



When machines learn from (hu)man: gender bias in algorithms

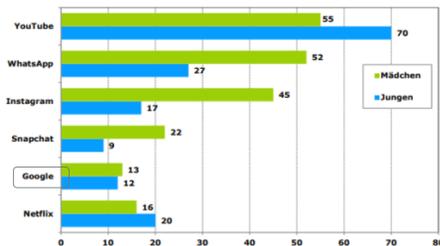
Katja Dill, katja.dill@hwr-berlin.de; Betreuung: Prof. Dr. Aysel Yollu-Tok

Inwiefern fördern Systeme der Künstlichen Intelligenz eine regressive Stereotypisierung der Geschlechter? Aktuelle Studien knüpfen an diese Frage an und untersuchen die programmierten *bias* von Informationsintermediären (Baker und Potts 2013, Kay, Matuszek und Munson 2015, Magno et al. 2016). In dem heutigen Informationszeitalter fungieren Suchmaschinen als ein wichtiger Schlüsselfaktor für die Wissens(re)produktion sowie soziokultureller Normen. Allerdings gibt es bis dato noch keine Studie, die die Auswirkungen der gender bias in den Bildersuchergebnissen auf die Wahrnehmung von Geschlechterrollen analysiert hat.

Die digitale Replikation von Stereotypen in Suchmaschinen kann einen starken Einfluss auf das Weltbild eines Individuums einschließlich seiner Einstellungen und Verhaltensweisen, haben (Epstein und Robertson 2015). Es werden täglich 3,5 Milliarden Suchanfragen weltweit über Google durchgeführt (Search Engine Statistics 2018). Allerdings ist bis bisher nur wenig über die zugrunde liegenden Auswirkungen der digitalen bias in Suchmaschinen bekannt. Diese Arbeit möchte die sozialen Implikationen der automatisierten Informations(re)produktion; sowie das (mediale) Selbstverständnis des Einzelnen auf Grundlage geschlechtsbedingter Zuschreibungen diskutieren.

Welche Angebote im Internet nutzen Jugendliche am liebsten?

Max. 3 Nennungen, nach Geschlecht, Auswahl, 2018 (Angaben in %)



Basis: n=1.198, 12-19 Jahre, Internetnutzer*innen.

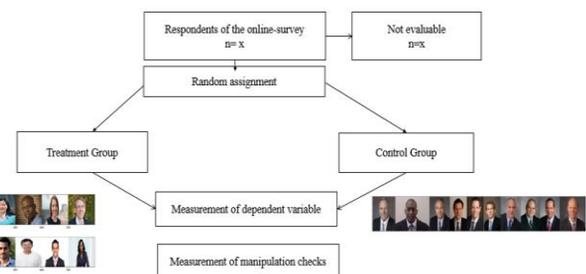
Quelle: JIM-Studie 2018, mpfs, S. 35.

DECODING GENDER

Die Arbeit wird eine neo-materialistische Perspektive annehmen, in der die Intra-aktionen menschlicher Akteur:innen berücksichtigt werden. Die beabsichtigten Studien sollen untersuchen, inwieweit die digitale Geschlechterstereotypisierung präskriptiv wirken und eine Geschlechterperformanz, insbesondere mit Fokus auf Berufsperspektiven, auferlegen kann.

KURATIERE REALITÄTEN

Aus einer soziotechnologischen Perspektive beschäftigt sich das kumulative Promotionsprojekt mit der digitalen (Re)produktion von (geschlechtsspezifischen) Ungleichverhältnissen. Der Fokus der Arbeit stützt sich auf die Frage, inwieweit Systeme der Künstlichen Intelligenz für ein diversitäts bzw. geschlechterreflexives Handeln (ein)stehen und die sozialen und medialen Wirklichkeiten kuratieren. Das Promotionsvorhaben möchte diese Frage adressieren, die über ein anthropozentrisches Verständnis hinausgehen; um die posthumane Mimesis von bestehenden Minder- und Mehrheitsverhältnissen zu verorten.



(a) CEOs



(b) Doctors