

# Social Media



Wie Algorithmen unser Denken  
beeinflussen

Ada Rhode

TALKpunkt - 5. November 2024  
Katholische Hochschule Freiburg



# Ada Rhode

Zukunftsdesignerin M.A.  
Dipl. Medieninformatikerin  
Journalistin  
Dozentin

[www.arhode.de](http://www.arhode.de)  
[www.uniCROSS.uni-freiburg.de](http://www.uniCROSS.uni-freiburg.de)  
[www.herIDEA.de](http://www.herIDEA.de)





# Confirmation Bias

Wir bevorzugen  
Informationen, die unserem  
Weltbild entsprechen.  
Informationen, die unseren  
Annahmen widersprechen,  
bewerten wir als weniger  
wichtig.



J. Klayman, „Varieties of Confirmation Bias,“ Psychology of Learning and Motivation, Bd. 32, p. 358–418, 1995.

Unser Gehirn sucht  
nach Bestätigungen,  
um Energie zu sparen.

Meine Lieblings-  
Influencerin macht  
Werbung für Detox-  
Drinks, weil sie cool ist.

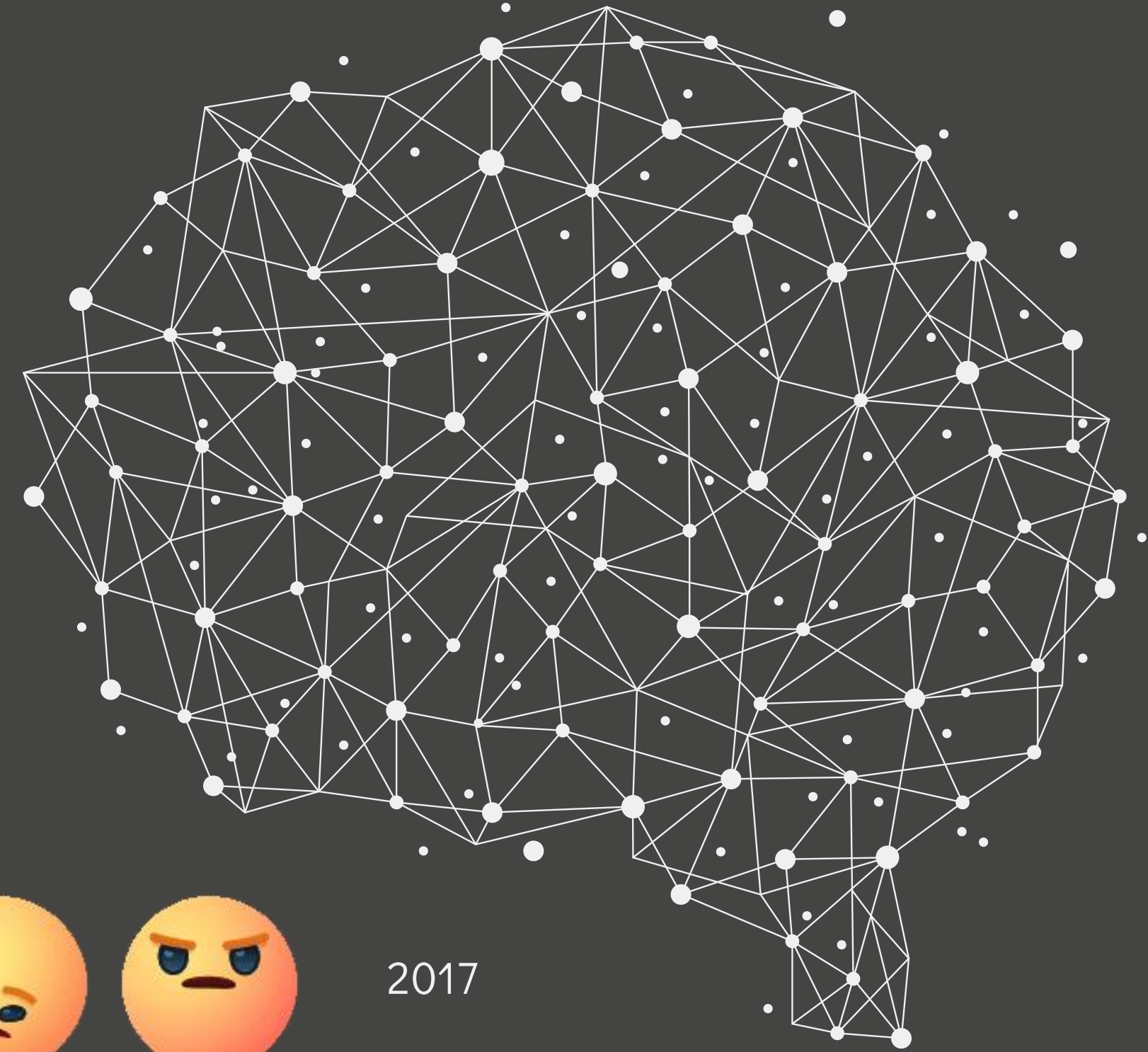
Sie redet über Detox-  
Drinks, weil sie sich um  
meine Gesundheit sorgt.

Sie sagt immer, sie sei  
ehrlich - also muss es  
wahr sein.

Ich vertraue ihr mehr  
als meinem Arzt.



Algorithmen nutzen die  
Funktionsweise unseres  
Gehirns aus



2017

Facebook ändert seinen Namen, doch die Grundprobleme seines Algorithmus bleiben

P. Gollmer und R. Fulterer, 29. Oktober 2021, NZZ

# Hatespeech und Desinformation nehmen zu

5 Prozent der Accounts  
waren für 50 Prozent der Likes  
bei Hasskommentaren verantwortlich.  
Eine lautstarke Minderheit, die kein Abbild  
der Gesellschaft darstellt.

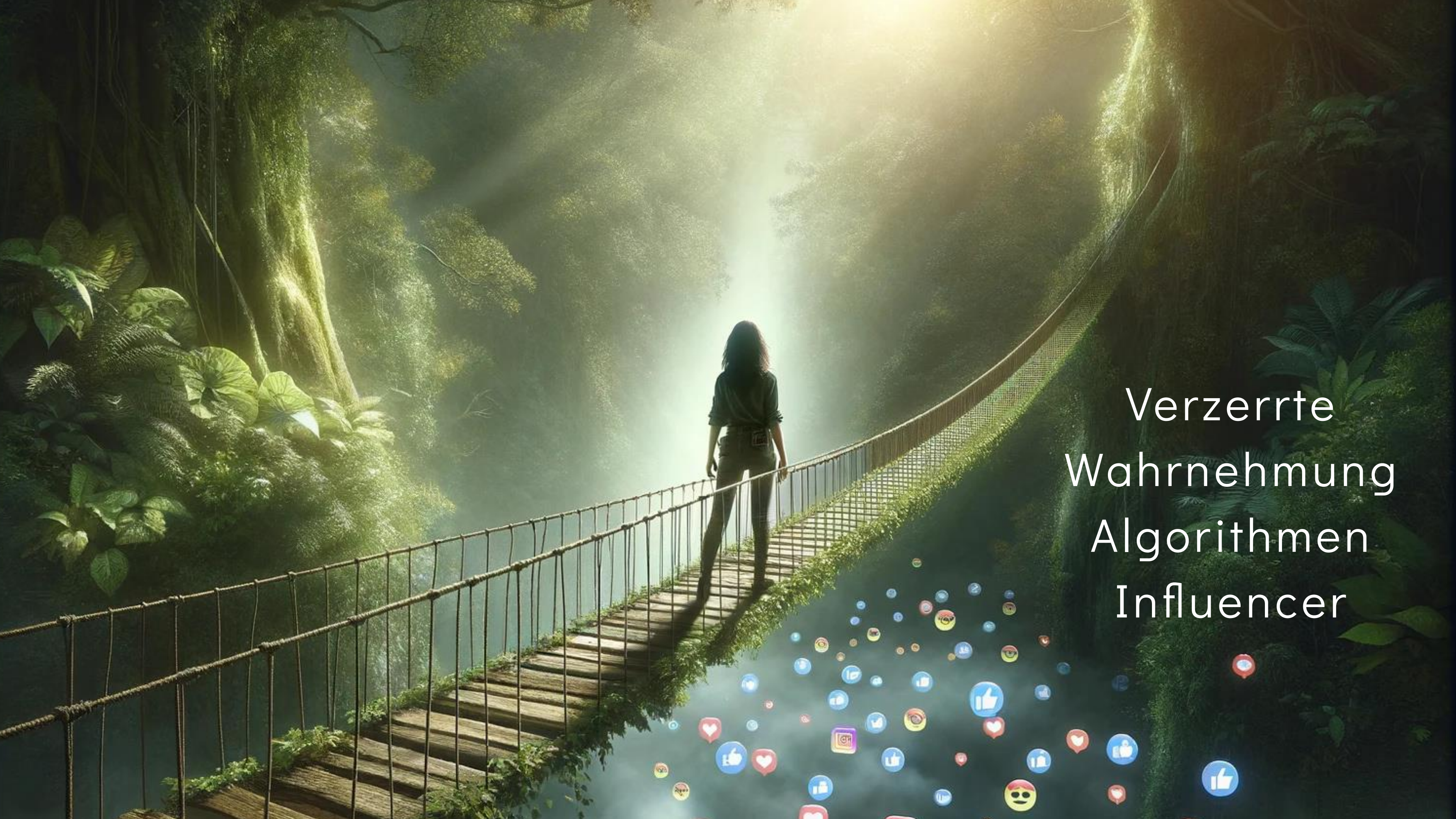
Hass auf Knopfdruck: Rechtsextreme Trollfabriken und das Ökosystem koordinierter Hasskampagnen im Netz  
P. Kreißel, J. Ebner, A. Urban und J. Guhl, Institute for Strategic Dialogue (ISD), 2018

# Gesellschaften werden anfällig für Manipulation

Auf Twitter/X verbreiten und verstärken  
schätzungsweise 10.000 gefälschte Social  
Bots täglich Desinformation, Betrug und  
Spam.

Characteristics and Prevalence of Fake Social Media Profiles with AI-generated Faces

Yang, K., Singh, D., & Menczer, F. (2024). Journal of Online Trust and Safety, 2(4), <https://doi.org/10.54501/jots.v2i4.197>

A person stands on a wooden suspension bridge in a dense, misty jungle. The bridge is made of wooden planks and has rope railings. The person is seen from behind, looking towards a bright, glowing light source at the end of the bridge. The jungle is lush with green foliage and large trees. In the lower right corner, numerous colorful social media icons (likes, hearts, shares, etc.) are floating in the air, suggesting a digital or social media theme.

Verzerrte  
Wahrnehmung  
Algorithmen  
Influencer

A woman with long dark hair, wearing a dark long-sleeved shirt and light-colored pants, is walking away from the viewer across a narrow wooden suspension bridge. The bridge is set in a dense, lush jungle with large green leaves and thick foliage. Sunlight filters through the trees, creating a bright, hazy atmosphere. Below the bridge, numerous colorful social media icons (likes, hearts, shares, etc.) are floating in the air, suggesting a digital or social media theme. The overall scene is surreal and evocative.

Wissen  
Medienkompetenz  
Kritisches Denken

Verzerre  
Wahrnehmung  
Algorithmen  
Influencer

# Negativitäts-Bias

Menschen wollen Sicherheit  
und unser Gehirn warnt uns  
vor Gefahren.

Deshalb regieren wir  
schneller, besser und  
intensiver auf alles Negative.



A. Dijksterhuis und H. Aarts, „On Wildebeests and Humans: The Preferential Detection of Negative Stimuli,“  
Psychological Science, Bd. 14, Nr. 1, 14-18, 2003.

# +2,3 Prozent

Jedes negative Wort in einer Schlagzeile von durchschnittlich 15 Wörtern steigerte die Wahrscheinlichkeit, dass der Artikel angeklickt wurde.

Negativity drives online news consumption, C. E. Robertson, N. Pröllochs, K. Schwarzenegger, P. Pärnamets, J. J. Van Bavel und S. Feuerriegel, Bd. 7, p. 812–822, 2023.

# News Avoidance

36 Prozent der Befragten weltweit  
gaben an, dass sie Nachrichten  
aktiv vermeiden.

# Wahrheits-Effekt

Wir halten eine Nachricht für wahr, nur weil wir sie schon wiederholt gehört haben - selbst dann, wenn sie falsch ist und wir Zugang zu Fakten haben.



L. K. Fazio, N. M. Brashier, B. K. Payne und E. J. Marsh, „Knowledge does not protect against illusory truth,“ Journal of Experimental Psychology: General, Bd. 144, pp. 993-1002, 2015.

# Die Lüge ist schneller als die Wahrheit

Falschinformationen, Gerüchte oder politische Propaganda, die sich einmal im Internet verbreitet haben, können kaum durch Richtigstellungen aus der Welt geschafft werden.

# „Polarisierungsunternehmer

Politische Akteure, deren Profilierung primär über die Erzeugung und Kapitalisierung polarisierter Auseinandersetzungen erfolgt.

S. Mau, T. Lux und L. Westheuser, Triggerpunkte - Konsens und Konflikt in der Gegenwartsgesellschaft,  
Berlin: Suhrkamp, 2023

# Pluralistische Ignoranz

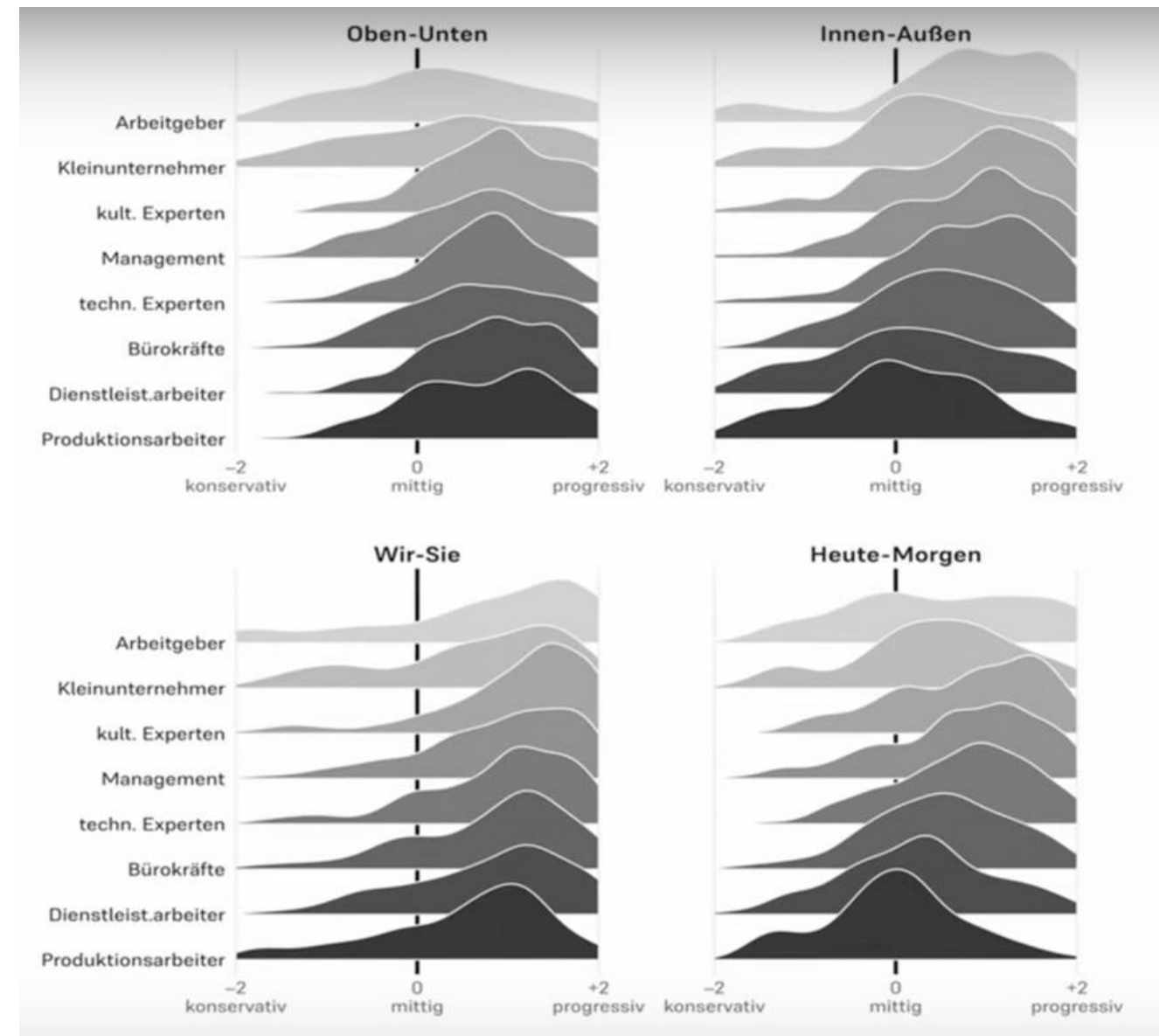
Indem laute Minderheiten viel Aufmerksamkeit erzeugen, entsteht der Eindruck, dass viele Menschen deren Meinung zustimmen. Dadurch entstehen geteilte falsche Vorstellungen von Individuen über die Gefühle, Gedanken und Handlungen anderer.

H. J. O'Gorman, „The discovery of pluralistic ignorance: An ironic lesson.,“  
Journal of the History of the Behavioral Sciences, Bd. 22(4), p. 333–347, 1986

# Ist die deutsche Gesellschaft gespalten?

Soziale Ungleichheiten

Migration

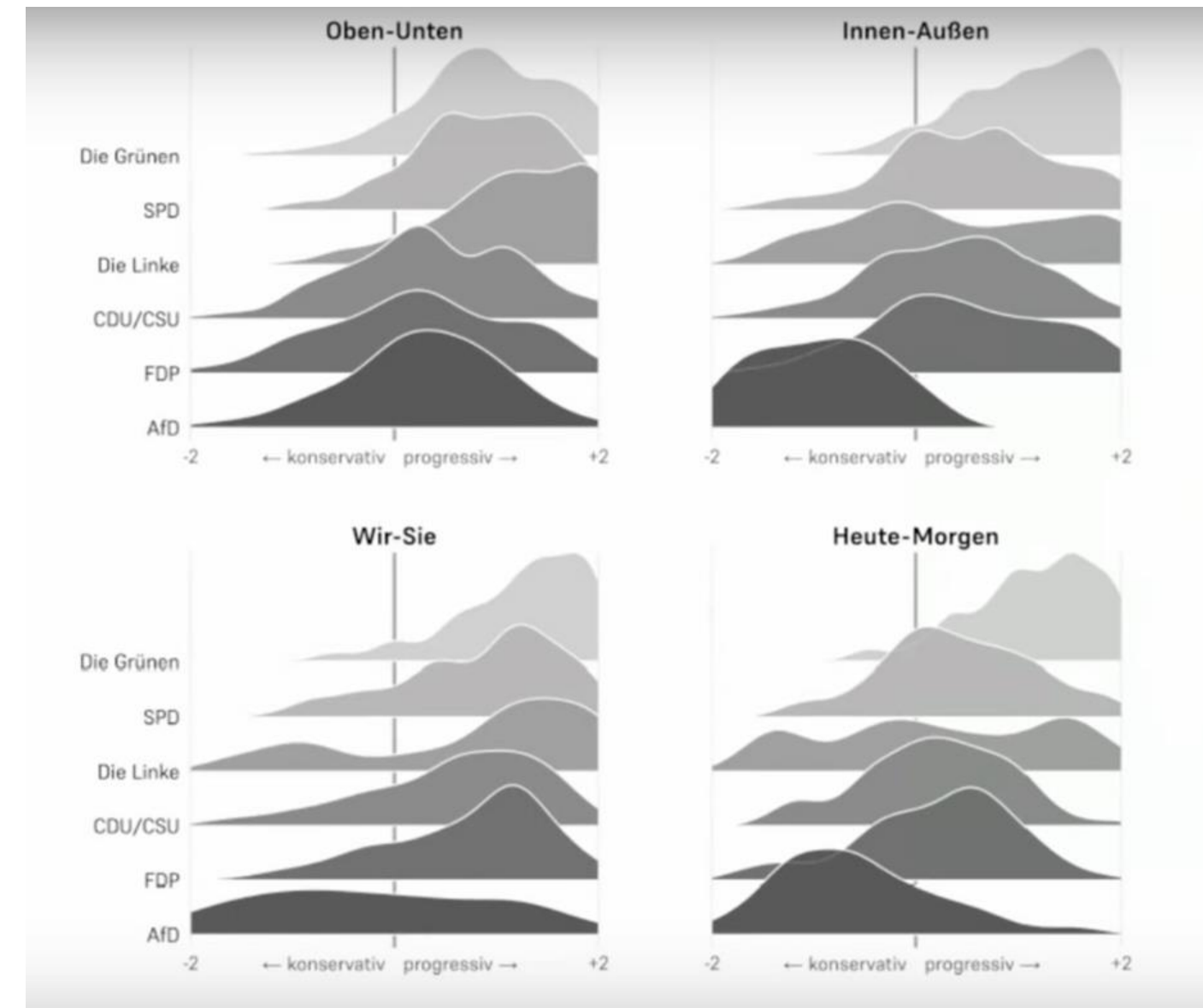


Diversität

Klima/Umwelt

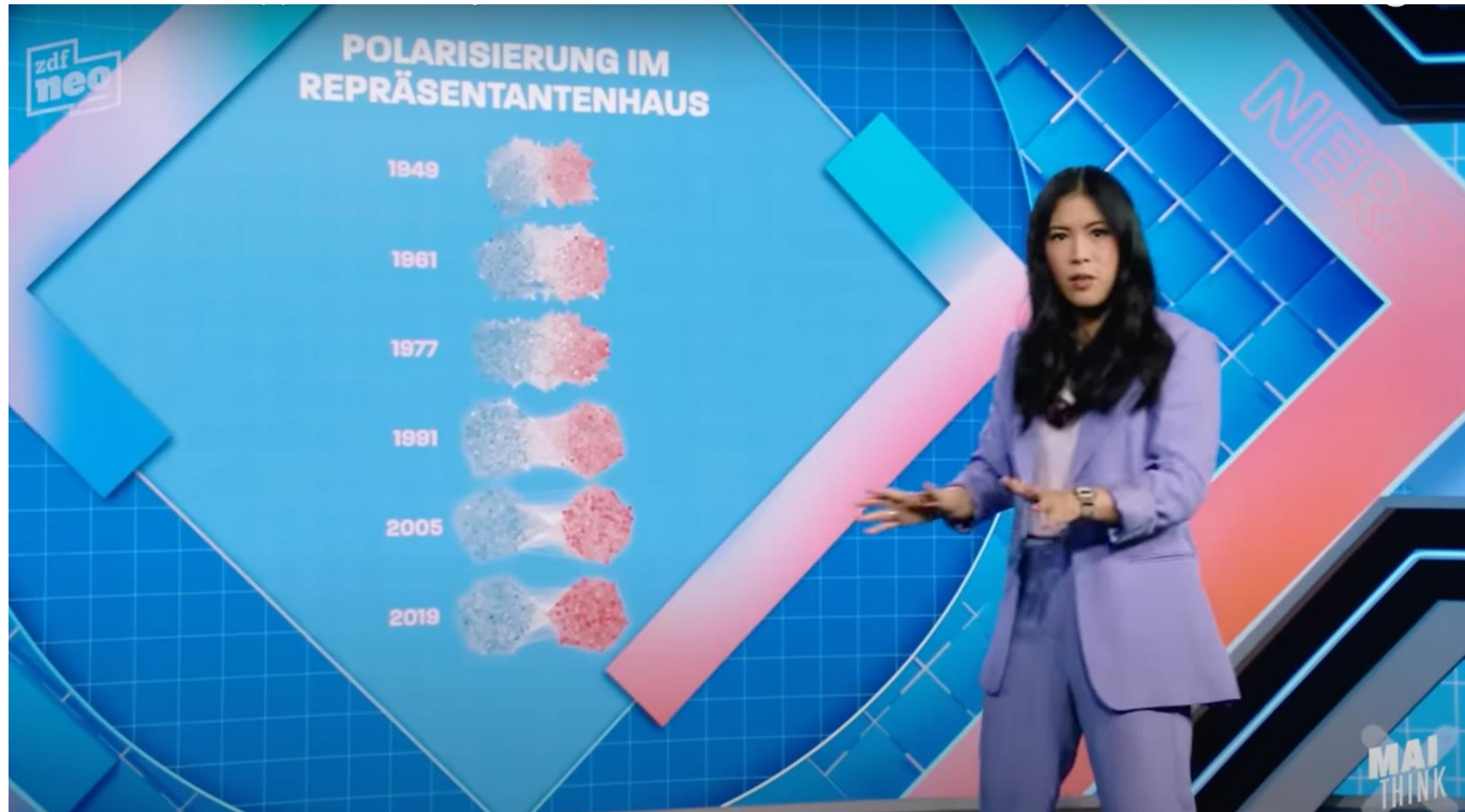
Verteilung nach sozialer Klasse

Verteilung nach Wählerschaften



S. Mau, T. Lux und L. Westheuser, Triggerpunkte - Konsens und Konflikt in der Gegenwartsgesellschaft, Berlin: Suhrkamp, 2023, S. 295 und S. 361

# Ist die amerikanische Gesellschaft gespalten?



Mai ThinkX, US-Wahl: Wie eine Demokratie kippen kann, 13.10.2024, ZDF

# Politik ist emotional

Politik ist nicht nur die Aushandlung von Werten und Überzeugungen, sondern auch von Gefühlen.

Erst wenn wir uns über die Gefühle klar werden, die sich hinter unseren Überzeugungen verbergen, können wir faktenbasiert debattieren.

# Bewusst oder unbewusst?

kognitiv  
ermüdet schnell  
langsam  
logisch



intuitiv  
immer aktiv  
schnell  
emotional

Daniel Kahnemann, "Schnelles denken, langsames Denken". 2012, Siedler Verlag

# Bewusst oder unbewusst?

kognitiv  
ermüdet schnell  
langsam  
logisch

10%



intuitiv  
immer aktiv  
schnell  
emotional

90%

Daniel Kahnemann, "Schnelles denken, langsames Denken". 2012, Siedler Verlag

”

Jede Information verändert die Gehirne  
und damit die Rezipient\*innen selbst.

Maren Urner, „Relevanz, Framing und Konstruktiver Journalismus,“ in Medien in der Klima-Krise,  
München, Oekom Verlag, 2022, S. 93

# Beobachte dich selbst

Was geht dir durch den Kopf?

Welcher Aussage stimmst du zu?

Welche lehnst du ab?

Welche Annahmen triffst du?

Auf welche Schlagzeile klickst du?

# Beobachte dich selbst

*KI kann Tausende  
Arbeitskräfte ersetzen – am  
besten, der Staat fängt damit  
an*

**„Eine Welt von Männern  
für Männer“ – der heikle  
Gender-Code der KI**

Experten warnen vor Risiken

**KI so gefährlich wie Pandemien oder  
Atomkrieg**

Künstliche Intelligenz

**KI "Emma" arbeitet jetzt im Hanauer Stan-  
desamt**

**Treffen in Frankfurt - Bund sieht Deutsch-  
land als KI-Nation**

**Künstliche Intelligenz verschärft Risiken  
für Kinder und Jugendliche im Netz**

**Künstliche Intelligenz verbraucht Unmengen von Energie. Nun setzt Google  
auf Mini-AKW – die wichtigsten Fragen und Antworten**



"Video-Schiedsrichter für Talk-Shows"

**Darmstädter Student entwickelt Live-  
Faktencheck mit KI**

**Betrug bei schriftlichen  
Arbeiten? Das KI-Problem  
für die Unis**



Was ist  
“normal”?

# Jährlich generierte Datenmenge weltweit (in Zettabyte)

1 Zettabyte = 1 Milliarde Terabyte



Statista 2024

4 Stunden und  
21 Minuten pro Tag

nutzen 18–19 Jährige in  
Deutschland ihr Smartphone

”

Die durch moderne Technologien  
erzeugte **Informationsflut** droht deren  
Adressaten in **Passivität** versinken zu lassen.

# Kritisches Denken und Medienkompetenz

Was wäre, wenn das Gegenteil richtig wäre?

Sowohl als auch, statt entweder oder

Widersprüchlichkeiten aushalten

Andere Perspektiven einnehmen

Neue Narrative erzählen

Fakten überprüfen

Vielen Dank für die  
Aufmerksamkeit

# Social Media



Wie Algorithmen unser Denken  
beeinflussen

Ada Rhode

TALKpunkt - 5. November 2024  
Katholische Hochschule Freiburg