
ZEIT FÜR DIE SCHULE

 www.zeit.de/schulangebote

Diese Arbeitsblätter sind ein **kostenloser Service für die Oberstufe** und erscheinen jeden ersten Donnerstag im Monat. Sie beleuchten ein aktuelles Thema aus der ZEIT, ergänzt durch passende Arbeitsanregungen zur praktischen Umsetzung im Unterricht.

In Zusammenarbeit mit:

scook 

 www.scook.de

Thema im Monat März 2017:

Social Bots: Meinungsroboter als Wahlkampfhelfer

Im US-Wahlkampf und beim Brexit-Referendum haben Computerprogramme massenhaft politische Botschaften in den sozialen Netzwerken generiert. Diese Meinungsroboter simulieren täuschend echt menschliche Anhänger von Ideen und Kandidaten und sind schwer zu enttarnen. Sie verzerren auf diese Weise das Meinungsbild im öffentlichen Diskurs und könnten auch im kommenden Wahlkampf in Deutschland eine Rolle spielen. Sind Social Bots eine Gefahr für die Demokratie?

In dieser Unterrichtseinheit erörtern Ihre Schüler die Risiken, aber auch Chancen von automatisierten »Fake-Usern« im Netz. Sie experimentieren mit Chat-Bots, formulieren eine Kurzpräsentation zu Social Bots und wägen Argumente für und gegen deren Einstufung als Gefahr für die Demokratie ab. In einem Theseninterview sammeln sie Meinungen zu politischen Maßnahmen gegen Social Bots, erstellen einen Ratgeber, wie man solche Programme im Netzalltag erkennen kann, und schreiben zum Abschluss einen Essay über den Einfluss von Bots auf die Demokratie.

Inhalt:

- 2** **Einleitung** – Thema und Lernziele
- 3** **Arbeitsblatt 1** – Social Bots: Furcht vor den neuen Wahlkampfmaschinen
- 7** **Arbeitsblatt 2** – AfD will Social Bots im Wahlkampf einsetzen
- 10** **Internetseiten zum Thema**

Einleitung: Thema und Lernziele

Wenn Sie morgens Vogelgezwitscher hören, wissen Sie: Der Frühling kommt bald. Wenn Twitter massenweise Polit-Tweets generiert, ahnen Sie: Der Wahlkampf hat begonnen. In diesem Jahr zwitschert eine relativ neue Spezies im Wahlkampf mit, sogenannte Social Bots. Das ist Software mit künstlicher Intelligenz, die menschliches Verhalten in sozialen Netzwerken simuliert. Diese Meinungsroboter posten, liken, tweeten und retweeten, tragen Freundschaften an und bringen unermüdlich exakt die Botschaften unter die Leute, die ihnen einprogrammiert wurden – zum Wohle der Partei, die sie losgelassen hat.

Alice Weidel, Bundesvorstandsmitglied der AfD, sagte im »Spiegel«, die AfD werde Social Bots »selbstverständlich« in ihre Strategie im Bundestagswahlkampf einbeziehen, um ihre Positionen im Wahlkampf zu verbreiten. Zwar hat die AfD diese Ankündigung inzwischen zurückgenommen, dennoch ist nicht ausgeschlossen, dass solche Programme im kommenden Wahlkampf eine Rolle spielen werden. Das könnte dann so aussehen: Ein AfD-Politiker hält eine Rede im Bundestag zum Thema »Deutschland zuerst«. Fast in Echtzeit generiert ein Bot-Programm unter dem Hashtag »#germanyfirst!« Hunderttausende Tweets, die Auszüge der Rede zitieren, liken oder zustimmend kommentieren. CDU, SPD, Linke, Grüne und FDP, die den Einsatz von Bots ablehnen, müssten Tausende unermüdliche menschliche Unterstützer mobilisieren, um in den sozialen Netzwerken auch nur annähernd so viele Einträge zu generieren wie eine Partei, die ihren Wahlkampf über Algorithmen automatisiert. Ist das bereits eine Wettbewerbsverzerrung im Meinungsbildungsprozess? Wird die Öffentlichkeit getäuscht, oder sind Bots nur Flugblattverteiler im digitalen Zeitalter? Gefährden Meinungsroboter die Demokratie?

Schon längst wandern große Bot-Armeen meist unerkannt durch die digitalen Netzwerke. Laut einer Studie der Oxford University wurden 19 Prozent aller Pro-Trump- oder Pro-Clinton-Botschaften von Twitter-Bots verbreitet, auch wurden solche Programme im Rahmen des Brexit-Referendums als Ausstiegs-Befürworter nachgewiesen. Obwohl es unstrittig ist, dass Social Bots zur Meinungsmanipulation eingesetzt werden, ist ihre Effektivität noch unerforscht. An vielen Usern dürften deren Aktivitäten weitgehend abprallen. Doch insbesondere junge Menschen, die in ihren Überzeugungen noch nicht gefestigt sind, könnten sich beeinflussen lassen. Die Grünen fordern daher eine Kennzeichnungspflicht für automatisierte Nachrichten. Die Bundesregierung plant derzeit zwar keine konkreten Maßnahmen, hat jedoch Expertenkommissionen eingesetzt, um dem Phänomen der Meinungsroboter auf den Grund zu gehen.

In **Arbeitsblatt 1** finden die Schüler einen Aufriss der Thematik. Sie experimentieren mit Chat-Bots, analysieren den Aufbau und die Argumentationsstruktur des Artikels, formulieren eine Kurzpräsentation zu Social Bots und erörtern, inwiefern diese eine Gefahr für die Meinungsbildung in einer Demokratie darstellen. In einem Abschlussprojekt erstellen sie einen Ratgeber, der hilft, automatisierte Postings zu erkennen.

Arbeitsblatt 2 gibt einen Überblick über die Debatte zum Einsatz von Social Bots im Wahlkampf. Die Schüler positionieren sich dazu und diskutieren auch ein Positivbeispiel, bei dem sich Bots gegen Rassismus und Hasskommentare im Netz einschalten. Mithilfe eines Theseninterviews erörtern die Schüler gesetzgeberische Maßnahmen gegen Meinungsroboter und schreiben als Abschluss der Unterrichtssequenz einen Essay zur Frage »Sind Social Bots eine Gefahr für die Demokratie?«.

Arbeitsblatt 1**Social Bots: Furcht vor den neuen Wahlkampfmaschinen**

Können Social Bots im Internet für so viel Ärger und Verwirrung sorgen, dass es wahlentscheidend wird? Politiker sind besorgt, obwohl das Phänomen kaum erforscht ist.

5 Im Jahr der Bundestagswahl machen nicht nur gezielte Falschmeldungen, sondern auch Bots auf Twitter und Facebook einige Politiker nervös. Wie der »Spiegel« berichtete, wollen die Justizminister der Länder den Einsatz von Social Bots als »digitalen Hausfriedensbruch« zur Straftat erklären. Die Grünen-Spitzenkandidatin Katrin Göring-Eckardt forderte [...] in der »Rheinischen Post« eine gesetzlich vorgeschriebene Kennzeichnung maschinell erstellter Meldungen in sozialen Medien, also eine Art Anti-Bio-Siegel für Tweets.

10 Auch im Bundestag ist das Thema angekommen. [...] Der Ausschuss Digitale Agenda (will sich) mit dem Thema Bots befassen, [...] das Büro für Technikfolgen-Abschätzung (plant) dazu ein öffentliches Fachgespräch mit 20 Experten durchzuführen.

15 Bisher plant die Bundesregierung nicht, gesetzgeberisch gegen Social Bots tätig zu werden. Sie will erst einmal prüfen, ob das wirklich nötig ist – angesichts der dünnen Faktenlage ist das durchaus nachvollziehbar.

»Potenzial, das Vertrauen in die Demokratie zu unterlaufen«

20 Wie dünn diese ist, geht aus einem Thesenpapier des Büros für Technikfolgen-Abschätzung hervor. Das 16-seitige Dokument stellt einen Zwischenbericht zu einer Studie über Social Bots dar, die das Büro derzeit durchführt.

25 Zwar heißt es darin einerseits, Social Bots würden zur Manipulation oder Desinformation eingesetzt und ihre Entwickler könnten »bis auf wenige Ausnahmen nicht identifiziert oder rückverfolgt werden«. Sie würden »momentan im Wesentlichen eingesetzt, Diskussionen inhaltlich zu verzerren, die Wichtigkeit von Themen oder die Popula-

30 rität von Personen und Produkten künstlich zu überhöhen«.

35 Dadurch trügen sie »zur Veränderung der politischen Debattenkultur im Internet bei und können durch die massenweise Verbreitung von (Falsch-)Nachrichten zu einer Desinformation und »Klimavergiftung« im öffentlichen Diskurs führen«. Die wissenschaftlichen Mitarbeiter des Bundestages schließen daraus: »Social Bots bergen das Potenzial, das Vertrauen in die Demokratie zu unterlaufen.«

Was sind Social Bots?**Was ist an ihnen problematisch?**

Bots sind Programme, die selbstständig handeln. Chat-Bots zum Beispiel kommunizieren innerhalb einer App wie des Facebook Messenger mit den Nutzern, indem sie deren Fragen und Reaktionen analysieren und mehr oder weniger passende Antworten schreiben.

Social Bots hingegen sind innerhalb von sozialen Netzwerken aktiv, vor allem auf Twitter, teilweise aber auch auf Facebook, Google plus oder YouTube, sowie in den Leserkommentar-Bereichen von Online-medien. Sie veröffentlichen voreingestellte Botschaften oder formulieren eigenständig neue, antworten auf bestimmte Schlagwörter oder retweeten automatisch die Tweets von echten Menschen zu einem bestimmten

Andererseits betonen sie, das alles sei graue Theorie: »Die tatsächlichen Effekte der Social Bots auf die politische Meinungsbildung und wirtschaftliche Prozesse beruhen jedoch überwiegend noch auf Annahmen, weil keine der bisherigen Studien einen gesicherten Nachweis der Wirkungen und Effekte von Social Bots liefern konnte.«

40

Vor allem für einen unmittelbaren Effekt der automatisierten Propaganda gibt es derzeit keinerlei Beleg. Einer der Forscher, auf den sich die Bundestags-Mitarbeiter berufen, ist der Politikwissenschaftler Simon Hegelich. Er schreibt in einer eigenen Analyse für die Konrad-Adenauer-Stiftung, es sei »relativ sicher ausgeschlossen, dass Manipulation quasi auf Zuruf der Bots passiert: Alle Studien sprechen dagegen, dass

45

jemand seine politische Überzeugung ändert, nur weil er eine Nachricht in den sozialen Netzwerken sieht.«

Auch quantitative Aussagen sind für Deutschland bisher kaum möglich. Zitat aus dem Thesenpapier aus dem Bundestag: »In den Foren der deutschen Parteien scheinen Social Bots – im Vergleich zu den USA – noch keine gewichtige Rolle zu spielen.«

50

Twitter hat in Deutschland nur wenige Nutzer

Das hat auch etwas mit der Technik zu tun. Um einen Bot auf ein soziales Netzwerk loslassen zu können, braucht ein Entwickler den Zugang zu diesem Netzwerk über dessen Programmierschnittstelle (API). Die sozialen Netzwerke haben alle so eine API, aber sie gewähren den Entwicklern unterschiedlich viele Rechte. Andree Thielges von der Hochschule für Politik der TU München, der im Projekt Social Media Forensics über Manipulationstechniken in sozialen Medien forscht, sagt im Gespräch mit ZEIT ONLINE: »Technisch ist es besonders einfach, Bots für Twitter zu entwickeln. Auf Facebook ist das schwieriger, aber ich könnte mir vorstellen, dass das Bot-Aufkommen in Facebook bei einem so singulären Ereignis wie der Bundestagswahl zumindest ansteigt. Und ich gehe davon aus, dass in der heißen Phase des Wahlkampfs auch die Kommentarseiten mancher Medien ganz anders von Bots frequentiert werden als bisher.«

55

60

Im Thesenpapier aus dem Bundestag heißt es dazu: »Der primäre Wirkungsraum für Social-Bot-Aktivitäten scheint – zumindest momentan – Twitter zu sein.« Es gibt aber einen wichtigen Unterschied zu den USA, wo im Wahlkampf einer Untersuchung zufolge zeitweise 19 Prozent aller Pro-Trump- oder Pro-Clin

65

70

ton-Botschaften von Twitter-Bots verbreitet wurden: Dort hat Twitter nach eigenen Angaben 67 Millionen aktive Nutzer, geschätzt hat also jeder vierte Wahlberechtigte ein Twitterkonto. Auf diesen Wert kommt auch das Pew Research Center. Genaue Zahlen für Deutschland gibt das Unternehmen nicht heraus, aber je nach Schätzung und Messmethode gibt es hier zwischen vier Millionen und weniger als einer Million aktive Nutzer, das wäre bestenfalls jeder 15., vielleicht aber auch nur jeder 62. Wahlberechtigte.

Von der Aktivität der Twitter-Bots würden also nur wenige Bundesbürger etwas direkt mitbekommen. Indirekt schon eher. »Es gibt auch Bots, die darauf abzielen, nicht im Netzwerk selbst zu wirken, sondern in die Berichterstattung etablierter Medien zu gelangen«, sagt Thielges. Die Bundestagsexperten sehen das ähnlich. Sie schreiben, Twitter werde »in Deutschland anscheinend von sehr vielen Meinungsführern genutzt, wodurch sich ein besonderes Multiplikatorpotenzial ergibt.«

75

Allerdings sind die Autoren nicht recht davon überzeugt, dass es Twitter noch lange geben wird: Angesichts der wirtschaftlichen Entwicklung des Unternehmens sei es »nicht völlig ausgeschlossen, dass Twitter mittelfristig an Bedeutung verliert oder gar aus dem Markt wieder ausscheidet«.

80

Twitter und Facebook wollen nicht mit den Bundestagsexperten reden

Wie groß das Phänomen Social Bots im Zuge des Bundestagswahlkampfes wird, ist noch nicht abzusehen. Wenn es die Bot-Accounts schon gibt, dann sind sie noch weitgehend inaktiv, »weil die relevanten

85 Hashtags noch nicht kursieren und die wahlentscheidenden Debatten noch nicht laufen«, sagt Thielges.

90

Es ist allerdings auch schwierig, Social Bots zu erkennen, ohne direkt mit ihnen zu kommunizieren. Gut gemachte Varianten machen zum Beispiel Ruhepausen und Tippfehler, um menschlich zu wirken. Helfen könnten die Betreiber der sozialen Netzwerke, heißt es im Thesenpapier. Sie könnten zum Beispiel »den

90 Entwicklern von Enttarnungsmechanismen höhere API-Bandbreiten zur Verfügung stellen«, also bessere Analysefähigkeiten. Doch ob die Unternehmen das in Erwägung ziehen würden, ist derzeit unklar. »Vertreter von sozialen Netzwerken wie Facebook und Twitter«, heißt es in den Vorbemerkungen des Papiers, »konnten trotz intensiver Bemühungen nicht für ein Interview gewonnen werden«.

Patrick Beuth, ZEIT ONLINE, 23.1.2017, <http://www.zeit.de/digital/internet/2017-01/social-bots-bundestagswahl-twitter-studie>

Aufgaben

Einstieg/Vorbereitung

1. Einen Dialog mit einem Chat-Bot führen und auswerten

Experimentieren Sie mit einem textbasierten Dialogsystem (Chat-Bot oder Sprachassistent).

Unterhalten Sie sich über ein beliebiges Thema. Halten Sie Dialogbeispiele fest, an denen Sie gemerkt haben, dass es sich um eine künstliche Intelligenz handelt.

Tipps für die Durchführung:

- Spracherkennungssoftware (z. B. Siri/Apple, Cortana/Microsoft, Now/Google)
 - Virtuelle Beratung auf verschiedenen Unternehmens-Websites
 - »Elbot« von Artificial Solutions, ein preisgekrönter deutscher Chat-Bot: www.elbot.de
 - »Brain« von Thorsten Radde, ein privat programmierter, selbstlernender und ziemlich schräger Chat-Bot: www.thebot.de
- b. Tauschen Sie sich anschließend im Plenum über Ihre Erfahrungen aus. Schätzen Sie ein, wie realistisch die Dialogsysteme eine Unterhaltung simulieren können und mit welchen Fragetechniken man gegebenenfalls solche Bots entlarven kann.

Basis-Aufgaben

2. Den Aufbau und die Argumentationsstruktur des Artikels herausarbeiten

Verfassen Sie eine Gliederung des Artikels »Social Bots: Furcht vor den neuen Wahlkampfmaschinen« mit Einleitung, Hauptteil mit den jeweiligen Thesen und Antithesen sowie Schluss/Fazit. Fassen Sie zu jedem Gliederungspunkt die behandelten Inhalte bzw. Argumente kurz zusammen.

3. Eine Kurzpräsentation zur Thematik formulieren

Ein Elevator Pitch ist eine Methode, jemandem eine Idee, ein Thema oder einen Sachverhalt während der Dauer einer Aufzugfahrt (ca. 60 Sekunden) verständlich vorzustellen. Formulieren Sie eine entsprechende Kurzpräsentation zu Social Bots.

Weiterführende Aufgabe

4. Eine Pro-und-Kontra-Tabelle zu der Gefahr durch Social Bots erstellen und erörtern

- a. Eine These des Bundestagspapiers lautet: »Social Bots bergen das Potenzial, das Vertrauen in die Demokratie zu unterlaufen« (Zeile 34 f.). Der Autor wägt hierfür zustimmende und ablehnende Argumente ab. Erfassen Sie die genannten Thesen und Begründungen in einer Tabelle, und ergänzen Sie sie durch eigene Überlegungen.
- b. Beziehen Sie anhand der Arbeitsergebnisse aus a) Stellung zu den Risiken, die von Social Bots im Wahlkampf ausgehen, und diskutieren Sie die zitierte Kernthese im Plenum.

Projekt/Hausaufgabe

5. Einen Ratgeber zu Social Bots verfassen

Erarbeiten Sie in Gruppen Möglichkeiten, Social Bots zu erkennen. Gehen Sie von den Hinweisen im Artikel aus, und recherchieren Sie nach weiteren Tipps im Internet. Erstellen Sie aus Ihren Informationen ein einseitiges Handout für User als Hilfestellung, um Meinungsroboter im Netz zu identifizieren. Erwähnen Sie hierbei auch, welche Grenzen es für Privatpersonen gibt, Bots zu erkennen, und warum dies so ist.

Linktipps:

- Spiegel Online: So erkennen Sie Meinungsroboter
<http://www.spiegel.de/netzwelt/web/social-bots-entlarven-so-erkennen-sie-meinungsroboter-a-1129539.html>
- Twitter: #socialbots
- AKTIVonline (Institut der deutschen Wirtschaft Köln): Social Bots – So erkennen Sie Meinungsroboter auf Twitter, Facebook & Co.
<https://www.aktiv-online.de/ratgeber/detailseite/news/social-bots-so-erkennen-sie-meinungsroboter-auf-twitter-facebook-co-10662>

Arbeitsblatt 2

AfD will Social Bots im Wahlkampf einsetzen

Die AfD will mit Software Stimmung machen, die massenhaft Nutzerbeiträge in sozialen Netzwerken generiert. Andere Parteien lehnen die Nutzung dieser Social Bots ab.

- Die AfD will im Bundestagswahlkampf 2017 Software-Roboter einsetzen, mit denen Stimmung in sozialen Netzwerken gemacht wird. »Selbstverständlich werden wir Social Bots in unsere Strategie im Bundestagswahlkampf einbeziehen«, sagte Bundesvorstandsmitglied Alice Weidel dem Magazin »Der Spiegel«. »Gerade für junge Parteien wie unsere sind Social-Media-Tools wichtige Instrumente, um unsere Positionen unter den Wählern zu verbreiten.«
- Mit Social Bots können massenhaft Einträge zum Beispiel bei Twitter und Facebook automatisch generiert werden. Sie sehen so aus, als seien sie von menschlichen Nutzern geschrieben worden. Damit lässt sich zum einen Stimmung zu einem bestimmten Thema machen. Zum anderen können so massenhaft ablehnende Mitteilungen an Politiker und Parteien gesandt werden.
- Donald Trump setzt im US-Wahlkampf massiv auf Bots. Laut einer Studie der Oxford University wird ein Drittel der Pro-Trump-Postings auf Twitter von Bots generiert, bei Hillary Clinton ist es knapp ein Viertel.
- Bundeskanzlerin Angela Merkel (CDU) hatte am Wochenende einen Schulterschluss der Parteien ange-regt, um gemeinsam gegen den Einsatz von Social Bots zu kämpfen. Derlei Absprachen über eine gemein-same Linie gebe es allerdings »bislang nicht«, sagt CDU-Generalsekretär Peter Tauber. Den Einsatz von Bots für die eigene Partei schließt er wie die anderen Parteien aus.
- Beim Koalitionspartner SPD stößt man mit der Forderungen nach einem Schulterschluss auf offene Ohren: »Die sozialen Medien werden in unserem Wahlkampf eine wesentliche Rolle spielen. Aber den Einsatz von Bots lehnen wir ab«, sagt SPD-Generalsekretärin Katarina Barley. Auch Linke, FDP und Grüne teilten be-reits mit, sie würden im Wahlkampf keine Social Bots einsetzen.

ZEIT ONLINE, 21.10.2016 <http://www.zeit.de/digital/internet/2016-10/bundestagswahlkampf-2017-afd-social-bots>

Aufgaben

Einstieg

1. Ein Meinungsbild mithilfe einer Positionslinie erstellen

Lehnen Sie den Einsatz von Social Bots als Wahlkampfshelfer ab, oder halten Sie diese für ein legitimes Instrument der politischen Meinungsbildung im digitalen Zeitalter?

- a. Bilden Sie zu dieser Frage eine Positionslinie. An der rechten Wand gruppieren sich die Befürworter von Social Bots. An der linken Wand stellen sich die Gegner auf. Wer sich noch nicht festgelegt hat, stellt sich dazwischen in eine Position, die der eigenen Haltung am nächsten kommt (näher zu Pro oder näher zu Kontra). Abwechselnd von der Pro- und der Kontra-Seite begründet nun jeder kurz seine Haltung.
- b. Wiederholen Sie die Positionslinie am Ende dieser Unterrichtseinheit, nachdem Sie sich gründlicher mit der Materie auseinandergesetzt haben. Halten Sie fest, ob sich Ihr Meinungsbild geändert hat, und ermitteln Sie, welche Argumente hierfür ausschlaggebend waren.

Basis-Aufgabe

2. Perspektivwechsel: Konstruktive Einsatzmöglichkeiten von Social Bots bewerten

Fallbeispiel:

Sie engagieren sich in einer Gruppe, die gegen Hassbotschaften im Netz kämpft. In Ihrer Gruppe ist ein Programmierer, der folgenden Vorschlag unterbreitet: Er könne Bots programmieren, die sich selbstständig einschalten, wenn andere Nutzer im Netzwerk rassistische oder menschenfeindliche Begriffe verwenden. Der Bot postet dann etwa »Denk daran, dass es echte Menschen sind, die du mit einer solchen Sprache angreifst«. Unterstützen Sie das Vorhaben?

Linktipp: heise online, Hate Speech – Twitter-Bots können Rassismus zurückdrängen

<https://www.heise.de/newsticker/meldung/Hate-Speech-Twitter-Bots-koennen-Rassismus-zurueckdraengen-3491685.html>

- a. Erörtern Sie das Fallbeispiel anhand folgender Thesen:
 - »Der Zweck heiligt die Mittel«: Bots sind in Ordnung, wenn sie ethisch vertretbaren Werten dienen.
 - »Da könnte ja jeder kommen«: Am Ende dominieren Software-Programmierer den Diskurs in den sozialen Netzwerken mit einem Krieg der Meinungsroboter.
 - »Kein Fair Play«: Bots manipulieren und verfälschen die demokratische Meinungsbildung.
- b. Stellen Sie einen Bezug her vom Fallbeispiel zur Nutzung von Bots für den politischen Wahlkampf, und nehmen Sie Stellung. Ziehen Sie hierfür gegebenenfalls Informationen aus Arbeitsblatt 1 heran »Social Bots: Furcht vor den neuen Wahlkampfmaschinen« heran (Einsatz von Social Bots im US-Wahlkampf und beim Brexit-Referendum).

Weiterführende Aufgaben

3. Ein Theseninterview zum Umgang mit Social Bots abhalten

Wählen Sie eine der unten stehenden Thesen für Ihre Kurzbefragung aus. Interviewen Sie mindestens vier beliebige Personen hierzu, und notieren Sie deren Kommentare, Reaktionen oder Stellungnahmen in Form eines kurzen Statements. Befragen Sie entweder Mitschüler oder, falls Sie die Aufgabe als Hausaufgabe bearbeiten, Personen aus Ihrem Umfeld, oder führen Sie ein Straßeninterview durch. Tauschen Sie sich anschließend im Plenum über Ihre Interviews aus, erstellen Sie für jede These eine Pro-und-Kontra-Liste mit den wichtigsten Argumenten, und erörtern Sie die einzelnen Fragen.

- a. Es herrscht Meinungsfreiheit: Ich kann Flugblätter vervielfältigen und überall verteilen oder verschicken. Im Internet-Zeitalter funktioniert das dann digital. Bots sind einfach nur digitale Kopierer.
- b. Es sollte eine Kennzeichnungspflicht für maschinell generierte Beiträge in sozialen Medien geben. Bei Lebensmitteln habe ich ja auch das Recht, zu wissen, was drinsteckt.
- c. Tay, ein Chat-Bot von Microsoft mit künstlicher Intelligenz, sollte im Netz lernen, wie junge Menschen reden. Nach wenigen Stunden wurde der Versuch abgebrochen: Tay entwickelte rasend schnell eine rassistische Sprache und befürwortete Völkermord. Social Bots spielen Extremisten in die Hände.
- d. In erster Linie müssen die Betreiber der sozialen Netzwerke in die Verantwortung genommen werden. Sie müssen den Bot-Jägern Zugang zu den Programmier-Schnittstellen gewähren, damit die Bots entlarvt und gelöscht werden können.
- e. Die User müssen lernen, selbstständig mit den Gefahren des Internets zurechtzukommen. Social Bots sind eine digitale Herausforderung unter vielen. Man sollte besser eine kritische Gegenkultur schaffen und nicht alles gesetzlich regulieren.
- f. Wir interagieren schon längst mit Algorithmen und Computerprogrammen im digitalen Alltag. Gelten nur Menschen als Akteure im politischen System? Die Menschheit hat das Recht auf einen Austausch mit künstlichen Intelligenzen. Wer hat das Recht, deren Meinungsäußerung zu löschen?

4. Den Einsatz von Social Bots zur Meinungsbildung in einem Essay abwägend bewerten

Schreiben Sie einen Essay zur Frage: »Sind Social Bots eine Gefahr für die Demokratie?« Nähern Sie sich der Problematik aus verschiedenen Perspektiven, und entwickeln Sie Ihre Gedanken hierzu Schritt für Schritt. Sie können den Essay nüchtern-sachlich oder auch mit humorvollen oder satirischen Elementen ausarbeiten.



Internetseiten zum Thema:

Social Bots: Meinungsroboter als Wahlkampf Helfer

ZEIT ONLINE: Bundestagswahlkampf 2017 – Die große Angst vor dem Internet

<http://www.zeit.de/digital/internet/2017-01/bundestagswahlkampf-fake-news-verschluesselung>

ZEIT ONLINE: Fake News unter Kontrolle

<http://www.zeit.de/politik/deutschland/2016-12/fake-news-nachrichten-journalismus>

ZEIT ONLINE: Twitter-Nutzer machen Chatbot zur Rassistin

<http://www.zeit.de/digital/internet/2016-03/microsoft-tay-chatbot-twitter-rassistisch>

ZEIT ONLINE: Künstliche Intelligenz: Meinung aus dem Bot

<http://www.zeit.de/2016/46/kuenstliche-intelligenz-bot-soziale-netzwerke>

Spektrum.de: Gefährden Meinungsroboter die Demokratie?

<http://www.spektrum.de/news/gefaehrden-meinungsroboter-die-demokratie/1426157>

Konrad-Adenauer-Stiftung: Social Bots – Invasion der Meinungs-Roboter

<http://www.kas.de/wf/de/33.46486/>

SoMeFo (Social Media Forensics): Forschungsprojekt zu Risiken der digitalen Arbeitswelt, gefördert durch das Bundesministerium für Bildung und Forschung

<http://politicaldatascience.blogspot.de/p/somefo.html>



Das kostenlose ZEIT-Angebot für Schulen

Die Unterrichtsmaterialien für das Schuljahr 2016/17 »Medienkunde« und »Abitur, und was dann?« sowie DIE ZEIT für drei Wochen im Klassensatz können Sie kostenfrei bestellen. Alle Informationen unter:

www.zeit.de/schulangebote

IMPRESSUM

Projektleitung: Franziska Sachs, Zeitverlag Gerd Bucerius GmbH & Co. KG,
Projektassistentin: Jannike Möller, Zeitverlag Gerd Bucerius GmbH & Co. KG,
didaktisches Konzept und Arbeitsaufträge: Susanne Patzelt, Wissen befähigt