

Medienökonomie

Vorlesung 8 –
Kommunikationswissenschaftliche Grundbegriffe (II)

Prof. Dr. Jasmin Baumann

06. Dezember 2024

Agenda und Lernziele

Kommunikationswissenschaftliche Grundbegriffe (II)

- Individualmedien
- Vergleich zw. Massenmedien u. Individualmedien
- Integrationsmedien
- Nachrichtenpersonalisierung & Algorithmen

Kommunikationswissenschaftliche Grundbegriffe: Individualmedien

Individualmedien

- Medien der individuellen Kommunikation („interpersonal communications“) ermöglichen keine öffentliche Kommunikation an ein disperses Publikum
- Definition:
 - „Als Individualmedien gelten technische Mittel, die zweiseitige Kommunikation zwischen Individuen und/oder kleinen Gruppen ohne räumliche und zeitliche Anwesenheit der Kommunikationspartner (=indirekt) ermöglichen, wie z. B. Telefon, E-Mail, SMS, Brief, Chatrooms oder Diskussionsforen.“ (Zydorek, 2023, S. 86)

Individualmedien

- Die gesellschaftlichen Leistungen bzw. Funktionen von Individualmedien sind anderer Natur als die von Massenmedien
 - Bereitstellung von Infrastruktur f. individuelle private und berufliche Kommunikation
 - Zusammenarbeit und Abstimmung
 - Soziale Reichweite
- Qualitätskriterien f. Individualmedien
 - Einzelne User: Eignung zur Befriedigung d. Bedürfnisses nach komm. Interaktion
 - Gesellschaft: Zuverlässigkeit, techn. Qualität, Komfortabilität, Sicherheit, Kapazität, Störungsfreiheit

Vergleich Individualmedien vs. Massenmedien

	Individualmedien	Massenmedien
Eigenschaften	Technisch vermittelt, indirekt, zweiseitig, privat/quasi-privat ^a	Technisch vermittelt, indirekt, einseitig, öffentlich, disperses Publikum,
Individuelle Gründe für die Mediennutzung	Soziale Interaktion, Informationsbedürfnis, Koordination und Kooperation in Wertschöpfungsprozessen	Fünf menschliche Bedürfniskategorien: Kognitiv, Emotional, Sozial, Identitätsbezogen, Zeitbezogen (vgl. Abschn. 9.2; Tab. 9.2)
Qualitätsmaßstab des Individuums	Grad der individuellen Bedürfnisbefriedigung des Nutzers bei der Nutzung des Mediums	
Gesellschaftliche Funktionen	Infrastruktur für die individuelle private und geschäftliche Kommunikation	Übermittlung von Sekundärinformation, Meinungsbildung, Kritik und Kontrolle, Sozialisation, Integration, Unterhaltung/Rekreation, ökonomische Funktion
Qualitätsmaßstäbe der Gesellschaft	Umfang, Qualität und Komfortabilität der angebotenen Dienste, z. B. auch Ausfallsicherheit, Bandbreite, Versorgungsgrad, etc.	Publizistische Qualitätskriterien: <ul style="list-style-type: none"> • Relevanz • Vielfalt • Verständlichkeit • Richtigkeit • Vollständigkeit • Unparteilichkeit • Aktualität

(Zydorek, 2023)

Jetzt sind Sie dran... 😊

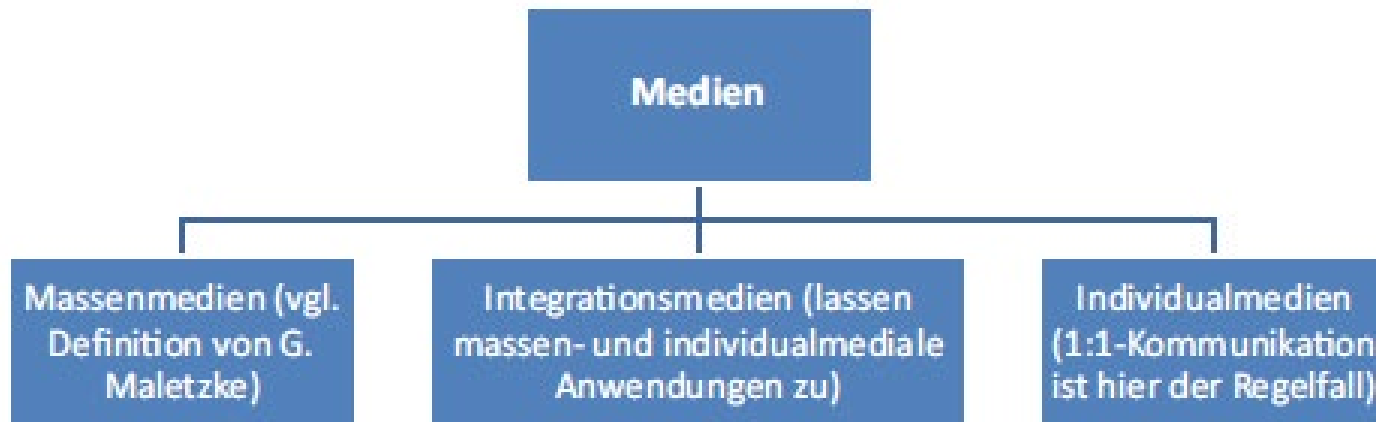
Was ist das Internet für ein Medium?

Bitte besprechen Sie dies kurz mit Ihrer/m Sitznachbar:in.

Das Internet als Integrations- oder Hybridmedium

- Definition:

- „Integrationsmedien sind Plattformen, auf denen je nach Anwendung verschiedene Formen der gesellschaftlich institutionalisierten Kommunikationsweisen realisiert werden (können).“ (Zydorek, 2023, S. 88)



(Zydorek, 2023)

Kommunikationsrahmen des Internet

Distributionsrahmen	Abruf von Informationen
Diskursrahmen	Teilnahme an öffentlicher Interaktion
Rahmen interpersoneller Kommunikation	Individualkommunikation

- Der Begriff „Rahmen“ bezieht sich nicht auf die Bedingungen des technischen Kanals/Anwendung, sondern die sozialen Regeln, Rollen und Erwartungen der Teilnehmenden an der Kommunikation
 - Subjektiv interpretierte soziale Rahmen der Interaktion
 - Neue Kommunikationsrahmen können hinzukommen, z.B. m. Chatbots o. PAs

(Zydorek, 2023)

Nachrichtenpersonalisierung & Algorithmen

- Die automatisierte, algorithmische Personalisierung von Nachrichteninhalten im Internet – insbes. in den Sozialen Medien – wird zunehmend diskutiert
- Die automatische Selektion nach persönlicher Relevanz stellt die bestmögliche Anpassung von Inhalten an die individuellen Präferenzen eines Users dar
 - Inhalte können Nachrichten, Filme, Songs, Produkte, Werbeanzeigen etc. sein
- Content-Kanäle können in
 - nicht personalisiert
 - „von Hand“ personalisiert und
 - algorithmisch personalisiert
- unterschieden werden

Personalisierte und nicht-personalisierte Nachrichtenkanäle

Kanal	Item-Formulierung
Offline-Nachrichtenkanäle	
Fernsehen	„Fernsehen“
Radio	„Radio“
Printmedien	„Gedruckte Zeitungen oder Zeitschriften“
Online-Nachrichtenkanäle	
Nicht-algorithmische Nachrichtenkanäle	
Nachrichten-Websites	„Nachrichten, die ich direkt auf einer Nachrichten-Website abgerufen habe (z. B. Spiegel.de, Bild.de)“
Nachrichten-Apps	„Nachrichten aus Apps von Zeitungen, Zeitschriften oder Fernsehsendern (z. B. Spiegel Online App, Focus App)“
Algorithmisch personalisierte Nachrichtenkanäle (APN)	
Social Network Sites	„Nachrichten, auf die ich bei Facebook, Twitter oder anderen sozialen Netzwerken gestoßen bin (z. B. auch Xing, Google+)“
Suchmaschinen	„Nachrichten, die ich bei einer Suchmaschine gefunden habe (z. B. Google Suche, Bing)“
personalisierbare Nachrichten-Apps	„Nachrichten aus Apps, die ich nach meinen Interessen und Vorlieben personalisieren kann (z. B. Upday, Google Now, Apple News)“
Videoplattformen	„Nachrichten, auf die ich bei einer Videoplattform gestoßen bin (z. B. YouTube, myvideo)“
personalisierbare Nachrichten-Websites	„Nachrichten aus Websites, die ich nach meinen Interessen und Vorlieben personalisieren kann (z. B. Google News)“

(Zydorek, 2023)

Jetzt sind Sie dran... 😊

Halten Sie die algorithmische
Nachrichtenpersonalisierung
und/oder Verwendung von Bots
in den Sozialen Medien für ein
Problem?

Bitte besprechen Sie dies kurz mit Ihrer/m Sitznachbar:in.

Nachrichtenpersonalisierung, Öffentliche Meinung & Social Media

- Die Bequemlichkeit von personalisierten Nachrichten/Feeds kann als Einschränkung der universellen Information von Bürger:innen gesehen werden
 - Prozess der Personalisierung entzieht sich der Kontrolle des Users
 - Verzerrungen in Filterprozessen der Plattformbetreiber
 - Filterblasen und Kommunikation in Echokammern
 - Extrem polarisierende Meinungen fragmentieren die Gesellschaft
- Social Bots manipulieren Meinungen, polarisieren, diffamieren politische Gegner und überschwemmen mit Fake News
- [The Social Dilemma | Official Trailer | Netflix](#)
- [The Battle for Your Time: Exposing the Costs of Social Media | Dino Ambrosi | TEDxLagunaBlancaSchool](#)

Zusammenfassung

- Wir haben Individualmedien definiert und besprochen, inwieweit sie sich von Massenmedien unterscheiden
- Das Internet ist ein Hybrid- bzw. Integrationsmedium
- Die div. Formen der menschlichen Kommunikation lassen sich drei Kommunikationsrahmen zuordnen
 - Distribution
 - Diskurs
 - Interpersonelle Kommunikation
- Nachrichtenpersonalisierung durch Algorithmen beeinflusst die öffentl. Meinungsbildung und hat medienökonomische Auswirkungen
 - Werbefinanzierung von Medieninhalten
 - Reichweite und Popularität werden bedeutende Qualitätskriterien



Noch Fragen?