

# Diverse Empfehlungssysteme – eine Chance für die Öffentlich-Rechtlichen

---



Mainz Media Forum

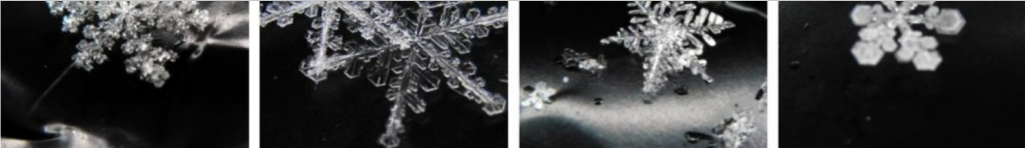
Prof. Dr. Natali Helberger, UvA

---

Mainz, 17. November 2017

# Trend zur Personalisierung

---



**All the news that's fit for you: The New York Times is experimenting with personalization to find new ways to expose readers to stories**

“Instead of thinking about having stories compete for limited space on the homepage, we're trying to shift the conversation to a different understanding of our distribution.”

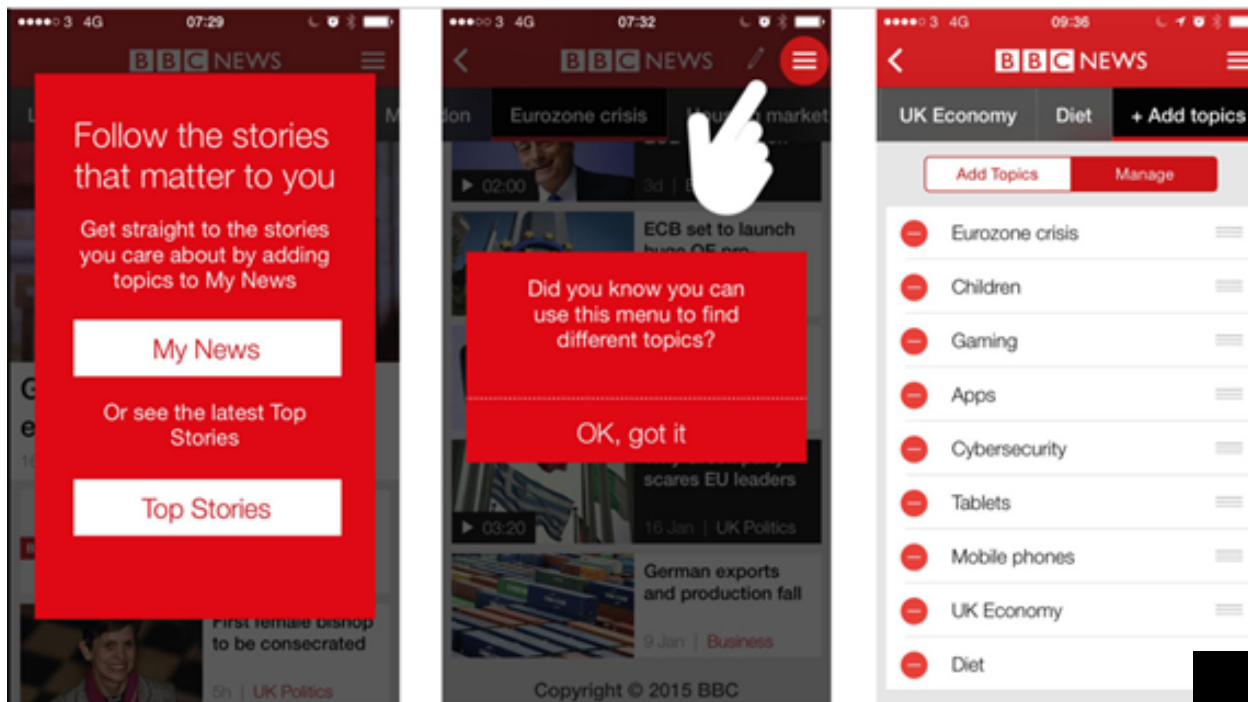
By **RICARDO BILTON** @rbilton Sept. 28, 2017, 11:12 a.m.

What's the best way to follow how the news is changing?  
Our daily email, with all the freshest future-of-journalism news.

[Subscribe](#)

THE LATEST FROM NIEMAN LAB


# Auch im öffentlich-rechtlichen Rundfunk



# EBU Projekt Peach

Personalisation for EACH

PEACH  
Personalisation for EACH



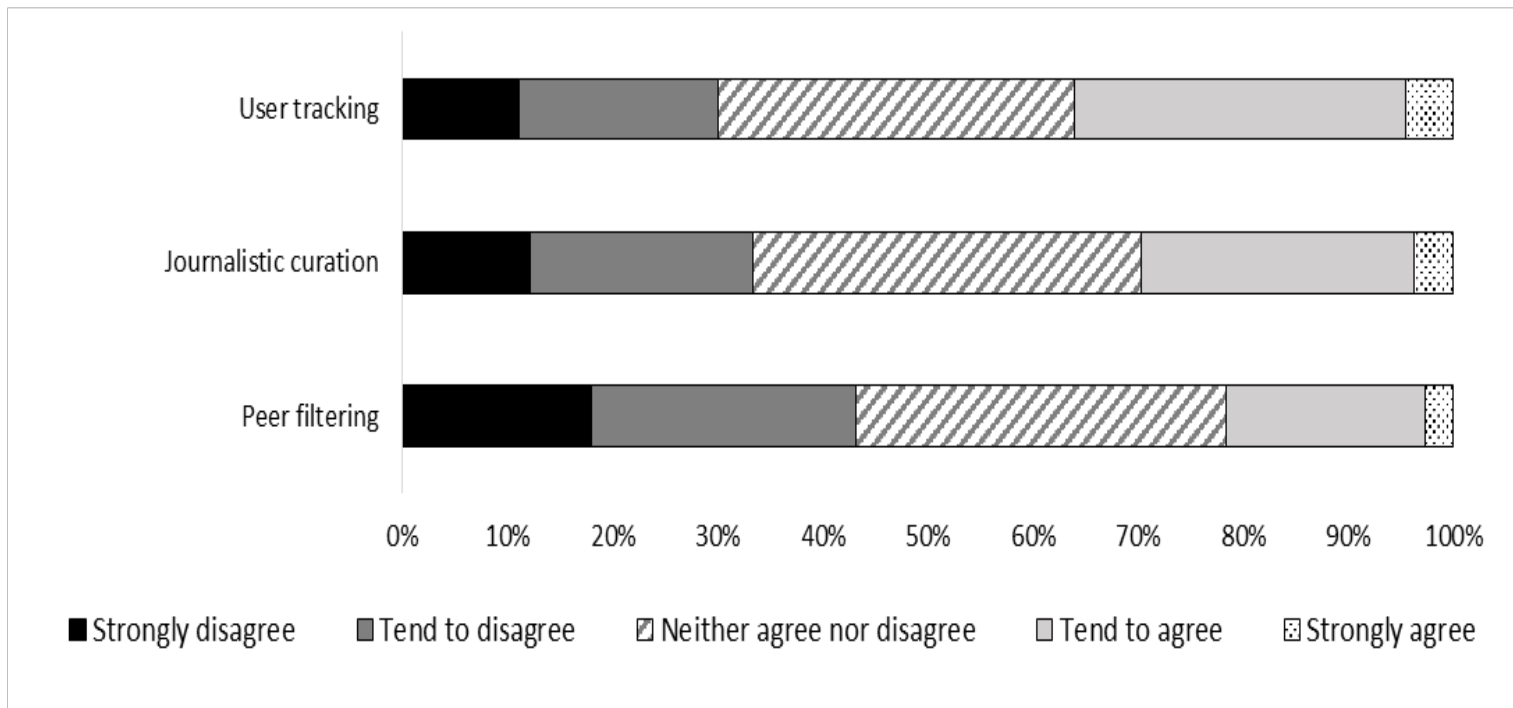
**PERSONALIZATION FOR EACH**

The right content at the right time for the right person on the right device – as broadcasters are faced with competition from multinational online-giants and looking for ways to efficiently increase reach and relevance, the European Broadcasting Union is working with its Members to give *editorial teams* a set of powerful tools to deliver relevant content to audiences.

- Besser & gezielter informieren
- Nutzerbindung
- Neue Nutzergruppen erschliessen
- Longtail nutzen
- Wettbewerb mit personalisierten Plattformen

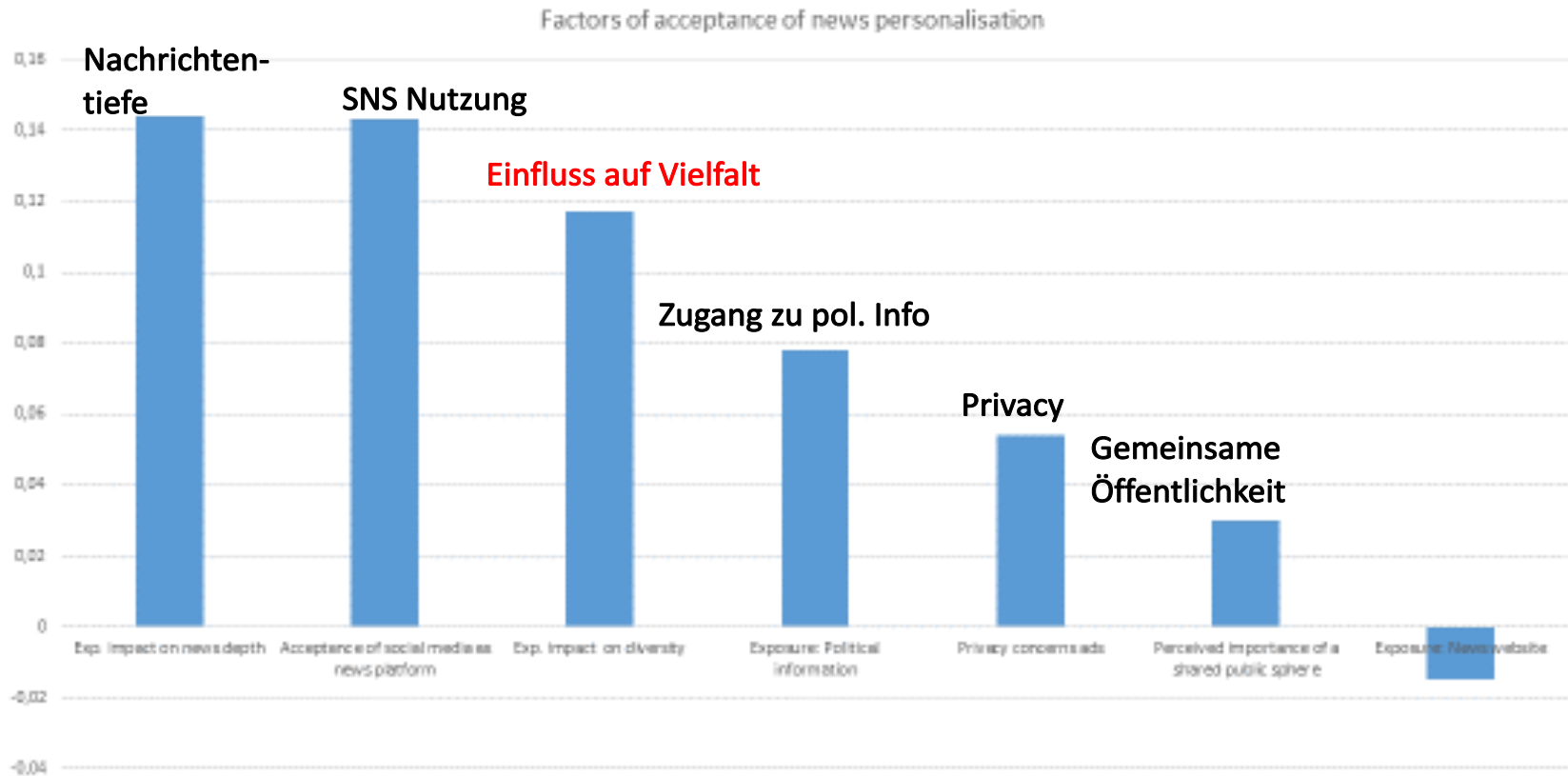
# Nutzer finden personalisierte Empfehlungen eine gute Art, Nachrichten zu empfangen

---



(Thurman, Moeller, Trilling & Helberger, 2017)

# Aber: sie sorgen sich auch um die Vielfalt



# Im internationalen Vergleich

Type	Concerned about missing out on important information	Concerned about missing out on challenging viewpoints	Concerned about privacy
Spain	70	67	54
UK	65	61	49
USA	60	59	49
Germany	44	42	46
Austria	45	44	51
Korea	42	38	45

Q10D\_2016b\_1/2/3. Please indicate your level of agreement with the following statements – I worry that more personalised news may mean that I miss out on important information/I worry that more personalised news may mean that I miss out on challenging viewpoints/I worry that more personalised news will mean my privacy is placed at greater risk.

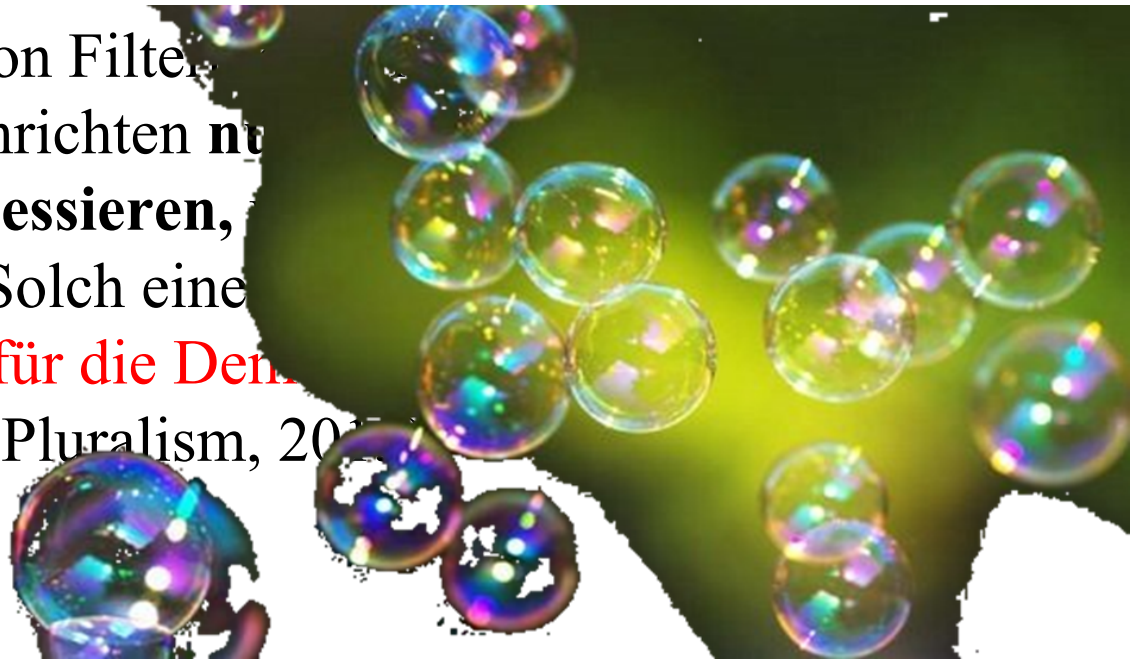
*Base: Total sample in each country*

(Thurman, Moeller, Trilling & Helberger, 2017)

# Mögliche Folgen für Öffentlichkeit und Demokratie

---

“Die Zunahme von Filtern, die sicherstellen, dass Nutzer Nachrichten nur erhalten, die sie sich interessieren, entsprechen..... Solch eine **negative Folgen für die Demokratie**“  
Group on Media Pluralism, 2011





# Es kann auch anders: Persönliche Empfehlungen als **Chance** für Medienvielfalt

---

- Persönliche Empfehlungssysteme können auch eine Chance für mehr Vielfalt sein.
- Vorausgesetzt ... es gelingt, Vielfalt im Empfehlungsalgorithmus zu berücksichtigen
- PersoNews Projekt an der Universität Amsterdam
  - Interdisziplinäres Team von Kommunikations- und Politikwissenschaftlern, Juristen und Data Scientists
  - Forschung zu Filterbubbles & Lösungen
  - Konzeptualisierung Vielfalt in Empfehlungssystemen

# Was ist Vielfalt im Rahmen von Empfehlungssystemen?

---

Bestehende Empfehlungssysteme beschränken sich auf kurzlebige Metrics: clicks, likes, shares, time spent, oder Zufall (serendipity)

## How Does Facebook Choose What To Show In News Feed?

---

$$\text{News Feed Visibility} = * \underset{\text{Creator}}{C} \times \underset{\text{Post}}{P} \times \underset{\text{Type}}{T} \times \underset{\text{Recency}}{R}$$

<b>C</b> Creator <small>Interest of the user in the creator</small>	<b>P</b> Post <small>This post's performance amongst other users</small>	<b>T</b> Type <small>Type of post (status, photo, link) user prefers</small>	<b>R</b> Recency <small>How new is the post</small>
---	--	--	---

\* This is a simplified equation. Facebook also looks at roughly 100,000 other high-personalized factors when determining what's shown.

# Medienvielfalt: ein Konzept mit einem gesellschaftlichen Auftrag

---

Medienvielfalt ermöglicht die Realisierung von Werten und Zielen, die zentral stehen in unserer Gesellschaft (z.B. Toleranz, informierte Bürger, Autonomie, Deliberation)



# Der Zweck bestimmt die Empfehlung



Partizipation

Ratio  
Nachrichten/  
Unterhaltung

Vielfalt in  
Perspektive  
/Ideologie



Selbstbe-  
stimmung

Auswahl/  
Nutzer-  
signal

Dicht bei  
Interessen



Deliberation

Balanz/Viel  
seitig

Konstruktief/  
Rational



Toleranz

Ethische/  
sprachliche  
Minderheit

Verschiedene  
Sprachen

# Typ: DailyMe

**Zielwert:** Autonomie, Selbstbestimmung

**Vielfältige Empfehlungen:** informieren über ein notwendiges Minimum an Politik, politische Alternativen, Vertiefung für interessierte Bürger, reagieren des Weiteren auf persönliche Vorlieben und geben Nutzern, was sie interessiert

## How Does Facebook Choose What To Show In News Feed?

$$\text{News Feed Visibility} = * C \times P \times T \times R$$

Creator      Post      Type      Recency

<b>Creator</b> <small>Interest of the user in the creator</small>	<b>Post</b> <small>This post's performance amongst other users</small>	<b>Type</b> <small>Type of post (status, photo, link) user prefers</small>	<b>Recency</b> <small>How new is the post</small>
--	---	---	--

\* This is a simplified equation. Facebook also looks at roughly 100,000 other high-personalized factors when determining what's shown.



# Typ: Umfassend

**Zielwert:** Partizipation

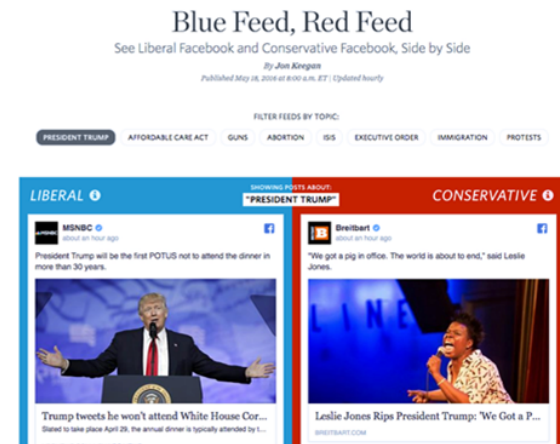
**Vielfältige Empfehlungen:** repräsentieren die diversen gesellschaftlichen Ideen und Standpunkte, bedienen diverse Informationsbedürfnisse, -stile und -vorlieben, um so gezielt einzelne Mitglieder einer diversen Gesellschaft an zu sprechen ('Massen-Personalisierung')



# Typ: Stimulierend

**Zielwert:** Deliberation

**Vielfältige Empfehlungen:** Fördern Kontakt und Austausch mit andersartigen Ideen und Meinungen ('nudging'?), auch Hintergrundinformationen, Kommentar, Beiträge die balanziert sind und/oder die verschiedenen Seiten zeigen, populär ist sekundär, aktivieren und bieten die Möglichkeit zu interagieren, zu teilen, zu liken, zu disliken



# Typ: Verbindend

**Zielwert:** Toleranz

**Vielfältige Empfehlungen:** Bieten prominente Positionen für Minderheiten, Erfahrungsberichte, auch über-politisch, versöhnlicher Ton, auch emotional, verbindend, neugierig

The screenshot shows the top navigation bar of the 'Escape Your Bubble' website. The navigation bar is light gray and contains the text 'Escape Your Bubble' on the left and 'About Contact Sign In Sign Up' on the right. Below the navigation bar is a large blue banner with the text 'Who do you want to understand better?' in white. In the center of the banner, there is a white dropdown menu with 'Republicans' selected and a red button with the text 'LET'S DO THIS'.

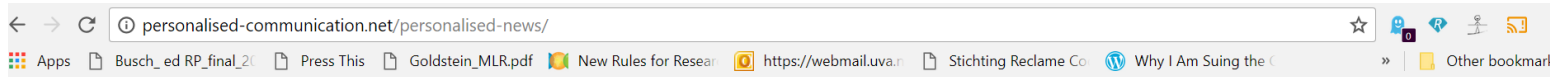


# Vielfältige Empfehlungen - Ein Chance für die Öffentlichen-Rechtlichen

---

- Gesetzlicher Auftrag, gut und vielfältig zu informieren
- Empfehlungen als Teil des Programmauftrages
  - Vielfalt als Designprinzip
  - Anbieten von Empfehlungssystemen, die der Markt nicht schnell anbietet (e.g. Stimulierend/Verbindend)
  - Standardsetzung: Vielfalt, Privacy, Nutzerfreundlichkeit
  - Gegenwicht zu e.g. Plattformen
- Von Vielfalt in den Medien zu Vielfalt in Empfehlungssystemen

# For more information



## Personalised Communication

*Understanding The Use And Effects Of Personalised Media And Their Implications For Law And Policy*

[Home](#) [The Team](#) [The Project](#) [Research Programme](#) [Scrapbook](#) [Publications](#) [Contact](#)

### Personalised News

#### Personalised News

On the web, news media are profiling and targeting news users in order to serve them with news stories and advertisements that match their individual interests. For example, the New York Times has a section on its homepage titled "Recommended for you". The section contains an automatically created selection of articles that are presumed to be of particular relevance for you. European news organisations, like the BBC in the UK and de Volkskrant in the Netherlands, as well as newer players like Facebook, are experimenting with personalization as well.

News personalization can allow media companies to better serve their users by, for example, helping them deal with information overload or by serving them more interesting content. Monetizing the resulting increase in attention from users can also have financial benefits for the

#### RECENT POSTS

- [Facebook moving non-promoted posts out of news feed in trial | Technology | The Guardian](#)
- [Biggest drop in Facebook organic reach we have ever seen](#)
- [Publishers might have to start paying Facebook if they want anyone to see their](#)

0

