

Pressemitteilung vom 01.03.2018

"Chancen und Risiken automatisch personalisierter Nachrichten im Internet" / Umfrage im Auftrag des Deutschen Bundestages heute gestartet

Zu aktuellen Veränderungen in den digitalen Medien hat der Deutsche Bundestag eine Studie beim *Büro für Technikfolgen-Abschätzung beim Deutschen Bundestag* in Auftrag gegeben. Der Titel der Studie lautet: "Algorithmen in digitalen Medien und ihr Einfluss auf die Meinungsbildung". Ein inhaltlicher Schwerpunkt liegt auf der automatischen Personalisierung von Nachrichten. Hierzu startet am 1. März 2018 eine Online-Umfrage.

Die Befragung richtet sich an alle, die sich für Veränderungen im Bereich der Nachrichten aus Politik und Gesellschaft interessieren: Bürgerinnen und Bürger, Vertreterinnen und Vertreter von Medien, Nichtregierungsorganisationen, Wirtschaft, Wissenschaft und Verbänden. Das *IZT - Institut für Zukunftsstudien und Technologiebewertung* führt die Studie und die Umfrage federführend durch. Das IZT ist ein unabhängiges und gemeinnütziges Forschungsinstitut und Konsortialmitglied des *Büros für Technikfolgen-Abschätzung beim Deutschen Bundestag*.

Zum Fragebogen:

<https://www.stakeholderpanel.de/sosci/personalisierung/>

Das Ausfüllen des Fragebogens dauert rund acht bis zehn Minuten.

Zum Hintergrund: Neben den klassischen Nachrichtenredaktionen bestimmen zunehmend auch soziale Medien und Suchmaschinen über die Nachrichtenauswahl. Anbieter wie Facebook oder Google entwickeln neuartige Herangehensweisen, um mittels Techniken der Personalisierung Nachrichten zu filtern und zu sortieren. Von verschiedenen Seiten wird befürchtet, dass diese Anbieter dadurch Einfluss auf die Meinungsbildung nehmen.

Anschrift
Schopenhauerstr. 26
14129 Berlin

Pressekontakt
Barbara Debus
Tel.: +49 (0) 30 80 30 88-45
Fax: +49 (0) 30 80 30 88-88
b.debus@izt.de

Wissenschaftlicher Kontakt
Britta Oertel
Forschungsleiterin
Technologie und Innovation
Tel.: +49 (0) 30 80 30 88-43
Fax: +49 (0) 30 80 30 88-88
b.oertel@izt.de

www.izt.de

Seite 1 von 2

Auch Medienhäuser in Deutschland arbeiten an automatischen Lösungen, um ihre digitalen Nachrichtenangebote "maßzuschneidern". Mit der automatischen Personalisierung sind Stichworte wie "Künstliche Intelligenz" oder "Maschinelles Lernen" verbunden.

Die darauf basierenden neuartigen Verfahren werden teils von Dritten missbraucht, um Gruppen von Menschen gezielt zu täuschen. Dies zeigt z. B. die Verbreitung von Falschnachrichten.

Die Umfrage soll Erkenntnisse erbringen, wie Nutzerinnen und Nutzer in Deutschland Chancen und Risiken eines personalisierten Nachrichtenangebots einschätzen. Die Ergebnisse der Befragung fließen auch in Handlungsoptionen für die künftige parlamentarische Arbeit des Deutschen Bundestages ein.

LINKS:

Zum Fragebogen:

<https://www.stakeholderpanel.de/sosci/personalisierung/>

Zum Forschungsinstitut

<https://www.izt.de/>

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

<http://www.tab-beim-bundestag.de/de/>

Zum Forschungsprojekt

<https://www.izt.de/projekte/project/algorithmen>

Anschrift
Schopenhauerstr. 26
14129 Berlin

Pressekontakt
Barbara Debus
Tel.: +49 (0) 30 80 30 88-45
Fax: +49 (0) 30 80 30 88-88
b.debus@izt.de

Wissenschaftlicher Kontakt
Britta Oertel
Forschungsleiterin
Technologie und Innovation
Tel.: +49 (0) 30 80 30 88-43
Fax: +49 (0) 30 80 30 88-88
b.oertel@izt.de

www.izt.de

Seite 2 von 2