

# fkmb INFO

## Liebe Leserinnen, liebe Leser

Das vergangene Semester bleibt sicherlich allen am Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaft (ikmb) besonders in Erinnerung. Die Coronavirus-Pandemie zwang die Dozierenden dazu, alle Lehrveranstaltungen kurzerhand auf ein digitales Angebot umzustellen.

Das ikmb befasst sich indes noch auf andere Weise mit der Digitalisierung. Viele der aktuellen und der zukünftigen Lehrangebote setzen bei den Studierenden «computational skills» voraus. Damit alle Studierende die Möglichkeit haben, Kurse wie soziale Netzwerkanalyse, «machine learning» oder «web scraping» zu besuchen, bietet das ikmb eine praktische Einführung in die Grundlagen der «computational social sciences» an (siehe S. 3). Die Digitalisierung in der Lehre folgt der Digitalisierung der Forschung: seit längerem setzen die Projekte am Institut unterschiedliche Programmiersprachen und algorithmische Verfahren ein, um Daten zu erheben, zu speichern und zu analysieren. Die digitale Transformation der Gesellschaft ist dabei selbst Gegenstand der Forschung am ikmb. Einen spannenden Ausschnitt aus einer Studie, der sich mit algorithmischer Selektion befasst, finden Sie auf der folgenden Seite. Gleichzeitig bleibt die Forschung am ikmb immer auch offen für aktuelle Themen, wie ein weiteres Projekt zeigt, das sich mit der öffentlichen Wahrnehmung der Corona-Pandemie befasst (siehe S. 4).

Die Digitalisierung ist zudem mit einer ganz besonderen Ehrung verbunden. Lance Bennett, einer der international führenden Forscher der politischen Kommunikation, der sich schon früh mit den Auswirkungen der Digitalisierung befasst hat und dem ikmb seit Jahren verbunden ist, wurde mit der Ehrendoktorwürde der Universität Bern ausgezeichnet (Siehe S. 4).

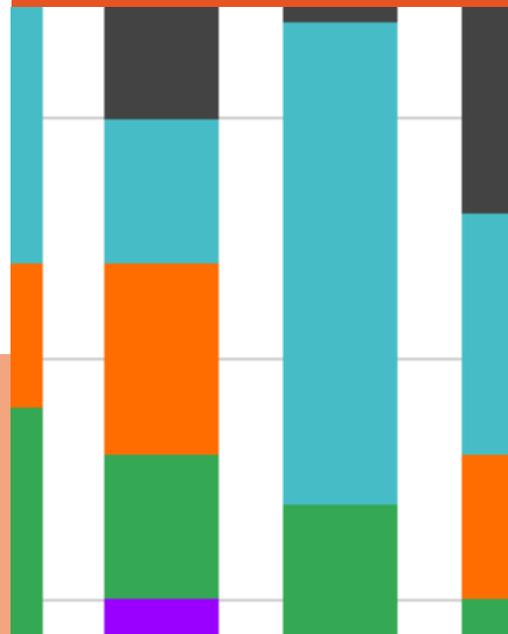
Schliesslich haben wir zwei Mutationen im Vorstand des Fördervereins zu vermelden: auf eigenen Wunsch tritt Manuel Dähler aus dem Vorstand zurück. Wir danken ihm an dieser Stelle noch einmal für sein jahrelanges Engagement für den Verein. Mit Stefanie Knocks konnten wir eine ehemalige ikmb Doktorandin für den Vorstand gewinnen. Sie ist heute Generalsekretärin des Fachverbands Sucht und wir begrüßen sie herzlich im Verein. Wie Sie sehen, liebe Leserin und lieber Leser, beforscht das Institut aktuelle Themen mit aktuellen Methoden, die zudem in der Lehre den Studierenden vermittelt werden. Der Förderverein – und damit Sie – hat das Institut in all diesen Bereichen mit wichtigen Beiträgen unterstützt. Dafür danken wir Ihnen und wünschen viel Vergnügen beim Lesen!

*Dr. Tanja Hackenbruch, Präsidentin des Fördervereins*



## DER NEWSLETTER DES FÖRDERVEREINS

Dies ist die sechste Ausgabe des fkmb Newsletters. Einmal im Jahr informieren wir über die Aktivitäten von Förderverein und Institut. Ein erfolgreiches Institut braucht einen starken Förderverein und damit Ihre Unterstützung. Denn der Förderverein leistet enorm wichtige Arbeit – und die wollen wir sichtbar machen.



## Algorithmische Selektion – wer sucht, der findet (oder nicht?)

**Der Zugang zu verlässlichen und genauen Informationen ist für eine verantwortungsvolle Entscheidungsfindung auf individueller und organisatorischer Ebene unerlässlich. In der heutigen Informationsumgebung ist ein solcher Zugang zunehmend von Suchmaschinen (z.B. Google) abhängig, die als Informationsgatekeeper dienen. Durch die Filterung und Einstufung von Informationsquellen bestimmen die Algorithmen der Suchmaschinen effektiv, welche Informationen ihren Benutzern zur Verfügung stehen. Da die Funktionsweise dieser Algorithmen jedoch undurchsichtig ist, ist oft unklar, welche Art von Informationen sie priorisieren und ob sie das Recht der Bürger auf zuverlässige Informationen untergraben könnten.**

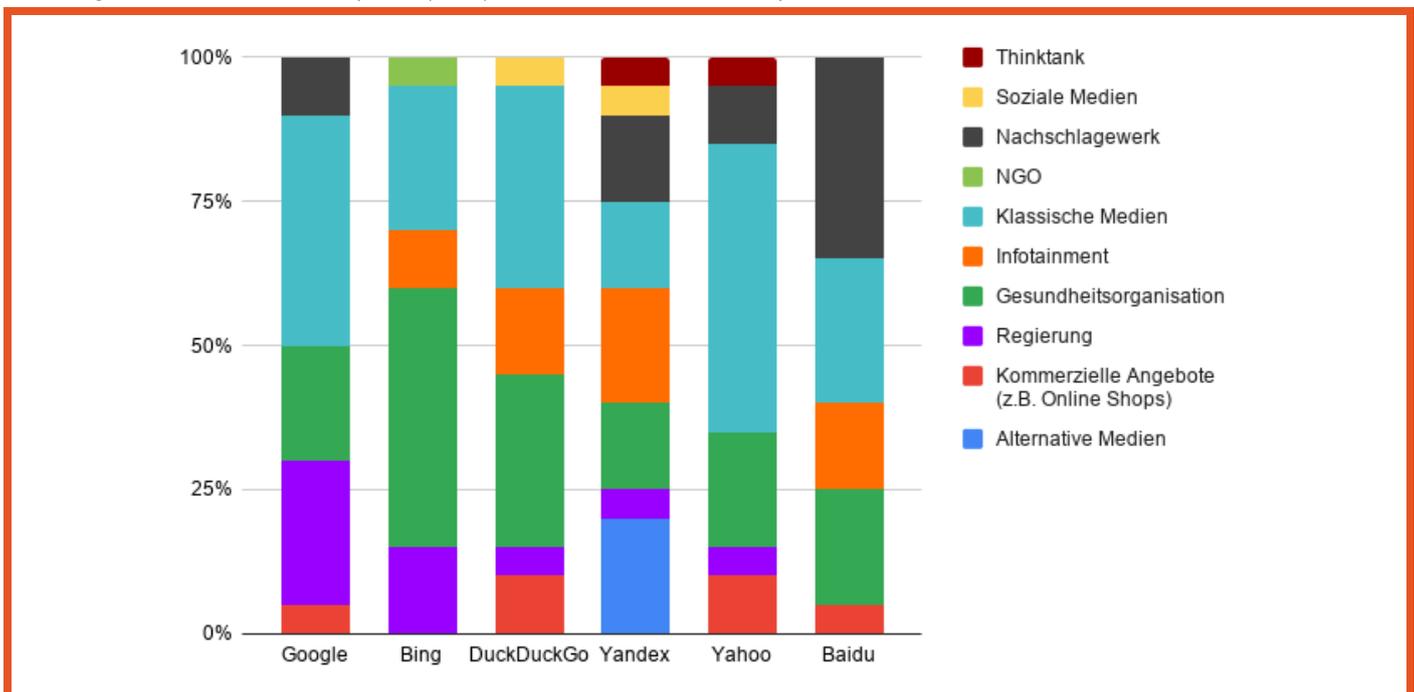
Wir gehen diesen Fragen nach, indem wir analysieren, wie die größten Suchmaschinen der Welt Informationen über gesellschaftlich wichtige Themen verbreiten und ob ihre Algorithmen Informationsverzerrungen verstärken könnten. Ein Beispiel für ein solches Thema ist COVID-19, das wir im Rahmen eines am 26. Februar 2020 durchgeführten Experiments untersucht haben. Mit 200 virtuellen Agenten (d.h. Softwareprogrammen, die das Surfverhalten der Benutzer imitieren), die in einer kontrollierten Umgebung bei Amazon Web Services eingesetzt werden, suchten wir gleichzeitig in sechs Suchmaschinen (Google, Yahoo, Bing, DuckDuckGo, Baidu und Yandex) nach dem Begriff «Coronavirus». Wir erfassten die besten Suchergebnisse (N=~50) für jeden Browser und analysierten sie dann mit gemischten Methoden.

Unsere quantitative Analyse ergab, dass mit wenigen Ausnahmen (z.B. Yahoo und DuckDuckGo) die verschiedenen Suchmaschinen weniger als 25% ihrer Ergebnisse über COVID-19 teilen. Häufig gab es fast keine Überschneidungen bei den Suchergebnissen (z.B. zwischen Google und DuckDuckGo). Das völlige Fehlen gemeinsamer Quellen kann zu erheblichen Informationsdiskrepanzen zwischen ihren Nutzern führen, was in Notzeiten besonders beunruhigend ist. Ebenso bedenklich ist die häufige Randomisierung der Suchergebnisse innerhalb einer Suchmaschine, was die Kontrolle der Nutzer über die erhaltenen Informationen einschränkt.

Noch verstärkt werden diese beunruhigenden Aspekte durch die Ergebnisse der qualitativen Analyse der Arten von Quellen, die von den verschiedenen Suchmaschinen priorisiert werden. Unsere Untersuchung der 20 wichtigsten Informationsquellen aus den von uns erfassten Suchergebnissen, die in Bezug auf COVID-19 vorgeschlagen wurden (siehe Abb. 1), zeigt erhebliche Diskrepanzen zwischen den Suchmaschinen. Während die meisten Suchmaschinen klassische Medien (z.B. CNN) und Gesundheitsorganisationen (z.B. WHO) priorisierten, variierte ihr Verhältnis zwischen der Hälfte (z.B. für Bing) bis zu weniger als einem Viertel (z.B. für Yahoo) der Ergebnisse. Darüber hinaus räumten einige Suchmaschinen (z.B. Yandex) potenziell irreführenden Informationsquellen wie sozialen Medien und alternativen Medien Vorrang ein.

*Dr. Mykola Makhortkyh & Dr. Aleksandra Urman*

Abbildung 1: Arten von Informationsquellen (N=20), die von den Suchmaschinen priorisiert wurden.



## Gäste am ikmb im Frühjahrssemester 2020

**In diesem Frühjahrssemester waren wieder viele spannende Gäste am ikmb. Auch wenn die Lehre dieses Semester – aufgrund von Corona – etwas anders ausgesehen hat als gewohnt, konnten wir dank der entsprechenden Technik mit all unseren Gästen live und digital diskutieren.**

Thomas Zerback von der Universität Zürich zeigte uns auf, in welchen Quellen wir – aus Nutzersicht – vielfältige Informationen beziehen und wo eher einseitige. Seine Befunde deuten darauf hin, dass das Netz weniger vielfältig ist als die klassischen Medien.

Ulrich Matter von der Universität St.Gallen beschäftigte sich mit Vielfaltsfragen – jedoch von der Angebotsseite her. Er zeigte auf, wie bedeutend die Besitzstrukturen im Medienmarkt für die inhaltliche Vielfalt sind.

Christoph Neuberger, der das Weizenbaum Institut in Berlin leitet, präsentierte uns seine Überlegungen zum digitalen Wandel der Wissensordnung. Wir diskutierten mit ihm über die Ablösung der Journalisten als einzige Gatekeeper, die neuen hybriden Rollen der Debatteilnehmer und die Konkurrenz verschiedener Informationsanbieter.

Sebastian Stier schliesslich vom Leibniz Institut für Sozialwissenschaften (GESIS) präsentierte uns seine neusten Befunde zur meinungskonformen Mediennutzung: seine Ergebnisse deuten darauf hin, dass AfD-Anhänger weniger Service public und die klassischen Printmedien nutzen, wohingegen sie häufiger Informationen im Netz, v.a. auch in parteilichen Medien konsumieren.

*Prof. Dr. Silke Adam*

## Die digitale Revolution der Kommunikationswissenschaft:

### Big data und computational methods

**Die digitale Transformation hat tiefgreifende Auswirkungen auf die Kommunikationswissenschaft – und zwar auf drei Arten.**

Erstens hat sie unseren Forschungsgegenstand grundlegend verändert: der vormals «vertikale» Kommunikationsfluss von politischen Institutionen über Massenmedien hin zu einem amorphen Publikum wird zunehmend durch «horizontale» Netzwerke überlagert.

Angebote vervielfältigen sich, traditionelle Medien erhalten Konkurrenz durch Social Media Plattformen, während das Publikum etwa als Instagram User in die Rolle des Informationsproduzenten schlüpft.

Als Folge davon geraten viele unserer theoretischen Annahmen ins Wanken und mehr als andere Disziplinen muss die Kommunikationswissenschaft ihre Ansätze auf ihre Tragfähigkeit hin überprüfen, sie wo nötig erweitern oder mitunter ganz neu denken.

Zweitens ergeben sich neue Formen der Forschung. Die Kommunikationswissenschaft arbeitet zunehmend mit grossen Datensätzen («Big Data»): statt Stichproben erheben wir direkt die Grundgesamtheit bspw. der Berichterstattung über Covid-19. Dadurch verändert sich aber auch die Datenanalyse und die manuelle Bearbeitung weicht zusehends (halb-)automatisierten Verfahren.

Der vermehrte Einsatz von Algorithmen im Forschungsprozess bedeutet drittens, dass neben statistischem Knowhow immer mehr auch «computational skills» gefragt sind – Program-

miersprachen wie «R» und «Python» steigen zu einer neuen lingua franca auf.

Das ikmb ist in allen drei Bereichen engagiert. In der Forschung hat das langjährige Projekt zum Klimawandel etwa in vier Ländern Hyperlinknetzwerke über einen Zeitraum von 30 Monaten erhoben und ausgewertet. Die aktuell international vergleichende Studie zu populistischen Einstellungen sammelt Daten zum digitalen Medienkonsum, indem sie das Onlineverhalten der Befragten aufzeichnet.

Und das Projekt zur politischen Instrumentalisierung des Islams analysiert die Berichterstattung rund um die Verhüllungsverbotvorlage u.a. anhand einer algorithmisch Erschliessung der verschiedenen thematischen Aspekte über «topic models».

In der Lehre hingegen haben zum Beispiel im vergangenen Herbstsemester Thomas Häussler, Ueli Reber und Aleksandra Urman (alle Mitarbeitende des ikmb) dank finanzieller Unterstützung des Fördervereins den Kurs «Einführung in R für Kommunikationswissenschaftlerinnen» von Grund auf konzipiert und durchgeführt. Der Blockkurs richtet sich an Studierende im Bachelor Sozialwissenschaften und vermittelt die Grundlagen der Programmiersprache «R». Sie erhalten damit das Rüstzeug, um sich Methoden Web-Scraping, Text-Mining und Machine Learning anzueignen, die in der kommunikationswissenschaftlichen Forschung immer zentraler werden.

*Dr. Thomas Häussler*

## Lance Bennett erhält den Ehrendoktor der Universität Bern

Zum ersten Mal geht ein Ehrendoktor der Universität Bern an einen politischen Kommunikationsforscher. Lance Bennett von der University of Washington (USA) erhielt den Preis als herausragender Denker, der schon frühzeitig und fortwährend die digitale Transformation der politischen Kommunikation in den Fokus gerückt hat. Bennett forscht dazu, wie Medien sich verändern und dabei die Politik und Demokratie beeinflussen. Er hat dabei immer wieder die Grundannahmen des Faches hinterfragt und dabei das Feld der politischen Kommunikation herausgefordert und



geprägt. Sein Wirken geht jedoch über die Forschung hinaus, wirft er doch zentrale gesellschaftliche Fragen auf – Fragen nach dem Versagen der Medien, den Folgen der Desinformation im Netz und den Möglichkeiten einer nachhaltigen und gerechten Gesellschaftsentwicklung.

Lance Bennett ist dabei der Universität Bern verbunden durch Besuche im Forschungskolloquium des Instituts für Kommunikations- und Medienwissenschaft, durch gemeinsame Drittmittelprojekte und als Gastgeber für Aufenthalte von ikmb-Wissenschaftlerinnen an der University of Washington.

*Prof. Dr. Silke Adam*

*Prof. Dr. Arthur Baldauf (Dekan WISO Fakultät), Prof. Dr. Christian Leumann (Rektor Uni Bern) und Prof. Dr. Lance Bennett*

## Bewegtes ikmb - Neuigkeiten aus dem Lehrstuhl

Ein Auszug **aktueller Publikationen** unter Beteiligung von ikmb Mitarbeitenden:

- Upset with the refugee policy: Exploring the relations between policy malaise, media use, trust in news media, and issue fatigue. *Communications - the European Journal of Communication*
- News personalization for peace: how algorithmic recommendations can impact conflict coverage. *International journal of conflict management*
- When do European elections become about Europe? An Analysis of Parties' Communication in the run-up to the EP elections 2014. *West European Politics*
- Does negativity about Europe propel parties' media visibility? *Communications: The European Journal of Communication Research*
- Civil society, the media and the Internet: Changing roles and challenging authorities in digital political communication ecologies. *Information, Communication & Society*
- A dynamic perspective on publics and counterpublics: The role of the blogosphere in pushing the issue of climate change during the 2016 US presidential campaign. *Environmental communication, Party populism and media access: The news value of populist communication and how it is handled by the mass media. International Journal of Communication*
- Context matters: political polarization on Twitter from a comparative perspective. *Media, culture & society*
- News Consumption of Russian Vkontakte Users: Polarization and News Avoidance *International Journal of Communication*
- Remediating the past: YouTube and second world war memory in Ukraine and Russia. *Memory Studies*
- Personalizing the war: Perspectives for the adoption of news recommendation algorithms in the media coverage of the conflict in Eastern Ukraine. *Media, war & conflict*

Alle Publikationen unter: [ikmb.unibe.ch/ueber\\_uns/aktuelles](http://ikmb.unibe.ch/ueber_uns/aktuelles)

- **Dr. Thomas Häussler**, Oberassistent am ikmb, wechselt per August 2020 zum BAKOM. Er entwickelt und betreut dort Forschungsprogramme im Bereich des digitalen Wandels der Öffentlichkeit, wertet den wissenschaftlichen Diskurs aus und erarbeitet die Grundlagen für medienpolitische Entscheidungen des Bundesrats und des Departements (UVEK).

- **Dr. Aleksandra Urman** hat ihre Dissertation «Political polarisation on social media in different national contexts» im Juni 2020 mit dem Prädikat summa cum laude abgeschlossen.

- **Dr. Dorothee Arlt** hat in Zusammenarbeit mit dem Fachgebiet Empirische Medienforschung und politische Kommunikation der Technischen Universität Ilmenau im April 2020 eine repräsentativen Online-Befragung von 1502 Deutschen durchgeführt. Die Teilnehmenden wurden dazu befragt, wie sie die Coronakrise wahrnehmen, über welche Quellen sie sich informieren und wie sie die Berichterstattung der Medien bewerten.

Erste Befunde der Studie finden Sie unter:

[ikmb.unibe.ch/ueber\\_uns/aktuelles/ikmb](http://ikmb.unibe.ch/ueber_uns/aktuelles/ikmb)

Kontaktieren Sie uns mit Ihren Anregungen und Fragen – wir sind sehr daran interessiert. Wenn Sie den Newsletter des ikmb in Zukunft lieber elektronisch zugestellt bekommen möchten, schreiben Sie uns eine Email an untenstehende Adresse.

Förderverein des Instituts  
für Kommunikations- und Medienwissenschaft  
Fabrikstrasse 8  
+41 (0)31 631 48 40  
3012 Bern  
[fkmb@ikmb.unibe.ch](mailto:fkmb@ikmb.unibe.ch)