

Die Macht von „Big Tech“ & digitalen Plattformen: Wer entscheidet, was wir wissen?

Dozierende

Prof. Dr. Valerie Hase

Institut für Medien- & Kommunikationswissenschaft, Universität Klagenfurt

Mail: valerie.hase@aau.at

Moodle: <https://moodle.aau.at/course/view.php?id=45029>

Zusammenfassung

Digitale Plattformen und generative KI haben individuelle Meinungsbildung grundlegend verändert. Angesichts der Dominanz einiger weniger Unternehmen (z. B. Meta, Google) wachsen die Sorgen über den Einfluss großer Tech-Konzerne auf demokratische Prozesse - etwa mit Blick darauf, wie Menschen sich digital informieren und wie vielfältig solche Nachrichten sind.

Dieses Proseminar beschäftigt sich mit der Macht von Tech-Unternehmen auf individuelle Meinungsbildung, etwa im Rahmen digitaler Plattformen oder Chatbots wie ChatGPT. Im Rahmen der Veranstaltung wenden wir uns in einem empirischen Forschungsprojekt mithilfe qualitativer Methoden dem Einfluss digitaler Plattformen bzw. «Big Tech» auf Informationsnutzung zu. Ziel des Seminars ist die Vermittlung und Anwendung vertiefter Kenntnisse über den empirischen Forschungsprozess - von der Entwicklung von Forschungsfragen über die Datenerhebung bis hin zur Analyse.

Lernziele

- Die Studierende sollen grundlegendes Wissen über Theorien und empirische Studien zu Aufmerksamkeitsmechanismen digitaler Plattformen sowie digitaler Informations- und Nachrichtennutzung erwerben.
- Sie können diese Theorien und Studien kritisch diskutieren, deren Stärken und Schwächen zusammenfassen und bewerten.
- Die Studierenden können dieses Wissen anwenden, um eigenständig ein kleines Forschungsprojekt zu Informationsnutzung auf digitalen Plattformen mittels qualitativer Methoden durchzuführen. Das bedeutet, dass sie Forschungsfragen formulieren, eine geeignete Operationalisierung entwickeln, deskriptive Analysen durchführen und die Ergebnisse kritisch interpretieren.
- Die Studierenden sind in der Lage, sachlich und kompetent zu diskutieren. Sie können ihr erworbenes Wissen sowohl allein als auch in Gruppen verständlich und strukturiert - mündlich wie schriftlich - kommunizieren. Zudem sind sie fähig, in Gruppen zu arbeiten, mögliche Konflikte zu lösen und sich selbst zu organisieren.

Workload & Prüfungsleistung

Dieses Seminar umfasst 4 ECTS. Die Prüfungsleistung beinhaltet zwei Elemente:

- Prüfungsleistung 1: Referat (40%), inkl. Moderation einer interaktiven Aufgabe
- Prüfungsleistung 2: Seminararbeit (60%)

Prüfungsleistung 1: Referat

Präsentationen umfassen einen mündlichen Vortrag mit Folien (ca. 15 Minuten) sowie die Moderation einer anschließenden interaktiven Aufgabe (ca. 15 Minuten). Die Präsentationen werden in Gruppen von max. fünf Studierenden gehalten. Sie fließen mit 40% in die Endnote ein. Präsentationen werden am 26. November und 3. Dezember gehalten. Ihre Präsentation sollte sich an den für jede Präsentation vorgeschlagenen Schlüsselfragen orientieren. Sie kann sich auf die empfohlenen Kerntexte stützen (s. weiter unten), sollte aber auch zusätzliche Literatur einbeziehen. Bitte senden Sie Ihre Folien am Vortrag vor Ihrer Präsentation an die Lehrperson. Sie finden die Kriterien zur Beurteilung des Referats auf Moodle (unter: „Allgemeine Guidelines“).

Prüfungsleistung 2: Proseminararbeit

Die Proseminararbeit umfasst die Abgabe einer kurzen schriftlichen Arbeit. Diese kann als Einzel- oder Gruppenarbeit abgegeben werden. In letzterem Fall muss der Einzelbeitrag aller individueller Studierenden einzeln ausgewiesen werden. Sie fließt mit 60% in die Endnote ein. Die Proseminararbeit beruht auf dem empirischen Projekt, das im Seminar durchgeführt wird. Zentrale Elemente sind u. a. die theoretische Herleitung der Forschungsfragen, die Methode, sowie ein Ergebnis- und Diskussionsteil. Bitte beachten Sie dazu den Leitfaden für wissenschaftliches Arbeiten auf Moodle. Sie finden die Kriterien zur Beurteilung der Seminararbeit auf Moodle (unter: „Allgemeine Guidelines“).

Hinweise zur Verwendung von KI bei der Proseminararbeit: Intelligenz (KI, z. B. ChatGPT) ist für das Verfassen schriftlicher Prüfungsleistungen/Abschlussarbeiten möglich, muss aber vollständig kenntlich gemacht und ausgewiesen werden. Studierende tragen die alleinige Verantwortung für den Inhalt der abgegebenen Prüfungsleistung bzw. schriftlichen Abschlussarbeit. Sollte der Verdacht bestehen, dass KI genutzt, aber nicht kenntlich gemacht wurde, werden Studierende zu einem mündlichen „Nachgespräch“ eingeladen, um die Eigenständigkeit der schriftlichen Prüfungsleistung zu verifizieren. Der unerlaubte Einsatz von KI hat Konsequenzen: Er wird als Betrugsversuch gewertet, die Prüfung wird negativ beurteilt, Betrugsversuche werden der Vizerektorin für Lehre gemeldet. Im Fall einer prüfungsimmanenten LV bedeutet das, dass diese nicht mehr positiv abgeschlossen werden kann und wiederholt werden muss. Die Konsequenzen können bis hin zum Ausschluss vom Studium reichen (gemäß § 19a Satzung Teil B).

“Die Macht von „Big Tech“ & digitalen Plattformen: Wer entscheidet, was wir wissen?“

| Date | Raum | Phase | Session | Aufgaben & Deadlines zur Sitzung |
|---------------------------------|---------------------|--|---|--|
| 12.11.2025 (11:45-15:00 Uhr) | Z.0.18 | Einführung & Forschungsdesign | Sitzung 1: <i>Einführung</i> | <i>In der Sitzung:</i> <ul style="list-style-type: none"> • <u>Input</u>: Einführung & Formales • <u>Arbeitsphase</u>: Aufteilung & Ausarbeitung Referate |
| 19.11.2025 (11:45-15:00 Uhr) | Z.0.18 | | Sitzung 2: <i>Forschungsdesign I</i> | <i>In der Sitzung:</i> <ul style="list-style-type: none"> • <u>Input</u>: Forschungsdesign & -fragen • <u>Arbeitsphase</u>: Ausarbeitung Referate |
| 26.11.2025 (11:45-15:00 Uhr) | Z.0.19 | | Sitzung 3: <i>Forschungsdesign II</i> | <i>In der Sitzung:</i> <ul style="list-style-type: none"> • <u>Prüfungsleistung</u>: Referate I, II und III • <u>Arbeitsphase</u>: Formulierung von Forschungsfragen |
| 03.12.2025 (10:00-13:15 Uhr) | HS 8 | Datenerhebung | Sitzung 4: <i>Operationalisierung I</i> | <i>Vor der Sitzung:</i> <ul style="list-style-type: none"> • Einreichung Forschungsfragen (bis 1. Dezember) <i>In der Sitzung:</i> <ul style="list-style-type: none"> • <u>Input</u>: Feedback Forschungsfragen & Referate, Leitfadeninterviews • <u>Prüfungsleistung</u>: Referate IV und V • <u>Arbeitsphase</u>: Überarbeitung Forschungsfragen; Struktur Leitfadeninterviews |
| 10.12.2025 (11:45-16:45 Uhr) | Achtung: Digital | | Sitzung 5: <i>Operationalisierung II</i> | <i>Vor der Sitzung:</i> <ul style="list-style-type: none"> • Einreichung Entwurf Leitfadeninterview (bis 8. Dezember) <i>In der Sitzung:</i> <ul style="list-style-type: none"> • <u>Input</u>: Feedback Leitfadeninterviews • <u>Arbeitsphase</u>: Überarbeitung Leitfadeninterviews |

| | | | | |
|--|--------|-------------------------------------|-----------------------------|--|
| 14.01.2026 (13:30-16:45 Uhr) | V.1.07 | Analyse & Ergebnisse | Sitzung 6: <i>Analyse</i> | <i>Vor der Sitzung:</i> <ul style="list-style-type: none"> • Einreichung Transkripte • E-Learning Modul „MAXQDA“ <i>In der Sitzung:</i> <ul style="list-style-type: none"> • <u>Input</u>: Auswertung • <u>Arbeitsphase</u>: gemeinsame Auswertung |
| 28.01.2026 (11:45-15:00 Uhr) | V.1.04 | | Session 7: <i>Abschluss</i> | <i>In der Sitzung:</i> <ul style="list-style-type: none"> • <u>Input</u>: Proseminararbeit & Evaluation • <u>Arbeitsphase</u>: gemeinsame Auswertung |

Literatur

Referat I: Was sind digitale Plattformen und „Big Tech“?

Sitzung 3, 26. November 2025

Schlüsselfragen

- (1) Wie verändern digitale Plattformen und Big-Tech Unternehmen Meinungsbildung, insbesondere Nachrichtennutzung?
- (2) Welche digitalen Plattformen sind in Österreich besonders wichtig?
- (3) Welche Forschungslücken existieren?

- Eisenegger, M. (2021). Dritter, digitaler Strukturwandel der Öffentlichkeit als Folge der Plattformisierung. In M. Eisenegger, M. Prinzing, P. Ettinger, & R. Blum (Hrsg.), *Digitaler Strukturwandel der Öffentlichkeit* (S. 17-39). Springer Fachmedien Wiesbaden. https://doi.org/10.1007/978-3-658-32133-8_2
- Newman, N., Ross Arguedas, A., Robertson, C. T., Nielsen, R. K., & Fletcher, R. (2025). *Reuters Institute digital news report 2025*. Reuters Institute for the Study of Journalism. <https://doi.org/10.60625/RISJ-8QQF-JT36> [Ausschnitt - Bericht Österreich]
- Taddicken, M., & Schmidt, J.-H. (2022). Entwicklung und Verbreitung sozialer Medien. In J.-H. Schmidt & M. Taddicken (Hrsg.), *Handbuch Soziale Medien* (S. 3-17). Springer Fachmedien Wiesbaden. https://doi.org/10.1007/978-3-658-25995-2_1

Referat II: Wie nutzen junge Menschen soziale Medien, um sich zu informieren?

Sitzung 3, 26. November 2025

Schlüsselfragen

- (1) Wie nutzen junge Menschen soziale Medien (z. B. Instagram, TikTok), um sich zu informieren?
- (2) Welche Rolle spielen nicht-traditionell journalistische Akteure, wie Influencer:innen, für Nachrichtennutzung?
- (3) Welche Forschungslücken existieren?

- Anter, L., & Kümpel, A. S. (2025). Young Adults' Information Needs, Use, and Understanding in the Context of Instagram: A Multi-Method Study. *Digital Journalism*, 13(6), 1112-1130. <https://doi.org/10.1080/21670811.2023.2211635>
- Swart, J. (2023). Tactics of news literacy: How young people access, evaluate, and engage with news on social media. *New Media & Society*, 25(3), 505-521. <https://doi.org/10.1177/14614448211011447>
- Wunderlich, L., & Hölig, S. (2022). Social Media Content Creators aus Sicht ihrer jungen Follower: Eine qualitative Studie im Rahmen des Projekts #UseTheNews. *Arbeitspapiere des Hans-Bredow-Instituts*, 64. <https://doi.org/10.21241/SSOAR.81872>

Referat III: Wie nutzen (junge) Menschen Chatbots, um sich zu informieren?

Sitzung 3, 26. November 2025

Schlüsselfragen

- (1) Wie lassen sich Chatbots wissenschaftlich definieren?
- (2) Wie nutzen (junge) Menschen Chatbots, um sich zu informieren?
- (3) Welche Forschungslücken existieren?

- Mitova, E., Blassnig, S., Strikovic, E., Urman, A., Hannak, A., De Vreese, C., & Esser, F. (2025). Exploring Public Attitudes Toward Generative AI for News Across Four Countries. *Journal of Quantitative Description: Digital Media*, 5. <https://doi.org/10.51685/jqd.2025.012>
- Reiss, M. V., Knor, E. L., Stöwing, E., Merten, L., & Möller, J. (2025). Zwischen Neugier und Skepsis: Nutzung und Wahrnehmung generativer KI zur Informationssuche in Deutschland. *Arbeitspapiere des Hans-Bredow-Instituts*, 76, 39 S. <https://doi.org/10.21241/SSOAR.100907>
- Simon, F. M., Nielsen, R. K., & Fletcher, R. (2025). *Generative AI and news report 2025: How people think about AI's role in journalism and society*. Reuters Institute for the Study of Journalism. <https://doi.org/10.60625/RISJ-5BJV-YT69>

Referat IV: Welche Rolle spielen Medienrepertoires für die Nutzung digitaler Plattformen?

Sitzung 4, 3. Dezember 2025

Schlüsselfragen

- (1) Inwiefern unterscheiden sich digitale Plattformen in ihren Eigenschaften voneinander?
- (2) Was ist der Medienrepertoire-Ansatz und wie hilft er uns, zu verstehen, wie Menschen unterschiedliche Plattformen unterschiedlich nutzen?
- (3) Was ist hilfreich am Medienrepertoire-Ansatz, um die Rolle digitaler Plattformen zu verstehen - und inwiefern ist dieses Konzept begrenzt?

- Boczkowski, P. J., Matassi, M., & Mitchelstein, E. (2018). How Young Users Deal With Multiple Platforms: The Role of Meaning-Making in Social Media Repertoires. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 23(5), 245-259. <https://doi.org/10.1093/jcmc/zmy012>
- Haage, A. (2021). *Informationsrepertoires von Menschen mit Beeinträchtigungen: Barrieren und Förderfaktoren für die gleichberechtigte Teilhabe an öffentlicher Kommunikation*. Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG. <https://doi.org/10.5771/9783748921363> [Ausschnitt - Kapitel 4]
- Kümpel, A. S. (2022). Social Media Information Environments and Their Implications for the Uses and Effects of News: The PINGS Framework. *Communication Theory*, 32(2), 223-242. <https://doi.org/10.1093/ct/qtab012>

Referat V: Wie können wir qualitative Interviews nutzen, um die Rolle digitaler Plattformen für Informationssuche zu verstehen?

Sitzung 4, 3. Dezember 2025

Schlüsselfragen

- (4) Wie nutzen Forschende strukturierte Leitfadeninterviews, um digitale Nachrichtennutzung zu untersuchen?
- (5) Was sind typischen Schritte der Durchführung und Auswertung von Interviews?
- (6) Was sind Vor- und Nachteile dieser Methode im Vergleich zu anderen Methoden? (z. B. bei der Stichprobenauswahl, Art der erhobenen Daten)

- Groot Kormelink, T. (2020). Seeing, Thinking, Feeling: A Critical Reflection on Interview-based Methods for Studying News Use. *Journalism Studies*, 21(7), 863-878. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2020.1716829>
- Kümpel, A. S., & Anter, L. (2024). Methodological Challenges in Audience Research. In S. A. Eldridge II, D. Cheruiyot, S. Banjac, & J. Swart, *The Routledge Companion to Digital Journalism Studies* (S. 541-550). Routledge.
- Roulston, K., & Choi, M. (2018). Qualitative Interviews. In U. Flick (Hrsg.), *The SAGE Handbook of Qualitative Data Collection*. SAGE Publications Ltd. <https://doi.org/10.4135/9781526416070>