Aktuelles Thema

Die US-Wahl/
Soziale Medien

Top-Thema



Zeit 15 Minuten



Material

PPT / ausgedruckte Folien mit Stationen (Folie 5-10)



Ablauf/Unterrichtsmethode/Sozialform

Ablauf	Methode/Sozialform
<p>1 Einstiegsimpuls</p> <p>Die Lehrkraft präsentiert als Einstieg ein Bild zum Thema „Social Media“ mit der Frage: „Welche Medien kennst du? Welche sozialen Netzwerke kennst du? Wie bzw. wozu nutzt du diese?“</p> <p>Im Folgenden leitet die Lehrkraft zur Gruppenarbeit über und teilt die Schülerinnen und Schüler in fünf ca. gleichgroße Gruppen ein.</p>	<p>Gespräch im Plenum</p>
<p>2 Überschrift</p> <p>Anhand von verschiedenen Stationen kommen die SuS über die folgenden Fragen ins Gespräch:</p> <p>Station 1: Warum sind Medien wichtig für die Demokratie? Station 2: Bist du schon einmal politischen Inhalten auf Social Media begegnet? In welcher Form, mit welchen Inhalten? Station 3: Welche Rolle spielen digitale Medien für den Zugang zu Informationen? In welchen digitalen Medien informierst du dich? Station 4: Welche Rolle haben Unternehmen, wie z. B. X, Google oder Meta, für den Zugang von Informationen auf Social Media? Welche Rolle hat der Gesetzgeber? Station 5: Wahlkämpfe finden zunehmend auf Social Media statt (z. B. Europawahl, Landtagswahl, US-Wahl). Welche Vor- und Nachteile siehst du darin, Wahlkämpfe in den Sozialen Medien zu führen?</p>	<p>Gruppenarbeit/Stationen</p> <p>Gespräch in den Gruppen</p>
<p>3 Zusammenführung</p> <p>Im Folgenden führt die Lehrkraft die Gedanken der SuS im Plenum zusammen und diskutiert die folgende Frage: „Sollte Wahlwerbung auf Social Media verboten werden?“</p> <p>Mögliche Argumente dafür:</p>	<p>Plenum, ggf. Positionslinie</p>



- Missbrauch von Sozialen Medien (Hate Speech, Grooming, Manipulation)
- Bezahlte Wahlwerbung
- Informationsflut → mögliche Personalisierung, damit aber auch einseitige Informationsbeschaffung
- Notwendigkeit für Politiker, in Social Media präsent zu sein.
- Fehlendes individuelles Interesse

Mögliche Argumente dagegen:

- Immer mehr Menschen nutzen Soziale Medien, um sich über aktuelle Ereignisse zu informieren. Niederschwelliger Zugang.
- Präsenz von Parteien/zusätzliches Informationsangebot
- Einschränkung des Zugangs zu Informationen bei Verbot
- Soziale Medien als Möglichkeit, mit wenig Aufwand viele Menschen zu erreichen.
- Erweiterung der klassischen Formate, damit Erreichen einer größeren Wählerschaft
- In Deutschland gelten rechtliche Schranken (z. B. GG, Datenschutz) für Soziale Netzwerke.

Hintergrund:

- Meinungs Austausch und Informationsfreiheit sind zentrale Bestandteile der Demokratie.
- Meinungs Austausch und Informationssuche finden zunehmend über digitale Medien (Soziale Netzwerke, Messenger-Dienste, Suchmaschinen, Online-Nachrichtenangebote) statt. Suchmaschinen und Filterblasen/Algorithmen nehmen Einfluss darauf, was der Nutzer zu sehen bekommt.
- Zum Selbstverständnis von Journalismus gehört es, unterschiedliche Perspektiven und relevante Stimmen sichtbar zu machen (Medienpolitik). Medienpolitik hat zum Ziel, die Meinungsvielfalt im Angebot zu sichern.
- Die Suche in Suchfiltern bzw. Sozialen Netzwerken findet personalisiert statt, d. h. der Nutzer kann selbst Einfluss auf die Filterung von Informationen nehmen. Hier besteht die Gefahr einer einseitigen Informationsbeschaffung.
- Im Netz stehen unterschiedliche Inhalte gleichberechtigt nebeneinander, wie z. B. journalistische Inhalte, geprüfte Fakten, Blog-Artikel, persönliche Beiträge aber auch Falschmeldungen, Spekulationen oder Meinungen von Fremden sowie von Parteien bezahlte Wahlwerbung.
- Personalisierung/Nebeneinander verschiedener Quellen/Rolle des Nutzers/der Nutzerin – dies hat Einfluss auf Meinungsbildungsprozesse.
- Filterblasen führen zu einer „Zersplitterung“ der Öffentlichkeit und möglicher Einseitigkeit in der Informationsbeschaffung.
- Fake News/Hate Speech/gezielte Manipulation – Die Mechanismen digitaler Plattformen können ausgenutzt werden, um die öffentliche Meinung gezielt zu beeinflussen.

Tipp:

Je nach Vorwissen der Schülerinnen und Schüler sollte mehr Zeit für die Diskussion eingeplant werden. Anknüpfend kann insbesondere der US-Wahlkampf in den Sozialen Medien in den Blick genommen werden.

Literatur/Links

Jakob von Lindern, Politische Bildung in der digitalen Welt. Hintergrund: Wie wirkt sich die Nutzung digitaler Plattformen auf die Meinungsbildung aus?, in: <https://www.bpb.de/lernen/digitale-bildung/politische-bildung-in-einer-digitalen-welt/unterrichtsmaterialien/506332/hintergrund-wie-wirkt-sich-die-nutzung-digitaler-plattformen-auf-meinungsbildungsprozesse-aus/> (DL vom 3.10.2024)

Heidi Ledford, Superwahljahr 2024, in: <https://www.spektrum.de/news/wie-soziale-medien-die-wahlen-im-jahr-2024-weltweit-beeinflussen/2207580> (DL vom 4.10.2024)

