



Bertelsmann Stiftung (Hrsg.)
Prof. Dr. Christian Stöcker

Digitale Öffentlichkeit

Wie algorithmische Prozesse den gesellschaftlichen Diskurs beeinflussen

1. Auflage 2017, 90 Seiten (PDF)

DOI 10.11586/2017028

kostenlos

 In den Warenkorb

 Download

Von algorithmischen Prozessen gesteuerte Intermediäre wie Google oder Facebook haben im Vergleich zu redaktionell gesteuerten Medien wie dem Fernsehen einen großen, aber bislang nicht entscheidenden Einfluss auf die öffentliche Meinungsbildung. Sie bewerten die Relevanz von Inhalten viel stärker als redaktionelle Medien an unmittelbaren Reaktionen des Publikums. Die Nutzung der Intermediäre für öffentliche Meinungsbildung führt zu einem Strukturwandel der Öffentlichkeit. Zentral ist dabei ein zunehmend personalisiertes und maschinell kuratiertes Medienangebot, bei dem unmittelbare Nutzerreaktionen ein bedeutender Input sind. Eine Reihe psychologischer Faktoren führt aber dazu, dass die ausgewerteten vor allem

impulsiven Publikumsreaktionen schlecht geeignet sind, um Relevanz im Sinne klassischer Leitwerte wie Wahrheit, Vielfalt oder gesellschaftliche Integration zu bewerten, die in Deutschland Grundlage der von redaktionellen Medien geschaffenen Öffentlichkeit sind. Im Zentrum der komplexen Wechselwirkungen digitaler Öffentlichkeit stehen algorithmische Prozesse, die Inhalte sortieren und deren Zusammenstellung personalisieren. Deshalb müssen Lösungen zuerst hier ansetzen.

Projekt

- Ethik der Algorithmen

ANSPRECHPARTNER



Ralph Müller-Eiselt