



# ALLES GLAUBENSACHE?

Evangelische Akademie Sachsen-Anhalt e.V.  
Evangelische Akademie Thüringen

Thema: The Social Dilemma

## Kurzbeschreibung:

The Social Dilemma ist ein Workshop zum gleichnamigen Doku-Drama das das vielschichtige Verhältnis von Menschen zu Ihrem Social-Media-Konsum thematisiert. Im Workshop werden zentrale Aspekte des Films mit den Teilnehmenden vertieft und dabei versucht, das individuelle Social-Media-Nutzungsverhalten zu verstehen und zu reflektieren.

Es handelt sich im Folgenden um eine Reflexion des Workshops im Wochenseminar „Lebenskönnerschaft in einer Welt von Vielfalt und Veränderung“.

## Ziele:

Ziel des Workshops ist es den Teilnehmenden einen Einblick in die Geschäftsmodelle und psychologischen Mechanismen von Social-Media zu geben. Auf Grund dieses Wissens, das möglichst mehrperspektivisch erfolgt (Neurowissenschaft, Evolutionsbiologie, angewandte Ethik, Existentialismus), sollen den Teilnehmenden größere Handlungsspielräume in ihren Leben aufgezeigt werden.

## Zielgruppen / besonders geeignet / nicht geeignet:

Da eine hohe Verständnis- und Selbstreflexionsfähigkeit Voraussetzung für diese Form der Herangehensweise ist, empfehle ich diesen Workshop ab der Sekundarstufe 2.

## Dauer:

Der Workshop umfasst 5 Tage mit jeweils Vor- und Nachmittagsarbeitseinheiten und einer Zwischen- und Endpräsentation für die anderen an der Seminarwoche beteiligten Arbeitsgruppen.

## Gruppen (-größe), minimal / maximal:

Eine Gruppengröße von 16 Teilnehmenden sollte nicht überschritten werden, da sonst der Raum für individuelle Reflexionen nicht mehr gegeben ist.

## Durchführung / Methoden / Regeln / Hinweise:

Folgende inhaltliche Blöcke sind Bestandteil des Workshops:

### 1. Einstiegsspiel mit Diskussion: Früher war alles besser.

Die Teilnehmenden sollen verschiedene Zitate geschichtlich einsortieren. Inhalt der Zitate ist im wesentlichen: „die Jugend von heute ist ungebildet und taugt nichts mehr“.

Weiterhin sollen mediale Erfindungen an Hand von weiteren Zitaten erraten werden. Tenor dieser Zitate: „diese Erfindung wird die Gesellschaft ruinieren“.

Anschließend Auswertung und Reflexion. Ziel ist ein kritischer Blick auf die Entwicklung von Social-Media. Ist Social-Media nur eine weitere Erfindung, vor der die Menschen zunächst Angst haben oder hat sie eine neue Qualität. Beeinflusst Social-Media unsere junge Generation negativ oder gab es immer schon das Gefühl, dass die Jugend immer dümmter wird.

### 2. Filmreflexion

Die Teilnehmenden sollen selbst die Teile des Films thematisieren, die sie am meisten bewegt haben. Für unseren Workshop war es das Thema: Doku-Drama. Macht sich der Film durch seine Mischform von Dokumentation und inszenierter Dramatisierung unglaublich?

### 3. Das Geschäftsmodell von Social-Media

Ausgehend vom wiederholten Blick auf eine Filmszene erschließen wir uns das Verhältnis zwischen Käufer, Verkäufer und Produkt in Bezug auf Social-Media. Gemeinsam versuchen wir die Erkenntnisse in Schaubild-Form zu übertragen. Im Anschluss versuchen die Teilnehmenden in Gruppenarbeit ihre Erkenntnisse in ihren meistgenutzten Social-Media-Apps wiederzuentdecken und teilen ihre Funde mit der Gruppe.

### 4. Die Psychologie von Social-Media

Ausgehend vom wiederholten Blick auf eine Filmszene erschließen wir uns verschiedene Techniken, die dazu dienen, die Bildschirmzeit der Nutzer\*innen von Social-Media zu maximieren. Dabei werfen wir einen besonderen Blick auf Wahrnehmungsverzerrungen: Ist Social-Media nur ein Werkzeug, das wir benutzen – oder werden wir benutzt? Einsatz von Farben, Sounds, Design. endloses Scrollen, Anerkennungsmechanismen in Gruppen. Verschiedene Experimente dienen als Kontext zur Veranschaulichung. (Bspw. Siehe Brian Wansink, James E. Painter und Jill North 2005 – Suppenexperiment)

### 5. Folgen von Social-Media

Als Folge von Social-Media-Nutzung haben wir einige Studien besprochen, die Einflüsse auf unser Leben nahelegen. Unter anderem ging es um eingeschränkte Konzentrationsfähigkeit, Erschwerung von Lern- und Multitaskingprozessen und um die Frage inwiefern Social-Media Depression kausal bedingt oder nur korreliert.

## 6. Freie Themenwahl

Da nun Geschäftsmodell und Psychologie von Social-Media verstanden waren konnten die Teilnehmenden an dieser Stelle selbst ihre Schwerpunkte setzen und Einzelthemen aus dem Film aufgreifen. In unserem Workshop waren das die Themen:

- Schönheitsideale in Social-Media und
- die Entstehung von Filterblasen.

Zu ersterem Thema schauten wir einen Ausschnitt aus der Österreichischen Produktion „Nie genug. Der Körperkult in sozialen Medien“. Hier wurde die Problematik von Schönheitsfiltern auf junge Frauen thematisiert. In der anschließenden Diskussion sprachen wir ebenso über die Ansprüche, die junge Männer durch Social-Media suggeriert bekommen. Strömungen wie „Body-Positivity“ wurden als Gegenbewegung aufgezeigt und diskutiert.

Im Block „Filterblasen“ warfen wir einen Blick auf die Notwendigkeit der Erschaffung verschiedener Realitäten unter Voraussetzung des Geschäftsmodells von Social-Media. Warum ist uns die eigene Meinung wichtiger als konträre Beweise? Wie funktioniert „Machine-Learning“? Wie agieren die Algorithmen, die unsere Feeds steuern?

## 7. Möglichkeiten des Auswegs

Im letzten Block des Workshops haben wir die im Film genannten Änderungsvorschläge an unserem Verhalten diskutiert und im Anschluss weitere Tipps aus der praktischen Lebenswelt zur Verbesserung unserer digitalen Lebenskönnerschaft hinzugezogen. (Bspw.: Kein Smartphone im Schlafzimmer, Farbschemata ändern, Werbung blockieren, Screentime festlegen,... )

Ein besonderes Augenmerk legten wir dabei noch auf die Funktionsweise unserer Willenskraft und die Erkenntnis, dass je weniger Willenskraft wir über den Tag brauchen, desto erfolgreicher wir Versuchungen widerstehen können.

### Fazit:

Das Problem der Suchtgefährdung durch Social-Media wurde als Problem innerhalb der Gesellschaft und ganz individuell erkannt. Die Teilnehmenden konnten sich selbst reflektieren und die Aspekte genauer beleuchten, die sie im Kontext von Social-Media besonders betrifft.

Es hat einige Zeit gedauert um das System Schule zu überwinden (Ich bringe euch folgende Inhalte bei) – schon bald setzte jedoch eine Ernsthaftigkeit bei den Teilnehmenden ein, als sie merkten, dass sie nichts lernen müssen sondern die Chance haben sich selbst besser kennen zu lernen und zu verstehen wie ihr Social-Media-Konsum genau funktioniert und wie stark er ihr Leben beeinflusst. In der finalen Feedbackrunde bestätigten die Teilnehmenden, dass sie viele der Prinzipien von Social-Media jetzt verstanden hätten und ihr Verhalten in bestimmten Bereichen ändern wollten. (kein Smartphone im Schlafzimmer, nicht immer Langeweile unterdrücken, ...)

Die Methodik von Inspiration durch Filmsequenzen, Visualisierten Inputs und aufrichtigen Diskussionsrunden hat sich dabei als äußerst fruchtbar erwiesen.

## Material / Ausstattung

Es wird Beamer, Ton, Netflix-Zugang (Film ist Netflix-Produktion) und ein Abspielgerät benötigt.

## Autor:

Matthias Kasparick, Philosoph, Musik- und Medienwissenschaft, Toningenieur

---

## Kontakt zum Projekt:

Projektleiter Carsten Passin

[passin@ev-akademie-wittenberg.de](mailto:passin@ev-akademie-wittenberg.de)

034921-60323

<https://ev-akademie-wittenberg.de/glaubenssache>