LE02: Algorithmen & Rassismus

Inhalte

Die Lerneinheit beschäftigt sich mit der Frage, inwiefern Algorithmen dazu beitragen, dass sich rassistische Inhalte in sozialen Medien verbreiten. Der Frage wird an den Beispielen der Social-Media-Plattformen Youtube und Instagram nachgegangen.

Materialien

- AB02-1 Algorithmen & Rassismus

Lernergebnisse und Kompetenzen

Nach Abschluss der Lerneinheit werden Sie in der Lage sein

- den Einfluss von Algorithmen auf die Verbreitung rassistischer Inhalte zu analysieren und zu reflektieren, indem Sie in verschiedenen sozialen Netzwerken (YouTube, Instagram) Profile erstellen und die jeweilige Plattform dahingehend analysieren.
- Ihre Erfahrungen in die aktuelle wissenschaftliche Forschung zu dem Thema einzuordnen.

Algorithmen und soziale Medien

Kowalski hat im Jahr 1979 eine vielzitierte Definition des Begriffs Algorithmus vorgelegt. Ein Algorithmus besteht demnach aus der Summe der Komponenten „Logik“ und „Kontrolle“. „Logik“ umfasst dabei das Wissen, das über ein Problem vorhanden ist, und „Kontrolle“ beschreibt die Art und Weise, wie dieses Wissen eingesetzt wird, um dieses Problem zu lösen. Die Effizienz des Algorithmus lässt sich steigern, indem die Kontrollkomponente angepasst wird (Kowalski, 1979, S. 425). In der Definition wird die durchaus vielversprechende Rolle der Algorithmen als Problemlöser (Introna, 2016, S. 21) in der digitalisierten Gesellschaft sichtbar. Eine wichtige Aufgabe ist es, den Informationsfluss des Internets zu reduzieren und für die menschliche Wahrnehmung sichtbar zu machen. Oder wie es das Unternehmen Google formuliert: „Sie durchsuchen Milliarden von Webseiten im Suchindex und präsentieren dir die relevantesten und nützlichsten Ergebnisse in Sekundenschnelle“ (Google Ireland Limited, 2019, o.S.). Die Algorithmen der sozialen Medien schlagen ihren Nutzer*innen Lesenswertes vor oder produzieren in Form sogenannter Bots passgenau für entsprechende Nutzer*innengruppen eigene Nachrichten. Geolokationsdaten ermöglichen es, die Nachrichtenauswahl zusätzlich anzupassen, je nachdem, wo sich die Nutzer*innen gerade aufhalten. Dabei stellt der Suchalgorithmus nur eine von vielen Einsatzmöglichkeiten dar, die deutlich machen, dass die Kontrollkomponente der Algorithmen von IT-Unternehmen allumfassend definiert wird: Algorithmen machen uns Vorschläge beim Online-Einkauf, sortieren unsere Timeline in den sozialen Netzwerken und liefern in Smart Cities Entscheidungsgrundlagen für die Stadtplanung. Algorithmen bestimmen letztendlich, was Grundlage des menschlichen Handelns wird, und nehmen somit Einfluss auf die Autonomie der Nutzer*innen.

Eine besondere Folge der Social-Media-Algorithmen ist das Phänomen, das allgemein als Filterblase bekannt ist. Pariser (2012), der diesen Begriff geprägt hat, versteht darunter die durch Algorithmen

vorgenommene Sortierung des eigenen Newsfeed zum Beispiel auf Facebook nach angenommener persönlicher Präferenz. Den Nutzer*innen werden dadurch vorrangig Nachrichten angezeigt, die der eigenen Weltsicht entsprechen.

Präsentation

<html><iframe src=„https://docs.google.com/presentation/d/1yezR_y29CC8v38th1BEgnxTeJORf8hsOr-KKuMCiHbY/embed? start=false&loop=false&delayms=3000“ frameborder=„0“ width=„960“ height=„749“ allowfullscreen=„true“ mozallowfullscreen=„true“ webkitallowfullscreen=„true“></iframe></html>

Literatur:

- Cotter, Kelley. 2019. „Playing the visibility game: How digital influencers and algorithms negotiate influence on Instagram.“ New Media & Society 21 (4): 895–913. doi:10.1177/1461444818815684.
- Daniels, Jessie. 2018. „The Algorithmic Rise of the “Alt-Right”.“ Contexts 17 (1): 60–65. doi:10.1177/1536504218766547.
- Gillespie, Tarleton. 2014. „The Relevance of Algorithms.“ In Media technologies: Essays on communication, materiality, and society, hg. v. Tarleton Gillespie, Pablo J. Boczkowski und Kirsten A. Foot, 167–93. Inside technology. Cambridge, Mass. MIT Press.
- Google Ireland Limited (2019). So funktioniert die Google-Suche | Suchalgorithmen. Verfügbar unter URL (https://www.google.com/search/howsearchworks/algorithms/) [02.08.2019]
- Introna, Lucas D. 2016. „Algorithms, Governance, and Governmentality.“ Science, Technology, & Human Values 41 (1): 17–49. doi:10.1177/0162243915587360.
- Introna, Lucas D. 2017. „Die algorithmische Choreographie des beeindruckbaren Subjekts.“ In Algorithmuskulturen: Über die rechnerische Konstruktion der Wirklichkeit, hg. v. Robert Seyfert und Jonathan Roberge, 41–74. Kulturen der Gesellschaft. Bielefeld: Transcript Verlag.
- Kowalski, Robert. 1979. „Algorithm=Logic+Control.“ Communications of the ACM 22 (7): 424–36.
- Stalder, Felix. 2017. Kultur der Digitalität. Berlin: Suhrkamp.

From:
https://foc.neu.geomedienlabor.de/ - **Frankfurt Open Courseware**

Permanent link:
https://foc.neu.geomedienlabor.de/doku.php?id=courses:lehrende:fortbildung_rassismus:lerneinheit:le02:start

Last update: **2025/09/28 20:17**