

Entscheidungsmacht und Kontrolle durch Algorithmen?

Charlotte Spencer-Smith*

«Es geht darum, das Beste aus der Diskussionskultur herauszuholen.»

Wir alle kennen es aus der Zeitungslektüre: Je nachdem, wo ein Artikel placiert wird, steigt oder sinkt die Wahrscheinlichkeit, dass er gelesen wird. Auf Social Media-Plattformen verhält es sich nicht viel anders, wenngleich andere Mechanismen über Sicht- oder Unsichtbarkeit bestimmen als in den herkömmlichen Massenmedien. Charlotte Spencer-Smith, Doktorandin der Kommunikationswissenschaft an der Universität Salzburg, beschäftigt sich mit der Architektur digitaler Plattformen. Sie geht unter anderem der Frage nach, welche Inhalte auf Social Media-Plattformen depriorisiert, d.h. in den Hintergrund gedrängt, werden.

TA-SWISS: Was macht eine Social Media-Plattform, wenn sie eine Wortmeldung depriorisiert, und wie äussert sich das für die User der Plattform?

Charlotte Spencer-Smith (CSS): Depriorisierung findet statt, wenn eine Plattform einen Inhalt weniger sichtbar macht, ohne ihn zu entfernen. Der Inhalt wird in Empfehlungsfeeds oder in Suchergebnissen eher unten eingereiht als oben – oder gar nicht empfohlen. Der Inhalt erhält dadurch eine deutlich geringere Reichweite, und für andere Nutzerinnen und Nutzer bedeutet dies, dass sie den Inhalt seltener oder gar nicht zu Gesicht bekommen. Im Internet-Jargon nennt man das «Shadowbanning», weil viele Nutzerinnen und Nutzer nie mitbekommen, dass ein Inhalt von ihnen depriorisiert wurde. Wird dagegen ein Inhalt gelöscht, ist es mittlerweile gängige Praxis, postende Nutzerinnen oder Nutzer darüber zu informieren. Bei der Depriorisierung ist dies allerdings nicht der Fall.

TA-SWISS: Welche Plattformen sind zurzeit besonders angesagt und gesellschaftlich wirkungsvoll?

CSS: Aus einem allgemeinen Blickwinkel lässt sich sagen, dass gegenwärtig insbesondere Tiktok kommerziell und kulturell den Ton angibt. Das hat auch damit zu tun, dass diese Plattform ein hohes Ausmass an «discoverability» oder «Entdeck-

* Interview mit Charlotte Spencer-Smith, Paris-London-Universität Salzburg

barkeit» bzw. «Auffindbarkeit» erzeugt. Tiktok empfiehlt in einem hohen Tempo viele Inhalte. Die Reichweite der Creators wird dadurch beträchtlich. Zudem ist der Zugang zur Plattform für die Nutzenden sehr niedrigschwellig: Man muss sich weder vernetzen noch einem Account folgen – man braucht nur zu „swipen“, d.h. mit dem Daumen nach oben zu wischen. Dies ist auch für bereits sehr erschöpfte Userinnen und User noch möglich.

TA-SWISS: Durch welche Merkmale stechen die verschiedenen Plattformen – insbesondere Facebook, Twitter, Instagram und Tiktok – heraus, die Sie untersucht haben?

CSS: Mit Blick auf die Depriorisierung gibt es die meisten Auskünfte zu Facebook. Zum Einen, weil es eine der etabliertesten Plattformen ist. Zum Anderen ist Facebook im Hinblick auf die Content-Moderation äusserst aktiv – und gerade mit Blick auf die Depriorisierung musste man Engagement zeigen. Denn es tauchten immer wieder Probleme auf: etwa die Verbreitung von Verschwörungstheorien und fehlerhafte Informationen zu Gesundheitsthemen über Facebook-Gruppen. Diese Art der Verbreitung erzeugte bei den Nutzerinnen und Nutzern ein gewisses Vertrauen in die problematischen Inhalte. Da musste Facebook eingreifen. In den USA beispielsweise werden alle Gruppen, die politische Inhalte teilen, pauschal depriorisiert, d.h. sie erscheinen nicht bei den Empfehlungen der Userinnen und User.

TA-SWISS: Wenn man hört, dass Inhalte auf einer Plattform in den Hintergrund gedrängt werden, denkt man gerne an Zensur. Wenn ich aber Ihnen zuhöre, so scheint mir, Sie weisen der Depriorisierung viele positive Aspekte zu....

CSS: Ja, deshalb ist das Thema so komplex. Denn es behandelt ein zweischneidiges Instrument. Depriorisierung kann genutzt werden, um toxische oder zu laute Stimmen ruhiger zu stellen. Als Beispiel lässt sich Donald Trump auf Twitter anführen. Es wäre vermutlich vernünftig gewesen, hätte man ihn moderat depriorisiert. Twitter hat ihn aber unmittelbar gesperrt, wenngleich erst nach dem Sturm auf das Kapitol. Durch eine Depriorisierung hätte man möglicherweise vermeiden können, ihm die grosse Bühne zu überlassen. Aus dieser Sicht erweist sich das Instrument als sehr praktisch, man könnte sogar argumentieren, es fördere die Diskussion: Weil es dafür sorgt, dass auch weniger laute Stimmen besser zu Wort kommen.

Es gibt aber auch einen anderen Aspekt, indem die Depriorisierung oft gegen Stimmen und Vorstellungen eingesetzt wird, die für die Plattformen ein

wenig unangenehm sind. Im Jahr 2020 hat sich beispielsweise herausgestellt, dass Tiktok in China Videos depriorisiert, in denen als zu ‚arm aussehend‘ oder zu unattraktiv eingestufte Personen zu sehen sind. Weil Plattformen beispielsweise keine Pornographie unterstützen wollen und daher anzügliche Sprüche und sexualisierte Bilder depriorisieren, haben Sexarbeiterinnen und Sexarbeitern kaum die Möglichkeit, sich politisch zu äussern und sich für ihre Rechte einzusetzen. Sie werden wegen der sexualisierten Inhalte depriorisiert, aber das verwehrt ihnen den Zugang zum politischen Diskurs. Das Thema der Depriorisierung ist hoch komplex und weist zahlreiche ethische Nuancen auf.

TA-SWISS: Wie transparent informieren die Plattformen über ihre Politik der Priorisierung und Depriorisierung? Sind sich die Nutzenden im Klaren über die Kriterien, die dabei angewendet werden? Oder ist das aus deren Sicht gar nicht so relevant?

CSS: Es gibt nur eingeschränkt Transparenz über Massnahmen der Depriorisierung. Derzeit werden einzig auf Facebook Nutzende über die Depriorisierung ihrer Inhalte informiert – und dann nur Nutzende mit einer eigenen Seite, bspw. für ein Unternehmen oder eine Organisation, im Gegensatz zu den Profilen von Privatpersonen. Diese dagegen werden nicht auf eine allfällige Depriorisierung hingewiesen. Manche Plattformen veröffentlichen Empfehlungsrichtlinien, wo sie auflisten, welche Arten von Inhalten depriorisiert werden können. Diese sind aber für Durchschnittsnutzende schwer zu finden und auch intransparent. Es gibt mittlerweile wissenschaftliche Studien, die zeigen, dass doch viel mehr dahintersteckt. Zur Wahrnehmung von Empfehlungssystemen durch Nutzende kann ich mich nur anekdotisch äussern. Bei meinen Studierenden bzw. bei jungen Nutzerinnen und Nutzern und bei Influencern ist das Bewusstsein für die Logiken solcher Empfehlungssysteme hoch. Die eigenen Erfahrungen und der häufige Konsum erzwingt eine gewisse Auseinandersetzung mit solchen Fragen. Älteren Generationen fehlt es womöglich am Verständnis, weil sie von einer klassischen Redaktionslogik ausgehen. Sie glauben, dass hinter diesen Empfehlungssystemen jemand gewissermassen „am Steuer“ sitzen muss.

TA-SWISS: Das ist aber nicht so....

CSS: Nein, oder vielmehr: „Jein“. Hinter den Empfehlungssystemen steht kein Mensch, sondern es sind menschliche Interessen, oder Logiken. «Etwas» sitzt am Steuer, auch wenn es keine erkennbare Person ist.

TA-SWISS: Und das sind eben die Algorithmen, die von den Plattformen geheim gehalten werden....

CSS: Ja, genau. Darum geht es in meiner Forschung. Wobei die Plattformen durchaus gewisse Informationen offenlegen, etwa über die in der Depriorisierung angewendeten Kriterien. Sie kommunizieren beispielsweise, dass die Interessen der Nutzenden eine Rolle spielen, oder auch über den Einfluss des Nutzungsverhaltens. Also zum Beispiel, ob viele Menschen gleich von einem Inhalt abspringen oder eine Reaktion hinterlassen, wie oft mit einem bestimmten Account interagiert oder ein bestimmtes Thema gesucht wird. Tiktok etwa behauptet, es sei ihm wichtig, auch neue Inhalte zu empfehlen, damit nicht immer das Gleiche auf dem Bildschirm erscheint. Wir wissen viel über die Grundprinzipien. Aber das ergibt sicher kein vollständiges Bild, und Computercodes werden kaum veröffentlicht. Es mangelt also an Transparenz.

TA-SWISS: Im Hinblick auf Auswirkungen der Sozialen Medien auf die Kultur spielt die Debattenkultur eine wichtige Rolle. Wo sehen Sie in diesem Zusammenhang die Chancen und Risiken der Depriorisierung?

CSS: Hier lässt sich die Sorge ins Feld führen, die Depriorisierung könnte zu einer Abflachung des Diskurses führen. Themen oder Stimmen, die als heikel, möglicherweise als nicht jugendfrei oder aus anderen Gründen als problematisch gelten, würden somit an den Rand der Diskussion gedrängt. Dadurch könnten die Diskurse gewissermassen steril werden. Aber die Effekte der Depriorisierung sind nicht so klar. Oft wird auch argumentiert, Depriorisierung schaffe Platz, insbesondere für leisere Stimmen. Man will nicht unbedingt Donald Trump oder Elon Musk zuoberst auf der Liste der Tweets sehen. Ich selber habe mittlerweile Elon Musk auf meinem Twitter-Feed stumm geschaltet, nachdem er seine Software-Fachleute angewiesen hatte, seine Stimme noch lauter zu drehen.

Es stellt sich nicht unbedingt die Frage, ob Depriorisierung gut oder schlecht ist. Vielmehr muss man fragen, wofür sie genutzt wird und welche Überlegungen dabei den Ausschlag geben. Wir müssen überlegen, wie sie eingesetzt werden kann, um Diskussionskulturen zu fördern und zu unterstützen.

TA-SWISS: Aber wer wäre in der Lage zu entscheiden, wie die Depriorisierung am besten einzusetzen ist?

CSS: Im Moment entscheiden das die Social Media-Firmen alleine. Facebook hat die grössten Entscheidungen über Löschungen nach aussen verlagert, zum sogenannten Facebook Oversight Board. Dieses Gremium hat über die heikelsten und kontroversesten Fälle zu entscheiden, und es haben dort Fachleute Einsitz, etwa Professorinnen und Professoren, die über Menschenrechte, Meinungsfreiheit, Verfassungsrecht oder Politikgestaltung forschen und lehren, oder ehemalige Mitglieder von Regierungen oder auch Vertreterinnen und Vertreter von NGOs. Aber hier geht es darum, ob die Inhalte gelöscht werden oder nicht. Ein vergleichbares System gibt es für die Depriorisierung nicht. Diese ist halt gesellschaftlich viel weniger sichtbar, sie kann aber die Wahrnehmbarkeit von Ideen und bestimmten Diskursen enorm beeinflussen. Darin liegt ein Kernproblem von sehr grossen, zentralisierten Social Media-Plattformen.

TA-SWISS: Ist es Ihnen mit Ihrer Forschung möglich, gesamthaft zu bilanzieren, ob der Einfluss der Depriorisierung eher ins Positive oder Negative geht?

CSS: Die Forschung sieht sich mit dem Problem konfrontiert, dass sie keinen Zugang zu den Social Media-Daten erhält. Diese bräuchte sie, um die Daten zu erheben, welche eine Antwort auf solche Fragen gestatten würden. Denn die Plattformen entscheiden über den Zugang zu den Daten.

TA-SWISS: Könnte man sich eine Alternative zur Priorisierung bzw. Depriorisierung von Inhalten vorstellen? Und was wären – spekulativ gedacht – die Folgen?

CSS: Auf den Plattformen hat man die Möglichkeit, Inhalte chronologisch anzuordnen. Das stärkt aber die Diskussionskultur nicht wirklich. Ich sehe das algorithmische Ranking nicht unbedingt als etwas Böses. Es ist eine Weiterentwicklung der Informationsaufbereitung. Zu Beginn des Buchdrucks war das Inhaltsverzeichnis auch umstritten. Damals wurde behauptet, die Menschen würden dann nur jene Kapitel lesen, die sie interessierten, und nicht mehr das ganze Buch, sodass der Kontext fehlen würde. Mittlerweile sind wir daran gewöhnt, mit einem Inhaltsverzeichnis zu arbeiten. Es stellt sich möglicherweise eher die Frage, nach welchen Werten diese algorithmischen Empfehlungssysteme funktionieren sollen. Bisher werden sie vor allem kommerziell betrieben. Die strategische Absicht dahinter besteht oft darin, die Verweildauer zu erhöhen. Aber es gäbe auch andere Ordnungsmöglichkeiten, über die in der Wissenschaft diskutiert wird. Es

gibt beispielsweise einen Ansatz, der über den «news value» funktioniert, also den Nachrichtenwert eines Inhalts.

TA-SWISS: Haben Sie in Ihrer Forschung auch Ergebnisse erzielt, die Sie überrascht haben?

CSS Ja, einiges. Mich hat beispielsweise überrascht, wie präventiv die Depriorisierung eingesetzt wird. Im Umgang mit problematischen Inhalten stellen wir uns oft ein Sanktionssystem vor. Aber bei der Depriorisierung geht es eher um ein diskursives Risikomanagement, also um die Prävention von potenziell problematischen Entwicklungen. Das hat mein Verständnis dieser Plattformen stark geprägt. Ich sehe sie jetzt eher als eine Architektur, die Verhaltensweisen fördern oder abschwächen kann. Natürlich haben die Plattformen die Oberhand, aber auch die Nutzenden haben Möglichkeiten und können mit den Barrieren spielen. Sie sind den Plattformen nicht gänzlich hilflos ausgesetzt.

TA-SWISS: Können Sie dafür ein Beispiel anführen?

CSS: Nutzerinnen und Nutzer wissen oft, dass sie eine Löschung vermeiden können, indem sie bestimmte Wörter umwandeln oder verdecken. Viele Jugendliche auf Tiktok haben einen sogenannten «Algo-Speak» entwickelt, mit dem sie über sensible Themen – wie Sexualität und Gewalterfahrungen – diskutieren können. Teilweise setzen sie auch Emojis ein, sodass Moderationsalgorithmen ausgetrickst und damit Löschungen vermieden werden.

TA-SWISS: Aber bei dieser Präventionslogik «menschelt» es eigentlich ziemlich stark. In vielen Blogs oder Zeitungsforen interveniert die Moderation auch, sobald kritische Inhalte zur Sprache kommen.

CSS: Problematisch ist, dass die Moderation bei den großen Plattformen nicht gleich verteilt ist. Die Plattformen beschäftigen unzählige Moderatorinnen und Moderatoren, die dann gemeinsam mit den Algorithmen problematische Inhalte erkennen, prüfen und allenfalls löschen. Aber das konzentriert sich auf grössere Länder bzw. auf die westlichen Staaten. In asiatischen oder afrikanischen Ländern verfügen die Plattformen nicht über eine gleichermassen ausgebaute Moderationsinfrastruktur. In diesen Regionen depriorisiert vor allem Facebook bei zivilen Unruhen, die auch in physische Gewalt umschlagen könnten, präventiv politische Inhalte. Man hat aus den Fallbeispielen in Myanmar gelernt, wo Facebook seiner-

zeit die Technik ohne Moderationskultur ausgerollt hat und es auf der Plattform in dieser Region es zu einer Unmenge von Hasspostings kam. Das hat gezeigt, wie wichtig es wäre, auch in solchen Ländern ausreichende Moderationskapazitäten und die politische Expertise dafür auszubauen. Man könnte auch den Umstand hinterfragen, dass grosse, globale Plattformunternehmen von den USA und China aus geleitet werden und ihre Produkte mit Blick auf die Gegebenheiten in ihren Herkunftsregionen entwickelt wurden und damit die regionalen Bedürfnisse anderer Regionen zweitrangig bleiben.

TA-SWISS: Aber an die Depriorisierung könnte sich auch der Vorwurf der Zensur richten.

CSS: Ich denke nicht unbedingt, dass Facebook ein Interesse daran hätte, etwa in Äthiopien Zensur auszuüben. Aber ich kann mir durchaus vorstellen, dass man aus einem fehlendem Verständnis falsche Entscheidungen treffen kann. Das war auch wieder in Myanmar der Fall, als unklar war, wen man als Terrorist und wen als Freiheitskämpfer bezeichnen soll. Da fehlte das präzise Verständnis dafür. Depriorisierung eröffnet eine Grauzone, aber das Instrument ist nicht mehr wegzudenken. Es stellt sich allerdings die Frage, mit welchen Werten und sozialen Normen es angewendet werden soll.

TA-SWISS: Wie hebt sich aus Ihrer Sicht Depriorisierung von Zensur ab?

CSS: Zensur kann eine Konsequenz der Depriorisierung sein, vor allem, wenn diese dazu führt, dass marginalisierte Gruppen aus Diskursen verdrängt werden. Öfters werden etwa Inhalte von Sexarbeiterinnen und -arbeitern, LGBTQIA-Menschen, mehrgewichtigen Menschen und Künstlerinnen und Künstlern, die mit Körperdarstellungen arbeiten, depriorisiert. Hier kann man ohne Zweifel von Zensur sprechen. Gleichzeitig lässt sich nicht jeder Eingriff von einer Plattform als Zensur beschreiben. Neutrale digitale Diskussionsräume existieren nicht; eine Plattform wird immer gewisse Ausdrucksformen fördern und andere verhindern, ob das durch Content-Moderation oder subtile Design-Entscheidungen stattfindet. Es ist auch berechtigt, wenn Plattformen Formen von Spam, Clickbait und Desinformation depriorisieren wollen. Vielleicht noch wichtiger als die Debatte über Zensur ist die Frage, was wir von unseren digitalen Diskussionsräumen wollen und wie wir diese – auch transparent – ausgestalten und moderieren wollen.

