
Risiken bei der beruflichen Orientierung über Social Media

Nicht nur über das Internet oder einen KI-Chatbot könnt ihr Informationen und Tools zur Berufsorientierung finden, sondern auch über Social Media. Viele von euch nutzen das vielleicht schon. Auf den Plattformen (beispielsweise Instagram, Facebook, TikTok, YouTube, LinkedIn und noch weiteren) lassen sich passende Inhalte suchen und können abgerufen werden. Die unterschiedlichen Dienste wie Communities, Messaging oder Livestreaming liefern verschiedene Möglichkeiten. Einfache Beispiele sind Berufsvideos oder Reels und Empfehlungen.

Egal, ob ihr gezielt nach etwas sucht und ihr eine Auswahl angeboten bekommt, oder ob euch über den Feed etwas eingespielt wird: Stellt euch bitte die Frage, warum ihr genau das gezeigt bekommt. Denn in beiden Fällen treffen die Social Media Dienste eine Auswahl, die problematisch sein kann.

Arbeitsaufträge:

1. Startet erst einmal im Plenum und macht eine kurze Umfrage in der Klasse, ob und wie von euch Social Media für Berufsorientierung genutzt wird. Gebt kurze Erfahrungsberichte:



a. War eine Suche nach Infos, Tools oder anderem erfolgreich und konntet ihr mit den Ergebnissen gut etwas anfangen?

b. Gab es Feeds, Empfehlungen oder vielleicht einen Austausch zu Infos und Themen, die euch gut weitergeholfen haben? Welche?

c. Habt ihr euch Gedanken darüber gemacht, wer die Creators waren, welche Absichten sie verfolgen könnten und ob ihr ihnen vertrauen wollt?

2. Die Betreiber der Plattformen und Dienste haben eine enorm große Menge an Inhalten in ihren Datenspeichern. Sie müssen zwangsläufig beim Ausspielen eine weit einschränkende Auswahl treffen. Dazu nutzen sie Algorithmen.

a. Schaut euch im Plenum das [Video zum Thema Algorithmus](#) an, das kurz erklärt, was ein Algorithmus in diesem Zusammenhang ist, wie er funktioniert und welche weiterreichenden Interessen er verfolgt. Um das



Video abzuspielen, klickt auf den Link oder scannt den QR-Code.

- b. Schreibe in einem kurzen Text in Einzelarbeit mit eigenen Worten auf, wie der Algorithmus grundsätzlich arbeitet und dass er auf euer Verhalten als User aufbaut. Erkläre auch, warum es zunächst grundsätzlich vorteilhaft ist, dass die Betreiber von Plattformen und Diensten das Userverhalten berücksichtigen.



3. Besprecht und erörtert nun im Plenum, was es für euch bedeutet, wenn euch die Plattformen und Dienste stark vorausgewählte Inhalte zeigen. Beschränkt euch erst einmal auf diese zwei Aspekte:

- a. Die Auswahl beruht auf eurem bisherigen Userverhalten und zeigt euch möglicherweise immer nur Ähnliches. Ihr bekommt nur einen Ausschnitt aus den eigentlich verfügbaren Informationen. Erklärt, was das für Auswirkungen auf eure Entscheidungen bei der Berufswahl haben kann.



- b. Möglicherweise bekommt ihr bezahlte Inhalte gezeigt, ohne, dass das ersichtlich ist. Erklärt, was das für Auswirkungen haben könnte.

Vertiefende Zusatzaufgabe zu Risiken und Vorteilen:



Das Einspielen von Inhalten über Algorithmen hat Risiken. Es erzeugt noch mehrere weitere Effekte, auf die ihr achten solltet, um keine verfälschten Ergebnisse zu nutzen. Berufsorientierende Infos und Tools auf einfache Weise über die Plattformen und Dienste zu teilen, ist zugleich ein Vorteil. Das könnt ihr abwägen.

1. Bildet nun Vierergruppen. Jede Gruppe wählt eines der beiden folgenden Themen. Beide Themen sollten von mindestens zwei Gruppen bearbeitet werden.



- **Gruppe A:** Ihr befasst euch mit Gefahren und Risiken, die durch Nutzung von Algorithmen in Social Media entstehen und fundierte Berufsorientierung beeinträchtigen.
Lest als Arbeitsgrundlage den folgenden Informationstext „Auswirkungen algorithmus-gesteuerter Inhaltsauswahl“.
Besprecht ihn und stellt die darin erklärten Effekte in einer Übersicht zusammen.

Auswirkungen algorithmus-gesteuerter Inhaltsauswahl

Wenn Jugendliche sich über Berufe in sozialen Medien informieren, begegnen ihnen Inhalte, die stark von Algorithmen gesteuert sind („algorithmische Personalisierung“). Sie orientieren sich daran, was User anklicken, liken oder länger ansehen – und zeigen davon immer mehr („Verstärkungslogik“ bzw. „Engagement-Optimierung“). Dadurch können einseitige Eindrücke entstehen: Bestimmte Berufe tauchen ständig im Feed auf, andere kaum („Filterblase“ bzw. „algorithmische Verzerrung“). Häufig wirken die dargestellten Arbeitswelten besonders spektakulär, stark vereinfacht oder inszeniert, weil auffällige Inhalte mehr Aufmerksamkeit bekommen („Inszenierung“, „Aufmerksamkeitsökonomie“). Gleichzeitig verfolgen Beiträge auch kommerzielle Interessen, etwa wenn Unternehmen, Influencer oder Plattformen von Klicks und Reichweite profitieren („Kommerzialisierung“ bzw. „Influencer-Marketing“). So kann leicht der Eindruck entstehen, häufig gezeigte Inhalte seien besonders wichtig oder realistisch („Verfügbarkeitsheuristik“). Sie bilden jedoch oft nur einen kleinen, gefilterten Ausschnitt der beruflichen Wirklichkeit ab („selektive Darstellung“, „mediale Verzerrung“).



- **Gruppe B:** Ihr befasst euch damit, dass Social Media fester Bestandteil im Leben Jugendlicher ist. Sie sollten auch und gerade zur Berufsorientierung auf attraktive Weise darüber angesprochen werden.
Lest als Arbeitsgrundlage den [Artikel „Digitale Medien verändern die Berufsorientierung – wie Jugendliche heute erreicht werden“](#).
Bildet euch eine Meinung, wie gut Social Media die Berufsorientierung aktuell unterstützt.
Gebt eine begründete Antwort, ob ihr dem Artikel zustimmt oder nicht.



2. Stellt im Plenum wechselseitig eure Gruppenergebnisse vor und diskutiert sie.



- Erörtert Möglichkeiten, die erkannten Effekte mindestens abzuschwächen.
Führt die folgenden Stichworte näher aus – ihr könnt dazu recherchieren:
- ein verändertes Userverhalten

- mehr aktive Suche
- Gegenprüfung über andere Medien.

Für dein Portfolio:



Vertiefe folgende Punkte in deinem Portfolio:

- So kann ich Social Media bei der beruflichen Orientierung nutzen
- Ich sollte bei der Nutzung von Social Media bei der beruflichen Orientierung auf folgende Punkte achten

Diese Konsequenz ziehe ich für meine weitere berufliche Orientierung