

» Startseite

» Aktuelles

» Untersuchungen

» Publikationen

» Über uns

» Team

» Kontakt

♥ Gutachter gesucht

Informationen zur Vergabe von Gutachten

Algorithmen in digitalen Medien und ihr Einfluss auf die Meinungsbildung

Die Einreichungsfrist für Angebote ist abgelaufen.

Thematischer Hintergrund

Massenmedien sind eine wichtige Quelle politischer Informationen und bilden eine Grundlage der Meinungsbildung. Eine ähnliche Rolle kommt den sozialen Medien zu, die in den letzten Jahren von immer mehr Menschen zur Informationsbeschaffung über wichtige gesellschaftliche Themen genutzt wurden.

Welche Medieninhalte von Nutzenden im Internet wahrgenommen werden, wird dabei zunehmend durch Algorithmen bestimmt. Sie entscheiden zum Beispiel, welche Webseiten für eine Suchanfrage als relevant angesehen und in welcher Reihenfolge die Ergebnisse präsentiert werden. Sie legen auf der Grundlage von Mediennutzungsdaten fest, welche Auswahl von Meldungen (und Werbung) ein Nutzer wann angezeigt bekommt. Auf diese Weise können Algorithmen die Meinungsbildung beeinflussen.

Der Einsatz von Algorithmen dient auch dazu, die Präferenzen der Rezipienten zu erkunden und auf diese zu reagieren. So nutzt beispielsweise die New York Times eine Softwarelösung zur Auswahl derjenigen Artikel, die an Verbreitungskanäle wie Facebook und Twitter weitergeleitet werden. Bei diesen Plattformen wiederum entscheiden Algorithmen – auch auf Basis der Nutzungsdaten – darüber, welche Auswahl an Beiträgen präsentiert wird.

Vor dem Hintergrund des beschriebenen Einflusses von Algorithmen auf die Nachrichtenverbreitung und -selektion ist davon auszugehen, dass die Informationslage, die Nutzenden als Grundlage für die Meinungsbildung dient, in erheblichem Maße von den Wirkungsweisen dieser Algorithmen beeinflusst ist: Auf der einen Seite besteht die Gefahr, dass die Meinungsbildung durch für die Nutzenden nicht klar erkennbare algorithmische Mechanismen (z.B. den Facebook-Newsfeed-Algorithmus bzw. das Suchmaschinenranking) beeinflusst oder sogar manipuliert wird; dies ist dann der Fall, wenn Algorithmen die Vielfalt des Informationsangebotes einschränken oder kontrollieren bzw. einzelne Sichtweisen verstärken. Auf der anderen Seite können Algorithmen auch den gegenteiligen Effekt haben und dazu beitragen, dass Medienkonsumenten ein breiteres Spektrum an Informationen und (auch politischen) Stellungnahmen zur Verfügung gestellt

Kontakt

Britta Oertel »

(Projektleitung)

b.oertel@izt.de

Tel.: +49 30 803088-43

Dr. Steffen Albrecht »

albrecht@tab-beim-bundestag.de

Tel.: +49 30 28491-111

**Büro für Technikfolgen-
Abschätzung beim Deutschen
Bundestag (TAB)**

Neue Schönhauser Straße 10
10178 Berlin

Tel.: +49 30 28491-0

Fax: +49 30 28491-119

Weitere Informationen

> [Hinweise für Gutachter](#) »

> [Formblatt PDF \[0,04 MB\]](#)

wird.

Das Wirkungsgefüge von Algorithmen und digitalen Medien ist in den vergangenen Jahren zunächst in Fachkreisen, zunehmend aber auch in den Massenmedien in den Fokus der Aufmerksamkeit geraten. Unter digitalen Medien werden in diesem Projekt internetgestützte Medien, insbesondere soziale Medien und Nachrichtenportale der klassischen Medien, aber auch Formate wie Blogs und Podcasts verstanden. In die Betrachtung miteinbezogen werden zudem auch Intermediäre wie Suchmaschinen, Videoportale und Nachrichtenaggregatoren (z.B. Google News). Dabei werden u.a. folgende Fragen diskutiert: Welche Inhalte bekommen Facebooknutzende auf ihren Bildschirmen zu sehen, welche Ergebnislisten werden bei Googlesuchen eingeblendet? Wie nutzen Medienanbieter die neuen Möglichkeiten beispielsweise zur Priorisierung von Informationen? Die Fragen dienen der Beantwortung der zentralen Fragestellung des TA-Projekts: Welche Bedeutung haben algorithmisch unterstützte Medienangebote für die Meinungsbildung bzw. die Herstellung von (politischer) Öffentlichkeit? Wie wirken sie sich auf demokratische Entscheidungen aus?

Diese Fragestellungen werden in unterschiedlichen Wissenschaftsdisziplinen, aber auch von politischen und zivilgesellschaftlichen Institutionen untersucht und diskutiert. Dennoch stellte ein interdisziplinäres Wissenschaftlerteam 2016 im Wissenschaftsmagazin Nature fest, dass es noch zu wenige Analysen der Auswirkungen des Einsatzes von Algorithmen auf soziale, kulturelle und politische Bereiche gebe.

Leistungsbeschreibung der zu vergebenden Gutachten

Im Rahmen des TA-Projekts »Algorithmen in digitalen Medien und ihr Einfluss auf die Meinungsbildung« soll ein Gutachten zum Themenfeld »**Auswirkungen auf die individuelle Meinungsbildung bei Nutzenden**« vergeben werden.

Die Bereitschaft zur engen Kooperation mit dem TAB wird vorausgesetzt. Der vergütbare Bearbeitungsaufwand für das Gutachten beträgt **7 bis 8 Personenmonate**.

Das Gutachten sollte insbesondere Algorithmen zur Personalisierung und die Diskussion um ihre Relevanz für die individuelle Meinungsbildung in den Blick nehmen. Personalisierungsalgorithmen umfassen alle Algorithmen, die dazu dienen, auf Basis von Nutzerdaten Informationsinhalte zu filtern, bewerten oder zu sortieren.

Damit ergeben sich folgende Fragestellungen:

- › Welche Typen von Personalisierungsalgorithmen werden heute im Kontext »digitale Medien und Meinungsbildung« eingesetzt?
- › Welche informationstechnischen Ansätze liegen den jeweiligen Typen zugrunde und welche Auswahlkriterien werden durch sie angewendet?
- › Verengen oder verbreitern diese Personalisierungsalgorithmen das nutzerseitig angezeigte Informationsangebot?
- › Welche Ansätze gibt es bzw. sind denkbar, Personalisierungsalgorithmen zu nutzen, um das nutzerseitig angezeigte Informationsangebot zu diversifizieren?
- › Welche Strategien bzw. Werkzeuge gibt es bzw. sind denkbar, um den Nutzenden den Einfluss von Personalisierungsalgorithmen auf das angezeigte Informationsangebot zu veranschaulichen oder zu bewerten?
- › Welche Auswirkung hat die Personalisierung von Informationsinhalten durch Algorithmen auf die individuelle und in der Konsequenz auch die öffentliche

Meinungsbildung?

- › Ergeben sich politische bzw. gesetzgeberische Handlungsoptionen?

Im Rahmen des Gutachtens sollen diese Fragestellungen anhand von Beispielen (soziale Medien, Intermediäre) untersucht werden. Dabei soll zunächst eine Beschreibung der jeweiligen Personalisierungsalgorithmen erfolgen. Sofern die Algorithmen der vom Gutachter ausgewählten Beispiele nicht öffentlich verfügbar sind, sollen diese Algorithmen anhand ihrer Ergebnisse beschrieben werden. Außerdem soll in einem Experiment gezeigt werden, wie die unterschiedlichen Algorithmen auf das auf dem Nutzerbildschirm angezeigte Informationsangebot wirken. Die gewählte methodische Herangehensweise ist im Angebot vor dem Hintergrund der aktuellen wissenschaftlichen Diskussion zu begründen.

Termine

- › Abgabefrist für Angebote ist der **18.07.2017**.
- › Mit der Bearbeitung des Gutachtens soll voraussichtlich ab dem **01.08.2017** begonnen werden.
- › Die Vorlage des Gutachtens muss bis zum **31.03.2018** erfolgen.

Gutachtenvergabe und -erstellung innerhalb der vorgesehenen Zeiträume erfolgen vorbehaltlich der rechtzeitigen Beauftragung durch den Deutschen Bundestag.

Hinweise zur Angebotserstellung

Bei der Erarbeitung der Angebote sind die [Hinweise für Gutachter](#) » zu beachten. Insbesondere muss die Kompetenz der Anbietenden aus den Angeboten hervorgehen, und es müssen die beabsichtigte Vorgehensweise und der erforderliche Bearbeitungsaufwand verdeutlicht werden.

Bitte senden Sie uns bis zur oben genannten Abgabefrist eine elektronische Version Ihres vollständigen und unterschriebenen Angebots zusammen mit dem [Formblatt PDF \[0,04 MB\]](#) (s. a. [Hinweise für Gutachter](#) ») an unsere E-Mail-Adresse buero@tab-beim-bundestag.de. Sie erhalten sodann eine Eingangsbestätigung von uns.

[▲ Zum Seitenanfang](#)



Erstellt: 07.06.2017 Aktualisiert: 29.04.2019

Sie sind hier: » [Startseite](#) » [Gutachter gesucht](#)