

Algorithmus

Eine Handlungsanweisung, nicht nur für Computer, ähnlich wie ein Programm. Je mehr Handlungsanweisungen, desto komplizierter der Algorithmus.

Bsp.1: Wenn Eltern sagen, es gibt nur Nachtisch, wenn man den Teller aufgegessen hat.

Bsp.2: Wenn du auf YouTube bist, entscheidet ein komplexer Algorithmus, welche Werbeanzeige zu dir passen könnte.

Künstliche Intelligenz (KI)

Wenn Maschinen “ähnlich” wie Menschen denken können. Wir stellen uns oft Roboter vor, allerdings kann KI auch “unsichtbar” mittels Datenverkehr funktionieren. Manche KI sind spezialisiert (z.B. auf Schach spielen).

Tracking

Das Nachvollziehen von Spuren oder die Ablaufverfolgung der Mediennutzung. Dies funktioniert meistens über -->**Cookies**; Kleine Programme, die sich in den Verlauf der App / des Browsers einspeichern.

Big Data

Riesige Datenmengen, die für einzelne Computer und Menschen unüberschaubar sind. Diese Daten werden gesammelt, aufbewahrt auf Servern oder → **Clouds** mit (→**Algorithmen**) ausgewertet.

Wearables

Tragbare Computersysteme, die vernetzt sind, →**Daten** erfassen und Informationen verarbeiten können (z.B. Smart Watches, Datenbrillen).

Persönliche Daten

Dies sind die Informationen, die eine Person eindeutig identifizieren. Dazu gehören Name, Adresse, Telefonnummer, Kontonummer, Gesicht. Diese Daten sind durch Gesetze geschützt: “Informationelle Selbstbestimmung”.

Metadaten

Daten über -->**Daten**, d.h. nicht nur der Medieninhalt ist entscheidend, sondern der Standort, Klicks, Verweildauer, Suchbegriffe etc. Über Metadaten kann man auf Dauer sehr viel über Interessen und Gewohnheiten von Menschen heraus finden, ohne die → **persönlichen Daten** sammeln zu müssen.

Personalisierte Werbung

Wenn Internetunternehmen -->**Daten** über die Nutzenden sammeln, finden Sie ziemlich viel über diese heraus; Welche Gruppen nutzen welche Apps wie oft? Wer sieht welche Videos auf YouTube? Wer verreist in nächster Zeit? Wer hat welche Kaufgewohnheiten? Anhand dieser Datenauswertung wird im Internet durch -->**Algorithmen** entschieden, welche Werbekunden den Platz auf unserem Bildschirm bekommen.

Quantified Self

Eine Bewegung von Menschen, die -->**Daten** über sich selbst sammeln, z.B. gelaufene Strecke, Blutdruck, Puls; Der Wunsch dahinter ist, "klare" Zahlen und Werte für vormals schwierig zu beobachtende und messbare Aspekte zu erhalten, z.B. Gesundheit, Fitness oder ähnliches.

Influencer

Personen, die aufgrund ihrer starken Medienpräsenz und ihres hohen Ansehens in einem oder mehreren sozialen Netzwerken als Träger für Werbung und Vermarktung in Frage kommen. Sie sprechen oft eine junge Zielgruppe an und kennen sich in der Internetwelt gut aus.

Cloud

Digitaler Speicherplatz, der entkoppelt von eigenen Geräten auf Servern bereit steht und über einen Account und einen Login zugänglich ist. Server sind Rechner mit viel Speicherplatz, die von anderen Menschen verwaltet werden.

Open Data

Politische Bewegung, die sich dafür einsetzt, dass -->**Daten** und Programme transparent und demokratisch kontrolliert zugänglich gemacht werden. Bsp.: Open Source, Open Education ...

Scoring

Das Anlegen und Auswerten von digitalen Profilen, um diesen einen “Wert” zuzuschreiben. Dies geschieht bei der Entscheidung, welche -->**Werbung** wir zugespielt bekommen oder in China in zunehmenden Maß auch in anderen Bereichen der Gesellschaft, z.B. ob jemand eine Wohnung oder einen Kredit bekommt.

Nudging

Das Beeinflussen von Entscheidungen, ohne die Personen offensichtlich zu manipulieren, z.B. in Supermärkten oder im Internet (in Games, auf Videoplattformen). Anreize zu Käufen werden so geschickt platziert, dass wir es kaum merken.

Internet der Dinge (internet of things)

Nicht nur Bildschirmmedien sind vernetzt, sondern zunehmend mehr Geräte und Lebensbereiche. Diese liefern -->**Daten** an das Netz (zB. Bewegungsdaten, Temperatur) entscheiden je nach Programm eine Folge auf die Daten (Beispiel: Auto wird bewegt, Heizung im Haus springt an). Die Steigerung nennt man "Internet of everything".