



Universität
Zürich ^{uzh}

IPMZ – Institut für Publizistikwissenschaft und Medienforschung

MEDIA CHANGE
and innovation a division of ipmz

Internetplattformen und soziale Medien: Relevanz und Governance-Ansatz

Prof.Dr. Michael Latzer

Trimediale 2017

21. Juni 2017, Bern

Abteilung Medienwandel & Innovation | mediachange.ch | [@IPMZmediachange](https://twitter.com/IPMZmediachange)



Universität
Zürich ^{uzh}

IPMZ – Institut für Publizistikwissenschaft und Medienforschung

Inhalt

Politisch-ökonomische Bedeutung

- Relevanz für Meinungsbildung und Demokratie

Governance-Ansätze

- Governance Choice

M. Latzer – www.mediachange.ch

MEDIA CHANGE
and innovation a division of ipmz

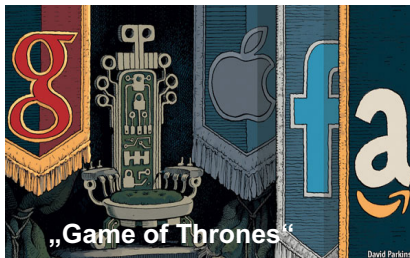
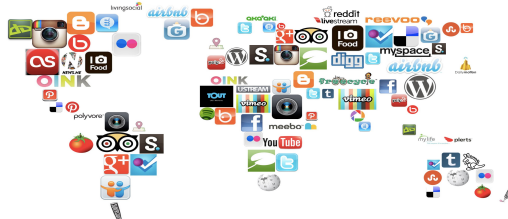
Politisch-ökonomische Bedeutung

Triebkräfte & Merkmale

Datafizierung & Algor. Selektion
(M. Latzer et al. 2014)

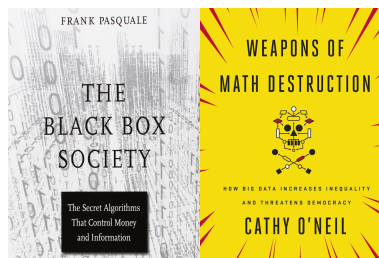


Platform Society (José van Dijk 2016)



Source: The Economist








































M. Latzer – www.mediachange.ch



MEDIA CHANGE
AND INNOVATION

Machtverschiebung in der digitalen Ökonomie

Data are the new oil of the world economy (WEF 2011)

2006			2016, 3rd quarter		
1	Exxon Mobil	 	1	Apple	 
2	General Electric		2	Alphabet	 
3	Microsoft	 	3	Microsoft	 
4	Citigroup	 	4	Amazon	 
5	Gazprom	 	5	Facebook	 
6	Bank of China	 	6	Exxon Mobil	 
7	Toyota	 	7	Berkshire Hathaway	 
8	Bank of America	 	8	Johnson & Johnson	 
9	Royal Dutch Shell	 	9	General Electric	 
10	BP	 	10	Tencent	 

M. Latzer – www.mediachange.ch

Source: Financial Times; order by market capitalization

MEDIA CHANGE
and INFORMATION

Relevanz für Meinungsbildung und
Demokratie



... mit der Hilfe von Social Bots?



... und algorithmischem Micro-Targeting?

**Resultate von Algorithmen und sozialen Medien?
Fördern Algorithmen Populisten?**

M. Latzer – www.mediachange.ch

MEDIA CHANGE
AND INNOVATION



Universität Zürich
IPMZ – Institut für Publizistikwissenschaft und Medienforschung

Überzogene demokratische Social Media Effekte

Unterschätzte Symbiose mit traditionellen Medien

M. Latzer – www.mediachange.ch

MEDIA CHANGE
AND INNOVATION



Universität
Zürich ^{uzh}

IPMZ – Institut für Publizistikwissenschaft und Medienforschung

Demokratie-Effekte des Internet: Von Euphorie zur Enttäuschung

- „*Fake News*“: analytisch unzulässige Vermengung von populistischer Kampfrhetorik, intentionalen und nicht-intentionalen Falschmeldungen
- „*Filterbubbles*“: keine Gefängnisse, vorwiegend Komfortzonen, nicht neu

M. Latzer – www.mediachange.ch

MEDIA CHANGE
AND INNOVATION



Universität
Zürich ^{uzh}

IPMZ – Institut für Publizistikwissenschaft und Medienforschung

Meinungsbildung: Veränderte Wirklichkeitskonstruktionen

Machtverschiebung durch gebrochenes Gatekeeping-Monopol

Algorithmische ≠ massenmediale Wirklichkeitskonstruktionen
(Just/Latzer 2016)

- **Steigende** Individualisierung, Kommerzialisierung, Ungleichheiten, Deterritorialisierung
- **Sinkende** Transparenz, Kontrollier- und Vorhersehbarkeit

M. Latzer – www.mediachange.ch

MEDIA CHANGE
AND INNOVATION



Universität
Zürich

IPMZ – Institut für Publizistikwissenschaft und Medienforschung

Unzulässige Schlussfolgerungen

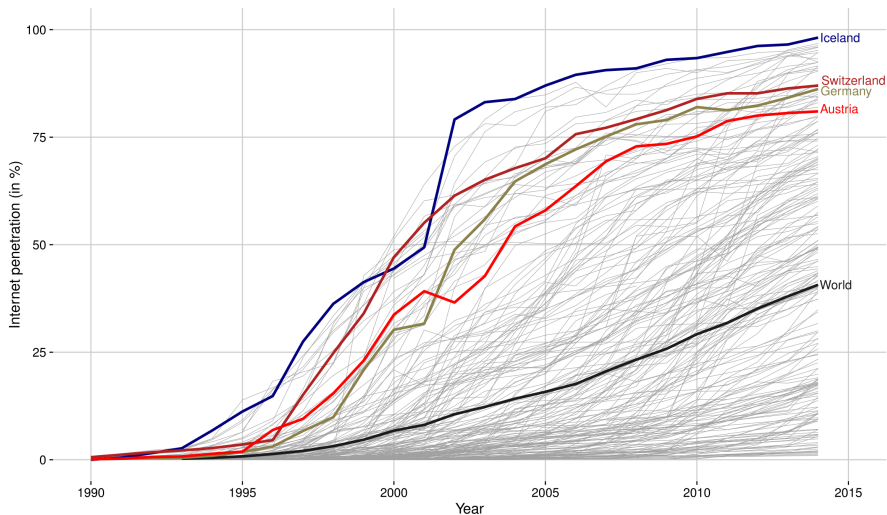
Kausale Schlüsse von Nutzung einzelner
Mediengattungen und Inhalten auf demokratische
Wirkungen

→ Notwendigkeit differenzierter empirischer Analysen

M. Latzer – www.mediachange.ch

MEDIA CHANGE
AND INNOVATION

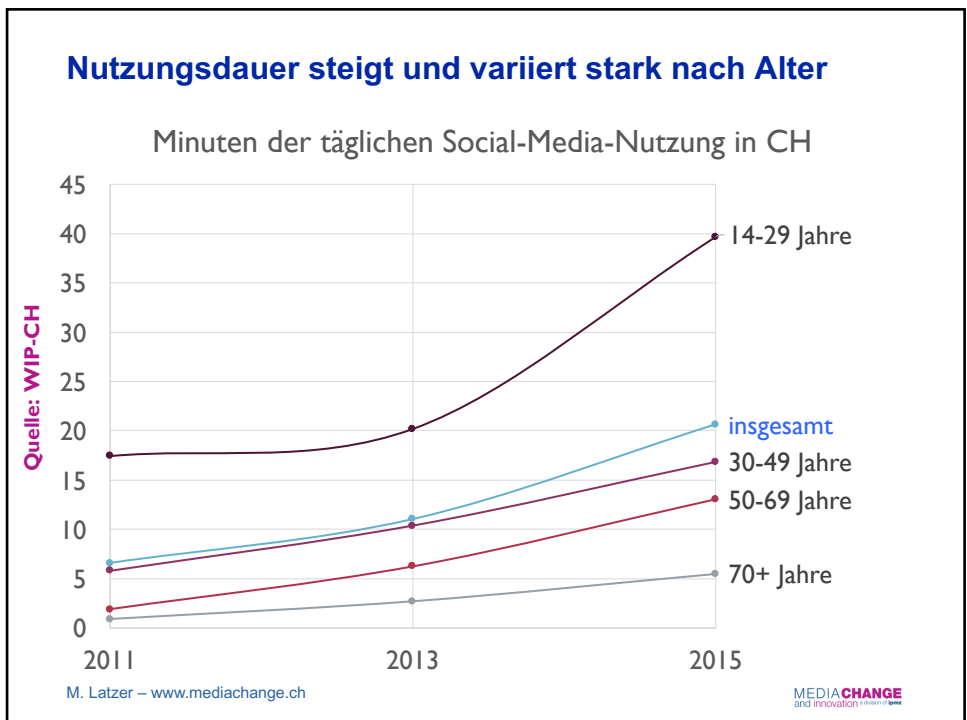
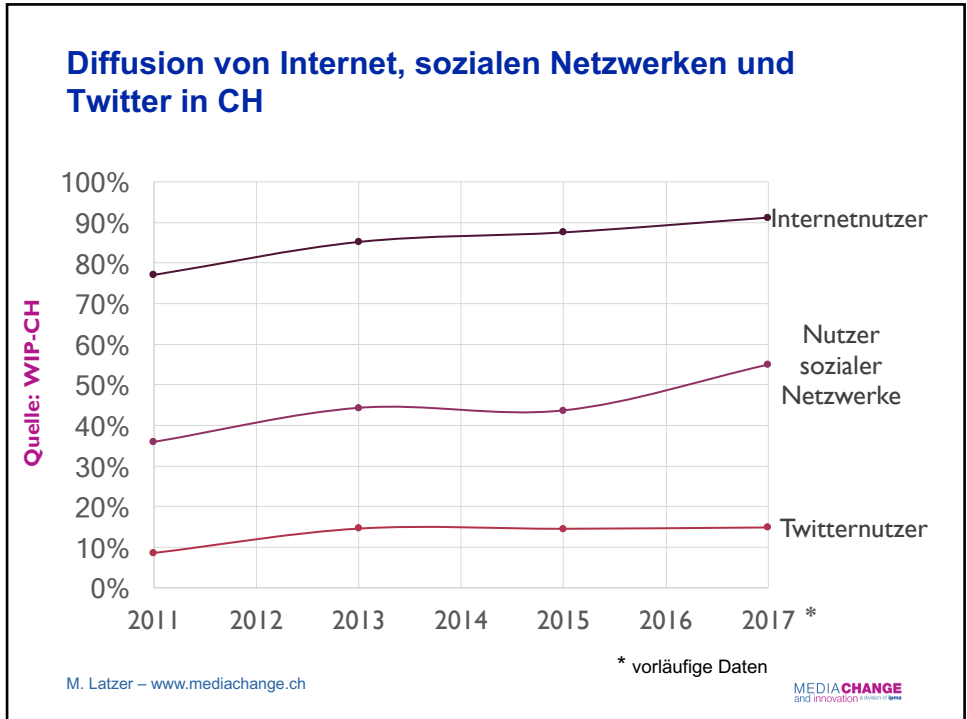
Hohe Internetpenetration in D, A, CH



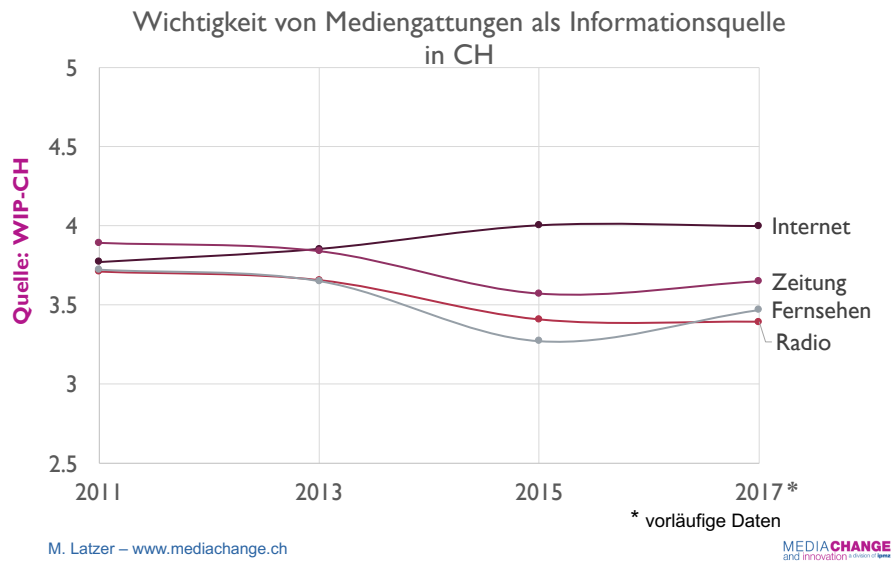
Datenquelle: <http://data.worldbank.org/indicator/IT.NET.BBND.P2>

M. Latzer – www.mediachange.ch

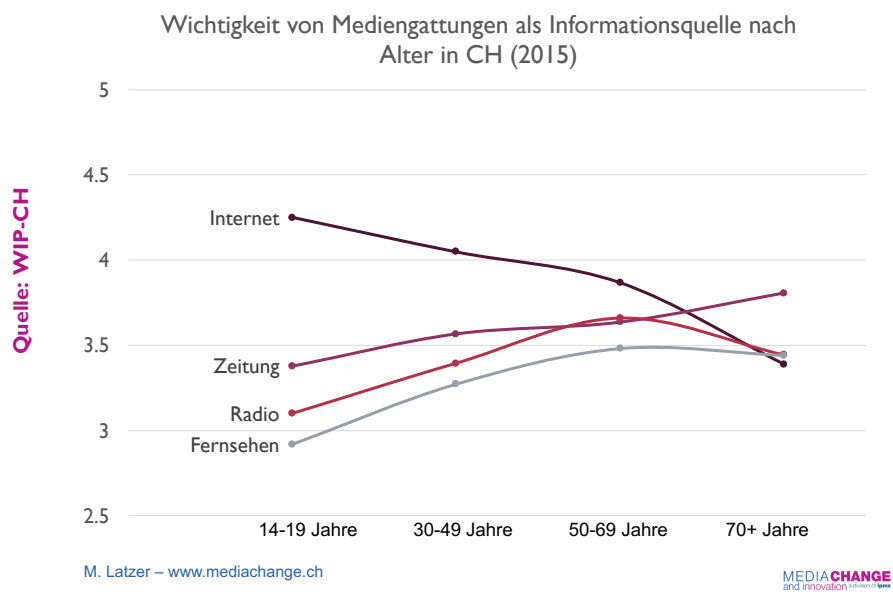
MEDIA CHANGE
AND INNOVATION



Internet ist wichtigste Informationsquelle in CH



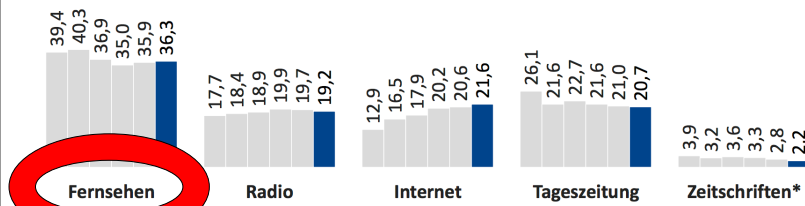
... grosse Unterschiede nach Alter



Kulturelle Unterschiede: Meinungsbildungsgewicht in D (Nutzung und subjektive Wichtigkeit)

TV hat höchstes Gewicht, **Internet** gewinnt an Bedeutung

■ 2009 ■ 2011 ■ 2013 ■ 2014 ■ 2015-I ■ 2015-II



Angaben in Prozent

*) Zeitschriften, Nachrichtenmagazine, Wochenzeitungen

Basis: 69,241 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, n=2.800

Quelle: die medienanstalten 2016, TNS-Infratest

M. Latzer – www.mediacchange.ch

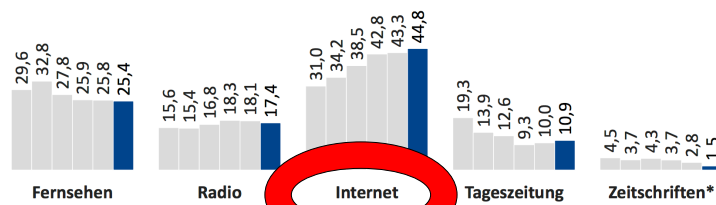
MEDIA CHANGE
AND INFRATEST

... grosse Unterschiede nach Alter in D

Bei den **Jungen** hat das **Internet** das höchste Gewicht

Basis: 14-29-Jährige

■ 2009 ■ 2011 ■ 2013 ■ 2014 ■ 2015-I ■ 2015-II



Angaben in Prozent

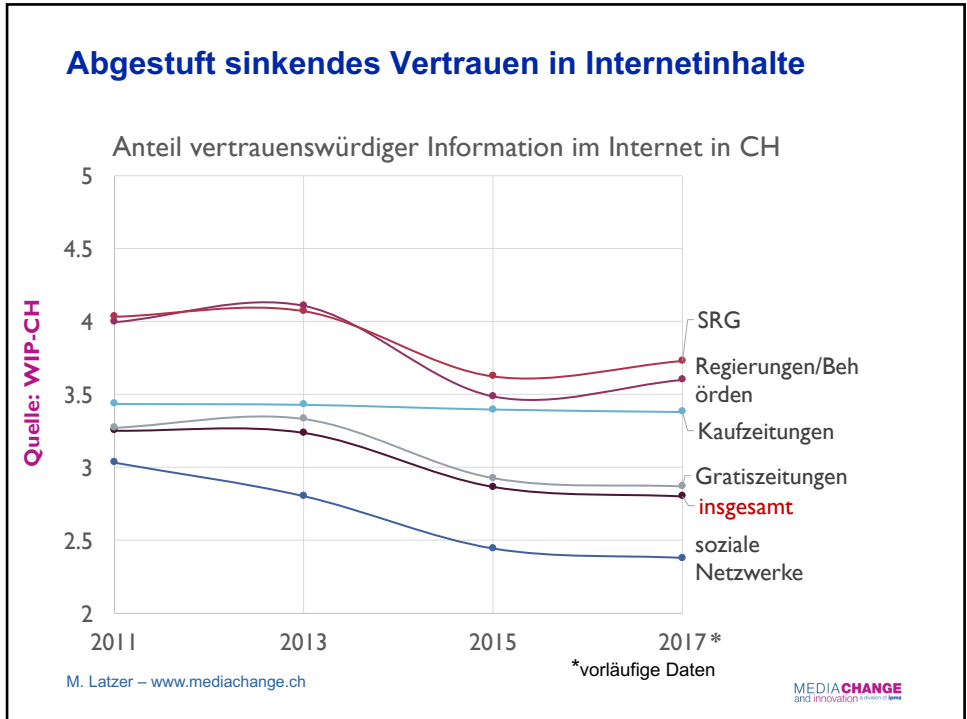
*) Zeitschriften, Nachrichtenmagazine, Wochenzeitungen

Basis: 14,273 Mio. Personen 14-29 Jahre in Deutschland, n=307

Quelle: die medienanstalten 2016, TNS-Infratest

M. Latzer – www.mediacchange.ch

MEDIA CHANGE
AND INFRATEST



Governance-Ansätze



Universität
Zürich

IPMZ – Institut für Publizistikwissenschaft und Medienforschung

Freiheit durch Governance

Risiken der algorithmischen Selektion: (Saurwein/Just/Latzer 2015)

- Manipulation, Bias, Privatsphäre, Diskriminierung, Urheberrecht, Marktmacht, kognitive Fähigkeit, Fremdbestimmung

Bedenken bei **Privatisierung** und **Automatisierung** von Zensur

Plädoyer für **Risk-Assessment** und systematische, fallspezifische **Governance Choice Verfahren** (Latzer et al. 2007, 2015)

- **Checklisten** zur Eignung von Governance-Instrumenten zw. Marktlösungen, Selbstregulierung und staatlichen Eingriffen.
 - Kontextfaktoren (zB Interessenskonflikte); Erfolgsfaktoren (zB Reviews); Performanz-Faktoren (zB Aufmerksamkeit)

M. Latzer – www.mediachange.ch

MEDIA CHANGE
AND INFORMATION



Universität
Zürich

IPMZ – Institut für Publizistikwissenschaft und Medienforschung

Literatur

Bauer, Johannes M. / Latzer, Michael (Eds.) (2016): Handbook on the Economics of the Internet. Cheltenham, Northampton: Edward Elgar.

Die Medienanstalten (Hg.) (2016): Gewichtungsstudie zur Relevanz der Medien für die Meinungsbildung in Deutschland. http://www.diemedienanstalten.de/fileadmin/Download/Publikationen/Medienkonvergenzmonitor/Gewichtungsstudie_02-2015_final.pdf

Just, Natascha / Latzer, Michael (2016): Governance by Algorithms: Reality Construction by Algorithmic Selection on the Internet. In: Media, Culture & Society, Published online before print April 21, 2016.

Latzer, Michael / Saurwein, Florian / Dörr, Konstantin / Just, Natascha / Wallace, Julian (2015): Evaluation der Selbstregulierungsmaßnahmen zum Jugendmedienschutz der Branchen Film, Computerspiele, Telekommunikation und Internet. Forschungsbericht Nr. 11/15 im Auftrag des Bundesamtes für Sozialversicherungen (BSV). Universität Zürich, Zürich.

Latzer, Michael / Büchi, Moritz / Just, Natascha (2015): Internet und Politik in der Schweiz. Themenbericht aus dem World Internet Project – Switzerland 2015. Universität Zürich, Zürich.

Latzer, Michael / Price, Monroe E. / Saurwein, Florian / Verhulst, Stefaan G. (2007): Comparative Analysis of International Co- and Self-Regulation in Communications Markets. Research report commissioned by Ofcom - UK Office of Communications. Vienna: ITA Latzer et al 2015

O'Neil, Cathy (2016): Weapons of Math Destruction, New York: Crown.

Pasquale, Frank (2015): The Black Box Society, Harvard University Press.

Saurwein, Florian / Just, Natascha / Latzer, Michael (2015): Governance of algorithms: options and limitations. In: info, Vol. 17 (6), 35-49.

M. Latzer – www.mediachange.ch

MEDIA CHANGE
AND INFORMATION