

Algorithmen

Hintergrundinformationen

Empfehlungsalgorithmen

In sozialen Medien und Suchmaschinen gibt es spezielle Programme, die Algorithmen genannt werden. Diese steuern, welche Inhalte wir sehen: Dafür **sammeln** sie **Informationen** darüber, was wir online anklicken, und **verwenden diese Daten**, um zu entscheiden, welche Videos, Bilder oder Nachrichten uns angezeigt werden.

Diese Algorithmen können sogar versuchen, unser **Verhalten vorherzusagen** und zu **beeinflussen**. Die Informationen aus Daten über unsere Gewohnheiten und Vorlieben werden aus verschiedenen Quellen kombiniert, um uns genau die Inhalte oder Werbung zu zeigen, die uns wahrscheinlich am meisten interessieren. So etwas nennt man **Microtargeting**. Streaming-Dienste und Online-Werbenetzwerke nutzen beispielsweise solche Algorithmen und können so beeinflussen, was wir online sehen und wie wir uns verhalten.



Ein Weg, um Daten zu sammeln, sind sogenannte **Cookies**. Das sind Datenelemente, die im Browser gespeichert und von einer Website später wieder abgerufen werden können. Cookies sammeln z. B. Informationen darüber, **wie lange** wir uns **auf einer Seite aufhalten** und **was wir anklicken**. Manche Cookies verfolgen unsere Aktivitäten aber auch auf anderen Websites, um auf uns zugeschnittene Inhalte anzeigen zu können. Einfachen Schutz bieten entsprechende **Browser-Add-ons**, die verhindern, dass im Hintergrund unsere Daten gesammelt werden. Add-ons sind Erweiterungen für Programme wie Webbrowser, die zusätzliche Funktionen bieten.

Wie funktioniert der Google-Algorithmus?

Ein sehr bekanntes Beispiel für ein solches Empfehlungssystem ist die Google-Suchmaschine. Ursprünglich nutzte Google vor allem einen Algorithmus namens PageRank, der Webseiten danach bewertet, wie viele andere Seiten auf sie verlinken und wie relevant diese Verlinkungen sind. Heute verwendet Google eine **Vielzahl von Algorithmen**, um die Suchergebnisse zu personalisieren. Das bedeutet, dass Google **basierend auf persönlichen Informationen** wie Alter, Geschlecht, Standort und Online-Aktivitäten **individuell angepasste Ergebnisse** liefert.



Algorithmen

Google und andere Plattformen nutzen Algorithmen **nicht nur für Suchergebnisse**, sondern auch in ihren **Werbesystemen**, um passende Anzeigen auszuwählen. Es mag überraschend sein, aber solche Algorithmen wählen auch die **Nachrichten** aus, die Nutzer*innen sehen, beispielsweise in der Nachrichtenansicht auf Android-Geräten.



Warum konzentrieren wir uns auf Google?

Google ist die meistgenutzte Suchmaschine weltweit, mit einem Marktanteil von etwa 92 Prozent im Jahr 2021. Das bedeutet: Fast Jede*r, die/der im Internet in einer Suchmaschine etwas sucht, nutzt Google. Diese enorme Reichweite und Nutzung machen Google besonders einflussreich, wenn es um die Verbreitung von Informationen und die Beeinflussung der öffentlichen Meinung geht. Deshalb ist es wichtig, die Funktionsweise und Auswirkungen der Google-Algorithmen zu verstehen.

Neben Google gibt es auch **andere Suchmaschinen** wie Bing und DuckDuckGo. Diese nutzen **ähnliche Techniken**, verwenden aber **eigene Algorithmen**, um Suchergebnisse und Werbung zu personalisieren. DuckDuckGo zum Beispiel betont den Datenschutz und sammelt keine persönlichen Informationen, um Suchergebnisse zu personalisieren.



Dieses EU-Gesetz solltest Du kennen!

Mit der Einführung des **EU-Gesetzes über digitale Dienste (DSA)** können Nutzer*innen personalisierte Inhalte nun ablehnen. Das verbessert die Transparenz und Sicherheit im Internet, da besser nachvollziehbar ist, wie Inhalte gefiltert und moderiert werden.



Algorithmen

Wie funktionieren Algorithmen in den sozialen Netzwerken?

Auf verschiedenen Social Media-Plattformen entscheiden Algorithmen, welche Videos oder Bilder Ihr zu sehen bekommt. Bei **TikTok** registriert der Algorithmus zum Beispiel, was Ihr gerne anschaut und mit welchen Videos Ihr am meisten interagiert: Also welche Videos Ihr bis zum Ende schaut, welche Ihr liket oder kommentiert und welche Art von Videos Ihr selbst hochladet. Basierend auf diesen Informationen stellt TikTok Euch eine persönliche Seite zusammen, die „For You“. Hier seht Ihr Videos, die Euch wahrscheinlich am besten gefallen, damit Ihr möglichst lange in der App bleibt.

Auch **Instagram** verwendet einen Algorithmus, um zu entscheiden, welche Bilder oder Stories Euch als Erstes angezeigt werden. Früher wurden alle Posts einfach der Reihe nach angezeigt, aber jetzt zeigt Instagram Euch Posts an, von denen der Algorithmus denkt, dass sie Euch am meisten interessieren. Auch hier werden Informationen dazu erfasst, mit wem Ihr oft interagiert, welche Art von Posts Ihr mögt oder kommentiert – und sogar wie lange Ihr Euch bestimmte Posts anschaut. So versucht Instagram, Euren Feed so spannend wie möglich zu gestalten, damit Ihr viel Zeit dort verbringt.

Snapchat verwendet einen Algorithmus, der vorrangig Inhalte von Freunden anzeigt, mit denen Ihr häufig interagiert. Er basiert auf Eurem „Snap Score“, der Eure Aktivität auf der Plattform bewertet. Die „Discover“-Sektion personalisiert die angezeigten Inhalte von Medienpartnern und anderen Kreativen entsprechend Euren bisherigen Gewohnheiten, um Euch stets interessante Inhalte zu präsentieren. Der Algorithmus kann eine Filterblase schaffen, in der Ihr hauptsächlich Inhalte seht, die Eure bestehenden Ansichten bestätigen, und weniger mit unterschiedlichen Perspektiven konfrontiert werden. Zudem verwendet Snapchat maschinelles Lernen, um aus Euren Interaktionen zu lernen und Euren Feed ständig anzupassen.

Quelle: [Faktabaari: Leitfaden zur digitalen Informationskompetenz](#) (finnisch)

Materialien: [Lizenz CC BY 4.0](#) | [Video: Lizenz CC BY-ND](#) | [ThinkTwice \(dpa-Faktencheck\)](#)

