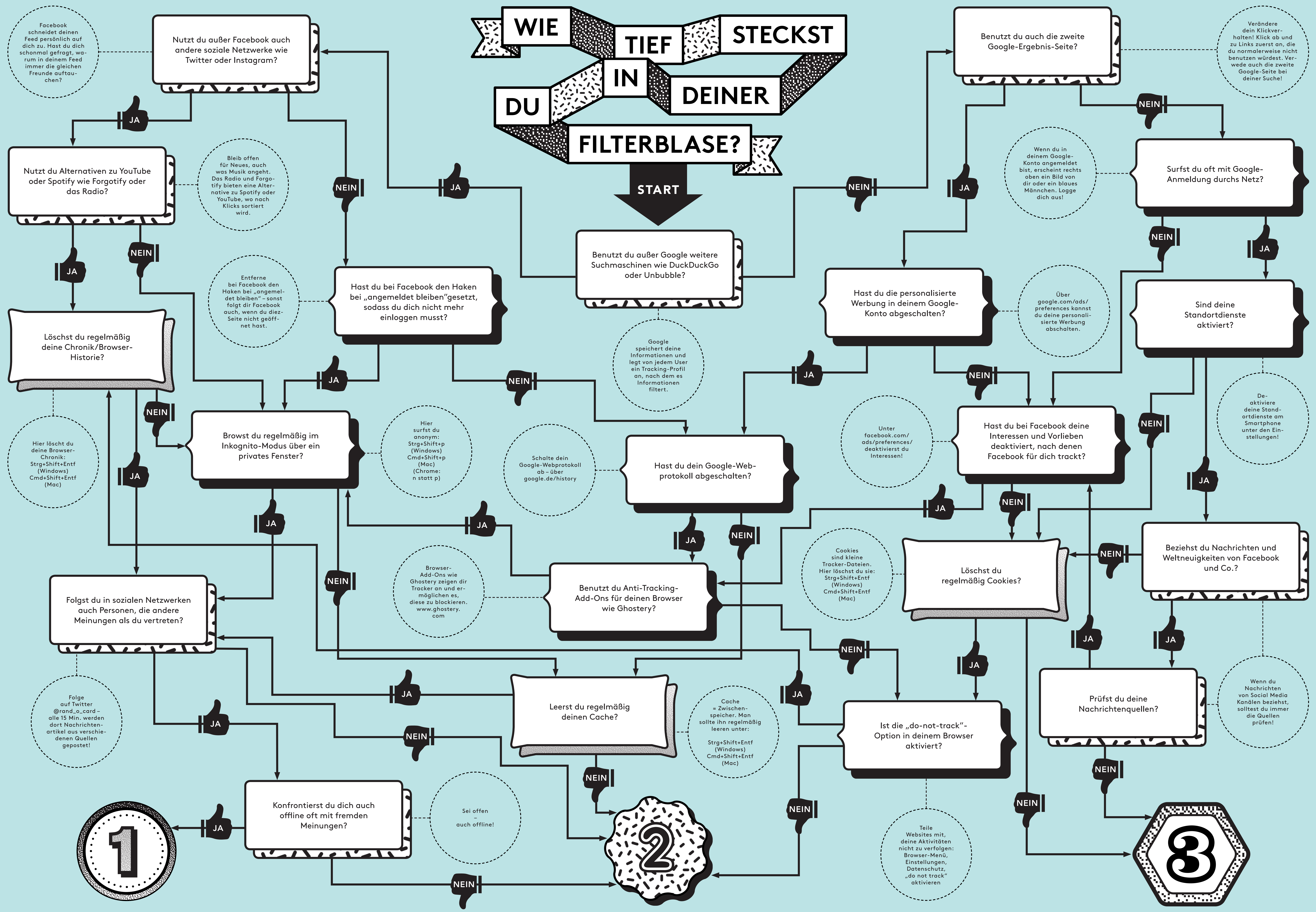


WIE TIEF STECKST DU IN DEINER FILTERBLASE?

START



Nutzt du außer Facebook auch andere soziale Netzwerke wie Twitter oder Instagram?

JA

Nutzt du Alternativen zu YouTube oder Spotify wie Forgotify oder das Radio?

JA

Löschst du regelmäßig deine Chronik/Browser-Historie?

JA

Folgst du in sozialen Netzwerken auch Personen, die andere Meinungen als du vertreten?

JA

Konfrontierst du dich auch offline oft mit fremden Meinungen?

JA

Hast du bei Facebook den Haken bei „angemeldet bleiben“ gesetzt, sodass du dich nicht mehr einloggen musst?

JA

Browst du regelmäßig im Inkognito-Modus über ein privates Fenster?

JA

Benutzt du Anti-Tracking-Add-Ons für deinen Browser wie Ghostery?

JA

Leerst du regelmäßig deinen Cache?

JA

Benutzt du außer Google weitere Suchmaschinen wie DuckDuckGo oder Unbubble?

JA

Hast du dein Google-Webprotokoll abgeschaltet?

JA

Löschst du regelmäßig Cookies?

JA

Ist die „do-not-track“-Option in deinem Browser aktiviert?

JA

Hast du die personalisierte Werbung in deinem Google-Konto abgeschaltet?

JA

Hast du bei Facebook deine Interessen und Vorlieben deaktiviert, nach denen Facebook für dich trackt?

JA

Beziehst du Nachrichten und Weltneuigkeiten von Facebook und Co.?

JA

Prüfst du deine Nachrichtenquellen?

JA

Benutzt du auch die zweite Google-Ergebnis-Seite?

NEIN

Surfst du oft mit Google-Anmeldung durchs Netz?

NEIN

Sind deine Standortdienste aktiviert?

NEIN

Deaktivierst du deine Standortdienste am Smartphone unter den Einstellungen?

JA

Beziehst du Nachrichten und Weltneuigkeiten von Facebook und Co.?

NEIN

Prüfst du deine Nachrichtenquellen?

NEIN

Facebook schneidet deinen Feed persönlich auf dich zu. Hast du dich schonmal gefragt, warum in deinem Feed immer die gleichen Freunde auftauchen?

Bleib offen für Neues, auch was Musik angeht. Das Radio und Forgotify bieten eine Alternative zu Spotify oder YouTube, wo nach Klicks sortiert wird.

Entferne bei Facebook den Haken bei „angemeldet bleiben“ – sonst folgt dir Facebook auch, wenn du die Seite nicht geöffnet hast.

Hier löschst du deine Browser-Chronik:
Strg+Shift+Entf (Windows)
Cmd+Shift+Entf (Mac)

Hier surfst du anonym:
Strg+Shift+p (Windows)
Cmd+Shift+p (Mac)
(Chrome: n statt p)

Schalte dein Google-Webprotokoll ab – über google.de/history

Browser-Add-Ons wie Ghostery zeigen dir Tracker an und ermöglichen es, diese zu blockieren. www.ghostery.com

Cache = Zwischenspeicher. Man sollte ihn regelmäßig leeren unter:
Strg+Shift+Entf (Windows)
Cmd+Shift+Entf (Mac)

Teile Websites mit, deine Aktivitäten nicht zu verfolgen: Browser-Menü, Einstellungen, Datenschutz, „do not track“ aktivieren

Wenn du in deinem Google-Konto angemeldet bist, erscheint rechts oben ein Bild von dir oder ein blaues Männchen. Logge dich aus!

Über google.com/ads/preferences kannst du deine personalisierte Werbung abschalten.

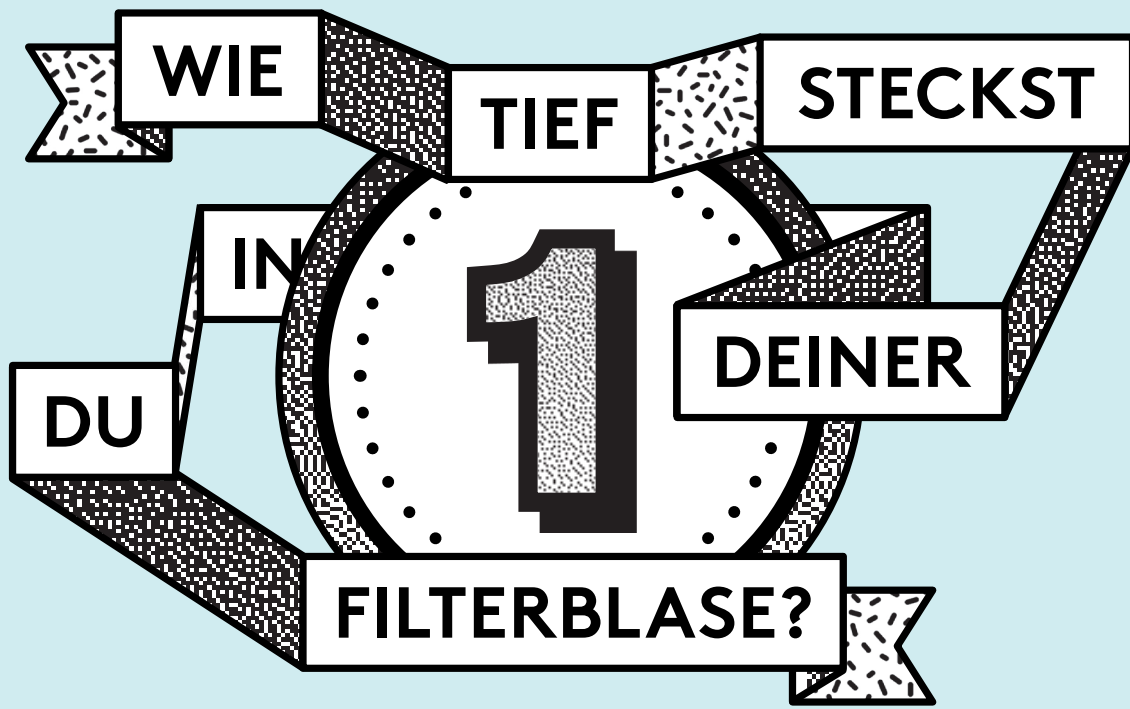
Google speichert deine Informationen und legt von jedem User ein Tracking-Profil an, nach dem es Informationen filtert.

Unter facebook.com/ads/preferences/ deaktivierst du Interessen!

Verändere dein Klickverhalten! Klick ab und zu Links zuerst an, die du normalerweise nicht benutzen würdest. Verwende auch die zweite Google-Seite bei deiner Suche!

Deaktiviere deine Standortdienste am Smartphone unter den Einstellungen!

Wenn du Nachrichten von Social Media Kanälen beziehst, solltest du immer die Quellen prüfen!



WIE

TIEF

STECKST

IN

DU

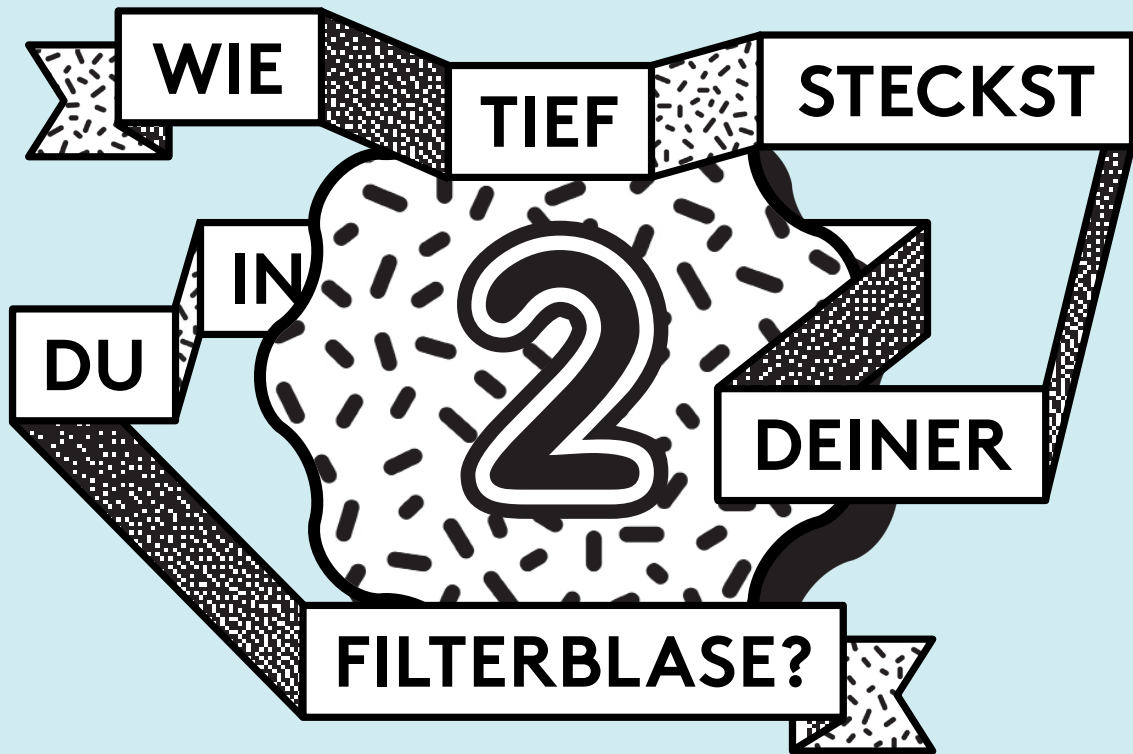
DEINER

FILTERBLASE?

SIE PLATZT!

Glückwunsch! Deine Filterblase könnte bald platzen. Du machst schon alles richtig. Vielleicht kannst du aber noch mehr tun. Nutze folgende Handlungsanweisungen, um weitere Maßnahmen gegen deine Filterblase zu ergreifen:

- 1** Nutze Forgotify als Alternative zu Spotify oder YouTube – dort findest du auch Musik, die sonst keiner hört und nicht nach Klick-Quantität sortiert wird!
- 2** Im Inkognito-Modus deines Browsers surfst du anonym. So öffnest du ein privates Fenster:
→ Strg+Shift+p (Windows)
→ Cmd+Shift+p (Mac)
Verwende für den Chrome-Browser n statt p!
- 3** Cookies sind kleine Dateien, die von einer Website auf deinem Rechner oder Mobilgerät gespeichert werden und Informationen wie persönliche Seiteneinstellungen enthalten. Hier löschst du sie:
→ Strg+Shift+Entf (Windows)
→ Cmd+Shift+Entf (Mac)
- 4** Browser-Add-Ons wie Ghostery zeigen dir Tracker an und ermöglichen es, diese zu blockieren. Download unter:
www.ghostery.com
- 5** Unter www.facebook.com/ads/preferences/edit kannst du Interessen und Vorlieben löschen, nach denen Facebook dich trackt!
- 6** Hier kannst du Websites mitteilen, deine Aktivitäten nicht zu verfolgen:
→ Browser-Menü
→ Einstellungen
→ Datenschutz
→ „do not track“ aktivieren
- 7** Der Cache ist der Pufferspeicher eines Computers, wie ein temporäres Download-Archiv. Wenn man seine Spuren im Browser verwischen will, sollte man regelmäßig den Cache leeren unter:
→ Strg+Shift+Entf (Windows)
→ Cmd+Shift+Entf (Mac)
- 8** In deinem Google-Webprotokoll werden deine Suchverläufe von Google gespeichert. Hier kannst du es abschalten:
www.google.de/history
- 9** Unter www.google.com/ads/preferences kannst du deine personalisierte Werbung abschalten.
- 10** Wenn deine Standortdienste aktiviert sind, weiß Google immer wo du bist. Am Smartphone kannst du die Standortdienste unter den Einstellungen ausschalten.



WIE

TIEF

STECKST

IN

DU

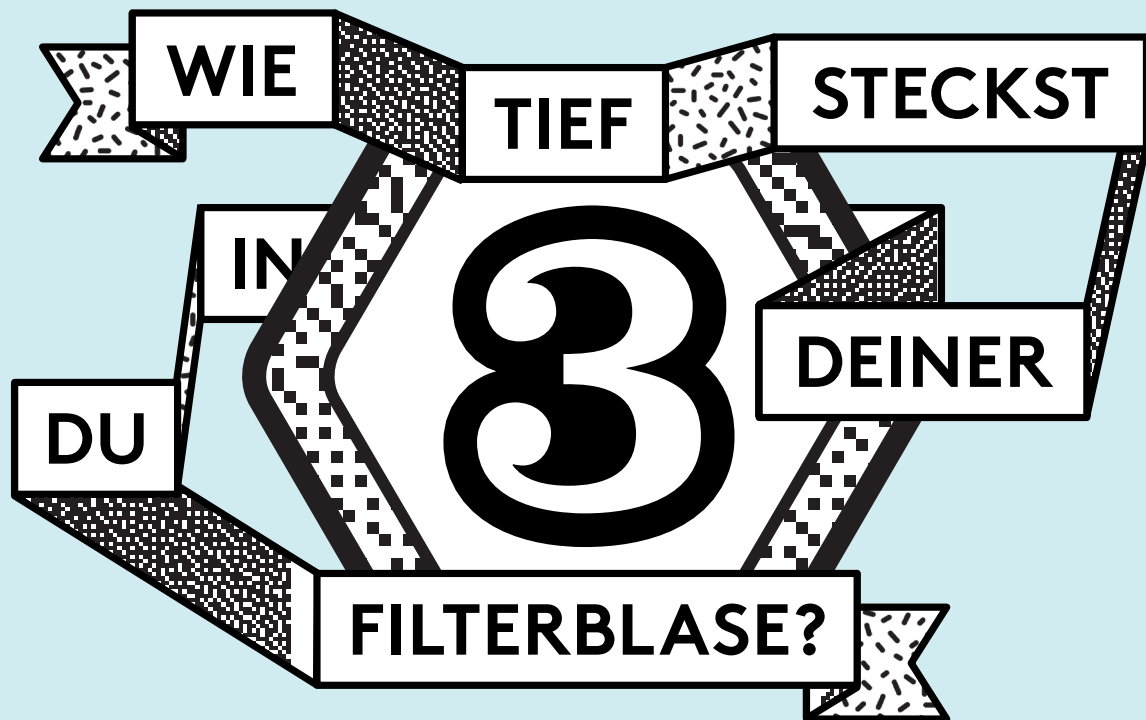
DEINER

FILTERBLASE?

DA GEHT NOCH WAS!

Du steckst noch in der Filterblase fest, allerdings versuchst du schon mithilfe einiger Mittel deine Blase zum Platzen zu bringen. Weiter so! Nutze folgende Handlungsanweisungen, um weitere Maßnahmen gegen die Filterblase zu ergreifen:

- 1** Nutze **Forgotify** als Alternative zu Spotify oder YouTube – dort findest du auch Musik, die sonst keiner hört und nicht nach Klick-Quantität sortiert wird!
- 2** Im **Inkognito-Modus** deines Browsers surfst du anonym. So öffnest du ein privates Fenster:
→ Strg+Shift+p (Windows)
→ Cmd+Shift+p (Mac)
Verwende für den Chrome-Browser **n** statt **p**!
- 3** Der **Cache** ist der Pufferspeicher eines Computers, wie ein temporäres Download-Archiv. Wenn man seine Spuren im Browser verwischen will, sollte man regelmäßig den Cache leeren unter:
→ Strg+Shift+Entf (Windows)
→ Cmd+Shift+Entf (Mac)
- 4** **Browser-Add-Ons** wie Ghostery zeigen dir **Tracker** an und ermöglichen es, diese zu blockieren. Download unter:
www.ghostery.com
- 5** In deinem **Google-Webprotokoll** werden deine Suchverläufe von Google gespeichert. Hier kannst du es abschalten:
www.google.de/history!
- 6** Hier kannst du **Websites** mitteilen, deine Aktivitäten nicht zu verfolgen:
→ Browser-Menü
→ Einstellungen
→ Datenschutz
→ „do not track“ aktivieren
- 7** Unter www.google.com/ads/preferences kannst du deine personalisierte Werbung abschalten.
- 8** Sei offen – auch offline! Konfrontiere dich mit fremden Meinungen!
- 9** Facebook schneidet deinen Feed persönlich auf dich zu. Benutze auch andere soziale Netzwerke wie Twitter oder Instagram!
- 10** Entferne bei Facebook den Haken bei „angemeldet bleiben“ – sonst folgt dir Facebook auch, wenn du die Facebook-Seite nicht geöffnet hast.
- 11** Benutze auch die zweite **Google-Ergebnis-Seite** und klicke ab und zu Links als erstes an, die du normalerweise nicht benutzt.



WIE

TIEF

STECKST

IN

DU

DEINER

FILTERBLASE?

DU STECKST FEST!

Du steckst tief in deiner Filterblase. Dadurch hast du keinen Zugriff mehr auf alle Informationen im Netz, da diverse Algorithmen personalisiert Informationen filtern. Nutze folgende Handlungsanweisungen, um deine Filterblase zum Platzen zu bringen:

- 1 Unter www.facebook.com/ads/preferences/edit kannst du Interessen und Vorlieben löschen, nach denen Facebook dich trackt!
- 2 Wenn deine Standortdienste aktiviert sind, weiß Google immer wo du bist. Am Smartphone kannst du die Standortdienste unter den Einstellungen ausschalten.
- 3 Cookies sind kleine Dateien, die von einer Website auf deinem Rechner oder Mobilgerät gespeichert werden und Informationen wie persönliche Seiteneinstellungen enthalten. Hier löschst du sie:
→ Strg+Shift+Entf (Windows)
→ Cmd+Shift+Entf (Mac)
- 4 Wenn du in deinem Google-Konto angemeldet bist, erscheint rechts oben ein Bild von dir oder ein blaues Männchen. Logge dich aus, damit Google deinen Verlauf nicht speichert!
- 5 Benutze auch die zweite Google-Ergebnis-Seite und klicke ab und zu Links als erstes an, die du normalerweise nicht benutzt.
- 6 Google speichert deine Informationen und legt von jedem User ein Tracking-Profil an. Benutze nach Möglichkeit auch andere Suchmaschinen wie DuckDuckGo oder Unbubble!
- 7 Unter www.google.com/ads/preferences kannst du deine personalisierte Werbung abschalten.
- 8 Sei offen – auch offline! Konfrontiere dich mit fremden Meinungen!
- 9 Im Inkognito-Modus deines Browsers surfst du anonym:
→ Strg+Shift+p (Windows)
→ Cmd+Shift+p (Mac)
Verwende für den Chrome-Browser n statt p!
- 10 Benutze auch andere Plattformen, um Nachrichten zu beziehen. Lies die Zeitung! Glaube nicht alles blind und bild dir deine eigene Meinung!
- 11 Wenn du Nachrichten von Social Media Kanälen beziehst, solltest du immer die Quellen prüfen! Oftmals handelt es sich um Falschmeldungen.

FILTERBUBBLES
–
WIE
MASSENMEDIEN
UNSERE
GESELLSCHAFT
BESTIMMEN

Ein Vergleich von
früher und heute

INHALT

EINLEITUNG **04 – 07**

FILTERBUBBLE **08 – 23**

WAS IST DAS? 10

MECHANISMEN 14

Wirtschaftlich 14

Persönlich 16

Gesellschaftlich 19

KRITIK 21

Vertiefung

Lisa Jasch

Matrikelnummer

8040

Wintersemester 2016/17

Master Editorial Design

Betreuung

Jens Wunderling

Patrick Kochlik

Gastprofessur Informationsdesign

VERGLEICH **24 – 33**

THEORIEN MALETZKES 26

MASSEN MEDIEN DAMALS UND HEUTE 28

FAZIT **34 – 37**

QUELLEN **38 – 41**

LITERATURQUELLEN 40

INTERNETQUELLEN 40

ABBILDUNGEN 41

WAS IST DAS?

Der Begriff der Filterbubble wurde erstmals von dem amerikanischen Polit-Aktivisten, Rechts- und Politikwissenschaftler Eli Pariser in seinem gleichnamigen Buch von 2011 erwähnt. Darin kritisiert er die weitverbreitete Illusion des World Wide Web sowie die Filtermethoden, die zur unbemerkten Personalisierung des Internets führen.

Filterbubbles, zu deutsch Filterblasen, sind Informationsblasen, die durch die Personalisierung des Internets entstehen. Sogenannte Tracker verfolgen online algorithmisch die Daten und Informationen, die ein Benutzer im Web hinterlässt. Anhand der gewonnenen Daten werden Profile erstellt, mithilfe derer über bestimmte Algorithmen (Gatekeeper) personalisierte Informationen zur Verfügung gestellt werden. Die Folge ist die permanente Spiegelung der eigenen Interessen über das Netz sowie die Isolation gegenüber Informationen, die nicht der eigenen Meinung entsprechen, und die Verengung der Weltsicht.

Google und andere Internetriesen treiben diese Entwicklung voran. Als Google am 4.12.2009 eine unscheinbare Nachricht auf dem Google-Firmenblog postete, wurde die Ära der Personalisierung eingeleitet. Jedoch nahm kaum einer diese bedeutungsschwere Nachricht zur Kenntnis. Google würde nun anhand von 57 Signalen Vermutungen darüber anstellen, welche Seiten uns interessieren. Von jedem Google-Nutzer wird also ein persönliches Profil erstellt, mithilfe dessen auf uns zugeschnittene Suchergebnisse geliefert werden. Die Annahme, dass jeder die selben Suchergebnisse bei gleicher Sucheingabe bekommt, ist seit 2009 endgültig widerlegt. Der Schein der Transparenz und des

offenen Zugriffs auf Informationen zu Beginn des Internets ist damit vorüber. Pariser schreibt hierzu: „Was einmal ein anonymes Medium war, in dem jeder jeder sein konnte [...], ist zu einem Werkzeug geworden, mit dem man unsere persönlichen Daten abfragt und analysiert.“¹ Daraus lässt sich schließen: Je mehr Infos du gibst, desto enger deine eigene Filterblase! Je mehr Infos du gibst, desto enger die Sicht! Je mehr Infos du gibst, desto weniger Infos bekommst du! Je mehr Infos du gibst, desto identischer die gewonnenen Infos zu deinen eigenen Sichtweisen! Aus diesen Ableitungen ergibt sich die Entstehung von Filterblasen (siehe Abb. 1).

Die Grundlage der Entstehung von Filterbubbles bildet das Tracking, also die Nutzerverfolgung im Internet. Tracker verfolgen und analysieren mithilfe von Algorithmen dein Online-Verhalten, um dann das Internet für dich zu personalisieren. Es werden individuelle Profile erstellt, die es ermöglichen, auf User zugeschnittene Werbung einzublenden. Die User wissen meistens nicht, dass sie getrackt werden oder welche Informationen getrackt werden. Ihre Daten sind in Umlauf, ohne zu wissen, welchen Umfang diese haben und was mit ihnen passiert. Ziel des Trackings ist meist das genauere Erfassen von Zielgruppen für Produktplatzierungen, um so mehr Gewinn zu machen – die Kommerzialisierung des Internets. Diese Mechanismen tragen maßgeblich zur Entstehung von Filterblasen bei.

1 Pariser, Eli: Filter Bubble – Wie wir im Internet entmündigt werden. Karl Hanser Verlag München. 2012. S. 14

MECHANISMEN

WIRTSCHAFTLICH

Wirtschaftlich gesehen bringt die Entwicklung von Filterblasen im Grunde genommen Profit. Dabei sind sich die kommerziellen Internetriesen der Gefahren für die Gesellschaft jedoch meist nicht bewusst oder ignorieren diese gekonnt. Der Antrieb der Personalisierung und damit der Entstehung der Filterbubbles ist der Datengewinn. Unsere Daten sind damit unser kostbarstes Gut. „Der Wettlauf darum, so viel wie möglich über Sie zu erfahren, ist für Internetgiganten wie Google, Facebook, Apple und Microsoft zur wichtigsten Schlacht unserer Zeit geworden.“², meint Pariser. „Als Geschäftsstrategie ist das Konzept der Internetgiganten denkbar einfach: Je personalisierter die angebotenen Informationen sind, desto mehr Werbung können sie verkaufen und desto wahrscheinlicher ist es, dass Sie die angebotenen Produkte kaufen.“³ Die Vorgehensweisen dabei sind in *Abb. 2* dargestellt.

2 Pariser, Eli: Filter Bubble – Wie wir im Internet entmündigt werden. Karl Hanser Verlag München. 2012. S. 14

3 Ebd., S. 15

Data Companies oder Tracking-Dienste wie Google Analytics erfassen unsere Daten im Netz, zum Beispiel anhand von Daten aus der Vergangenheit wie Standorte Klickverhalten oder Suchhistorie. Diese gewonnenen Daten werden dann genutzt, um gezielt Werbung zu platzieren und damit unser Kaufverhalten zu beeinflussen. Daraus entstand auch das sogenannte Clickbaiting: Inhalte im World Wide Web werden mit einem Clickbait (dt. *Klickköder*) angepriesen. Sie dienen dem Zweck, höhere Zugriffszahlen und damit unter anderem mehr Werbeeinnahmen durch Internetwerbung oder eine größere Markenbekannt-

heit zu erzielen. So entsteht ein komplett neues Geschäftsmodell, bei dem Unternehmen (zum Beispiel *Axiom*) Daten suchen, Profile erstellen und dann an Werbende verkaufen. Die auf uns zugeschnittene platzierte Werbung funktioniert dann wie ein Filter. Uns werden nur bestimmte Genres bei Amazon, nur bestimmte Kleidung bei Asos und Co., nur bestimmte Filme bei Netflix vorgeschlagen. Damit nehmen sie Einfluss auf unsere Wahrnehmung. Pariser schreibt hierzu treffend: „Die Algorithmen, die unsere Werbeanzeigen arrangieren, beginnen auch unser Leben zu arrangieren.“⁴

4 Ebd., S. 17

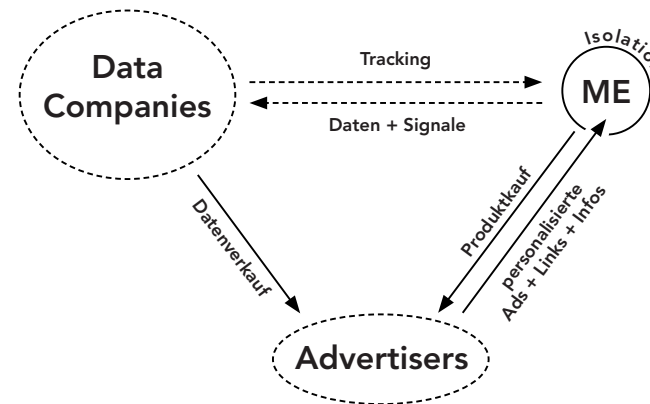


Abb. 2 Individual Targeting

PERSÖNLICH

Die Folgen der Personalisierung des Internets sind so komplex, dass man diese zum jetzigen Zeitpunkt wohl noch nicht erfassen kann. Eli Pariser geht davon aus, dass sich diese Entwicklung negativ in Form von isolierten Filterblasen, kleinen persönlichen Informationsuniversen, auf uns auswirkt: „Der Grundcode des neuen Internets ist recht simpel. Die neue Generation der Internetfilter schaut sich an, was sie zu mögen scheinen – wie Sie im Netz aktiv waren oder welche Dinge oder Menschen Ihnen gefallen – und zieht entsprechende Rückschlüsse. Prognosemaschinen entwerfen und verfeinern pausenlos eine Theorie zu ihrer Persönlichkeit und sagen voraus, was Sie als Nächstes tun und wollen. Zusammen erschaffen diese Maschinen ein ganz eigenes Informationsuniversum für jeden von uns – das, was ich die Filterbubble nenne – und verändern so auf fundamentale Weise, wie wir an Ideen und Informationen gelangen.“⁵

5 Ebd., S. 17

Der Vorwurf der Perspektivverschiebung und Verzerrung der Sichtweise auf die Welt ist natürlich kein neuer. Auch wenn wir Zeitung lesen oder Fernsehen, bevorzugen wir eben die Sender, die uns interessieren und unsere Meinung vertreten. Auch Pariser ist sich dessen bewusst, jedoch sieht er bei den Filterbubbles noch ganz andere Gefahren: „Zuerst einmal sitzen wir allein in unserer Filterbubble.“⁶ Jedem von uns wird ein ganz eigenes Persönlichkeitsprofil zugewiesen. Bei Zeitung oder Fernsehen werden mehrere Zuschauer mit dem selben Bezugsrahmen angesprochen. „Zweitens ist die Filterbubble unsichtbar.“⁷ Uns ist nicht genau bekannt, nach welchen Gesichtspunkten

6 Ebd., S. 17

7 Ebd., S. 18

im Netz gefiltert wird oder wie unser von Algorithmen erstelltes Profil aussieht. In welcher Filterblase sitzen wir eigentlich? Bei Zeitung und Fernsehen sind uns deren politische Standpunkte bekannt und wir konsumieren bewusst gefilterte Informationen. Im Internet sieht dies jedoch anders aus. „Da man die Kriterien, mit denen Websites Informationen filtern, nicht selbst festgelegt hat, hält man die Informationen, die in die Filterbubble gelangen, für neutral, objektiv und wahr.“⁸ Genau hier liegt die Gefahr von Filterblasen. Das Urteilsvermögen wird geschwächt; eine Reflektion findet kaum mehr statt. „Sich selbst überlassene Personalisierungsfiler dienen einer Art unsichtbaren Auto-propaganda, die uns mit unseren eigenen Vorstellungen indoktriniert, unser Verlangen nach uns bekannten Dingen steigert und uns die Gefahren vergessen lässt, die im Bereich des Unbekannten lauern.“⁹, schreibt Pariser. Die zugespitzte Folge dessen ist die Isolation in unsere eigenen Ich-Sphären. Wir entwickeln ein virtuelles Spiegel-Ich, das unsere Meinung und Interessen permanent zurückwirft (siehe Abb.3) und neue Informationen wegfiltert.

8 Ebd., S. 18

9 Ebd., S. 22

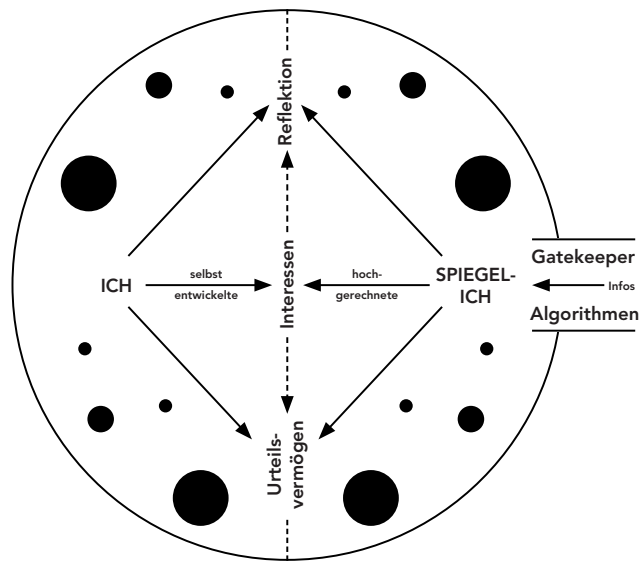
Der *Echokammer-Effekt* ähnelt diesem Prinzip und beschreibt, wie es durch den verstärkten virtuellen Umgang mit Gleichgesinnten in sozialen Netzwerken zu einer Verengung der Weltsicht kommt. Und auch der Erfinder von HTML und Begründer des World Wide Web Tim Berners-Lee, auf den sich Pariser oft in seinem Buch bezieht, äußerte 2010 Bedenken und verwies auf den *Hotel-California-Effekt* bei sozialen Netzwerken im Internet: Je mehr man eingibt, desto mehr ist man eingeschlossen und an die Informationen innerhalb einer spezifischen Website gebunden. Ein Beispiel hierfür ist Facebook, wo man seinen Account nie wirklich löschen, jedoch immer wieder reaktivieren kann.

10 Vgl.: Berners-Lee, Tim in Bosker, Bianca: Tim Berners-Lee: Facebook Threatens Web, Beware. Unter: http://www.huffingtonpost.com/2010/11/22/tim-berners-lee-facebook-threat-_n_786855.html (abgerufen am 21.12.2016)

11 Pariser, Eli: Filter Bubble – Wie wir im Internet entmündigt werden. Karl Hanser Verlag München. 2012. S. 23

Es entstehen abgeschlossene „Betonbunker“ und es besteht das Risiko der Fragmentierung des World Wide Web, meint Tim Berners-Lee.¹⁰ Dies ist auch Eli Parisers Befürchtung. Er schreibt hierzu: „Eine Welt, die nur aus Bekanntem besteht, ist eine Welt, in der man nichts mehr lernen kann.“¹¹

Abb. 3
Isolation in der Filterblase



GESELLSCHAFTLICH

Im Rückblick auf das Jahr 2016 könnte man meinen, dass Eli Parisers Thesen Realität geworden sind. In Hinblick auf die Ergebnisse der Brexit-Wahlen, den Sieg Trumps im Wahlkampf um die Präsidentschaft der USA oder die Flüchtlingsdebatte scheinen sich Parisers Befürchtungen zu bewahrheiten. „Wir erhalten nur noch Nachrichten, die zu unseren angestammten Überzeugungen passen, abweichende Standpunkte gehen an uns vorbei. Und weil wir nicht wissen, welche Informationen gefiltert sind, merken wir es nicht einmal.“¹² Und dies hat deutlich sichtbar folgenschwere Auswirkungen auf unsere Gesellschaft und unser aller Leben.

Inwieweit die Ergebnisse von Wahlen durch Filterblasen beeinflusst wurden, ist statistisch nicht erfasst und lässt sich nicht festmachen. Allerdings gibt es Statistiken zur Nutzung diverser Social-Media-Plattformen: 2014 waren in Deutschland *PromiFlash*, *Bild* und *der Postillon* die beliebtesten News/Media-Seiten auf Facebook.¹³ Diese unseriösen Seiten überhaupt als News/Media-Seiten zu bezeichnen, ist höchst fragwürdig. *Der Postillon* ist ein Satire-Online-Magazin, das in den FAQs der Website selbst von sich schreibt: „[...] alles, was im Postillon steht, ist Satire und somit dreist zusammengelogen. Alle auftauchenden Charaktere sind fiktional, Ähnlichkeiten mit lebenden Personen sind rein zufällig. Das sollte eigentlich offensichtlich sein, obwohl zahlreiche Kommentare darauf hinweisen, dass vieles hier für bare Münze genommen wird.“¹⁴ Dass manche Menschen ihre Nachrichten von einem solchen Format beziehen, zeigt wie weit die Filter-

12 Pariser, Eli: Filter Bubble – Wie wir im Internet entmündigt werden. Karl Hanser Verlag München. 2012. Klappentext

13 Vgl.: Hutter, Thomas: Demographische Daten Deutschland. Unter: <http://www.thomashutter.com/index.php/2014/05/facebook-neue-insights-zur-nutzung-von-facebook-in-deutschland/> (abgerufen am 22.12.2016)

14 <http://www.der-postillon.com/p/faq.html> (abgerufen am 22.12.2016)

bubble schon in gesellschaftliche Prozesse eingreifen kann. Wer den Wahrheitsgehalt seiner Online-Nachrichten nicht prüft, glaubt blind den verbreiteten Falschmeldungen, die im Netz kursieren.

Erschreckend ist auch das Ergebnis einer Umfrage von 2016 zur Nutzung von Facebook als Informationsquelle für aktuelle politische Themen in Deutschland: Rund 57 Prozent der befragten Facebook-Nutzer gaben an, dass sie sich über persönliche Meinungen von Freunden auf Facebook über politische Themen informieren.¹⁵ Wenn wir also schon zu faul sind, uns selbst eine Meinung zu bilden, dann stellt sich doch die Frage, ob wir unmündig geworden sind? Wenn man diese Statistiken liest, wundern die Wahlergebnisse von 2016 keinen mehr. Vor allem Trump hat seinen Präsidentschaftssieg zum Teil auch den Filterbubbles zu verdanken. 44 Prozent aller Amerikaner beziehen laut einer PEW-Studie ihre Nachrichten von der von Facebook persönlich angezeigten Timeline.¹⁶ Vor allem auf Facebook verbreiten sich Falschinformationen rasant und tragen zur verschobenen Meinungsbildung der Menschen bei. Damit ist der Einfluss von Filterbubbles auf die Gesellschaft enorm. Vor allem wie wir Nachrichten konsumieren hat sich geändert. Dabei ist ein Bewusstsein für den kritischen Umgang mit der Informationsbeschaffung im Netz noch immer nicht geschaffen. Seit Parisers Buch von 2011 scheint sich da noch nicht viel verändert zu haben, denn er schreibt: „Weil aber die Filterbubble unsere Wahrnehmung dessen verzerrt, was wichtig, wahr und wirklich ist, ist es so wichtig, sie sichtbar zu machen.“¹⁷ Transparenz und Aufklärung sind die Schlüsselbegriffe im personalisierten, digitalen Zeitalter.

15 <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/507695/umfrage/facebook-als-informationsquelle-fuer-aktuelle-politische-themen-in-deutschland/> (abgerufen am 22.12.2016)

16 Breitegger, Benjamin: Wenn die Propaganda siegt. Unter: <http://www.zeit.de/digital/internet/2016-11/facebook-donald-trump-mark-zuckerberg-wahlsieg-falschmeldungen> (abgerufen am 22.12.2016)

17 Pariser, Eli: Filter Bubble – Wie wir im Internet entmündigt werden. Karl Hanser Verlag München. 2012. S. 28

KRITIK

Es gibt einige Kritiker zu Parisers Konzept der Filterbubble. Das wohl stärkste Argument ist jenes, dass dieses Phänomen keineswegs neu ist oder nur online auftritt. Auch offline filtern wir permanent unsere Umwelt und konfrontieren uns selten mit Menschen, die nicht zu uns passen oder andere politische Ansichten und Meinungen vertreten. Das ist im Grunde genommen auch ein Stück weit ganz normal. *Soziale Homophilie* nennen Wissenschaftler dieses Verhalten: Wir mögen das, was uns ähnlich ist und begeben uns damit in unsere eigenen analogen Filterblasen.¹⁸ Außerdem stellt sich die Frage, welche Alternative es zu den Filtern geben sollte. Wir brauchen die Filter, um nicht am Informationsüberfluss zu ersticken. Somit haben die Filter durchaus auch Vorteile für uns.

Die Kommunikationswissenschaftlerin Saskia Sell beschreibt in ihrem Vortrag der von Wikimedia initiierten Veranstaltung im Rahmen der Diskussionsreihe *Digitale Kompetenzen* mit René König, dass eine Gesellschaft, in der alle Bürgerinnen und Bürger die gesamte Bandbreite an (relevanten) Informationen gleichsam wahrnehmen, unvoreingenommen und offen für konträre Positionen sind und sich an für die Gesellschaft relevanten Prozessen und öffentlichen Diskursen beteiligen, zwar der wünschenswerte Idealzustand sei, aber nicht der Realität entspreche.¹⁹ Sie plädiert daher für mehr Durchlässigkeit und Transparenz. Allerdings sieht auch Pariser die Abschaffung der Filter nicht als Alternative. Auch er wünscht sich mehr Aufklärung unter den Nutzern und ein Eingreifen der Regierung, sodass die großen Internet-

18 Koch, Christoph: Raus aus der Blase – der Filter-Bubble-Effekt. Unter: <https://www.xovi.de/2016/06/raus-aus-der-blase-der-filter-bubble-effekt/> (abgerufen am 22.12.2016)

19 Schwarzkopf, Christopher: Filtersouveränität statt Filterdiktat. Unter: <http://blog.wikimedia.de/2014/11/07/filtersouveraenitaet-statt-filterdiktat/> (abgerufen am 22.12.2016)

konzerne nicht machen können, was sie wollen, ohne es verständlich zu kommunizieren.

Der Autor Christoph Kappes beschäftigt sich seit 1993 mit dem Internet und schreibt zum Phänomen der Filterbubble: „Nun gab es allerdings vor dem Internet in den herkömmlichen Medien Informationsprozesse, die als ‚Filter‘ fungieren. Aus der Vielzahl von Ereignissen und möglichen Meinungen wählt eine Redaktion nur einen sehr geringen Teil aus – das gilt für Printmedien, Radio oder Fernsehen. Dies dient nicht nur eher handwerklich-praktischen Zwecken wie der Vermeidung von Fehlern und Wiederholungen oder der Portionierung in konsumierbare Einheiten, sondern auch der optimalen Gewichtung und ‚Bouquet‘-Bildung für die Zielgruppe.“²⁰ Auch er ist der Meinung, dass die Befürchtungen Parisers übertrieben sind, da der Mensch selbst online wie offline filtert. Er hält die Filterbubble-Aussagen von Pariser für eine Aussage aus einer Fehlerperspektive. Kappes schreibt: „Viel allgemeiner und im Geiste Luhmanns gesagt: Mitteilung ist Selektion aus den Möglichkeiten des Mitteilbaren, und Verstehen ist Selektion aus den Möglichkeiten des Verstehbaren. Aus dieser ‚Selektion der Selektion‘ wird auch klar, warum die ‚Filter Bubble‘ nicht die bedrohliche Ausnahme, sondern Normalität ist.“²¹ Kappes geht also davon aus, dass wir unsere eigenen Filterblasen schon immer gebaut haben, er spricht von unserem *Offline-Kokon*. Er spitzt seinen Gedanken zu und meint, das Internet bietet Vielfalt, Variabilität und Zufallsfunde. Somit wirke es sogar den eigenen Filtermechanismen entgegen.²² Wo Kappes allerdings mitgeht, ist die Tatsache, dass die Online-Filter neutral sein müssen, sowie vom Nutzer bestimmt werden sollten: „Vergiftete Brunnen im Ökosystem der Nachrichtenströme, fehlerhafte Rohre, verstopfte

20 Kappes, Christoph: Warum die Gefahren der Filter Bubble überschätzt werden. Texte zur Digitalisierung. Version 1.0. 2012. Unter: http://christophkappes.de/wp-content/uploads/downloads/2012/06/TZD_Kappes-Christoph_Filter-Bubble.pdf, S. 3

21 Ebd., S. 3

22 Ebd., S. 5

Hebwerke und andere Formen der Informationsverschmutzung sind eine größere Bedrohung als Filterprobleme, weil sie direkt in die Meinungsbildung eingreifen und zu Schwingungen führen können, die das gegenseitige Vertrauen und auch das politische System schädigen. Es gab und gibt keine Alternative zum Filtern, doch sollten Filter inhaltsneutral sein oder, wo sie es nicht sind, dem Nutzer ihre Selektionskriterien zugänglich machen. Das gilt für die alte Welt nicht minder als für die schöne neue.“²³

23 Ebd., S. 8

Die Perspektiven auf die Massenmedien der alten Welt werde ich im Folgenden anhand der Gedanken des deutschen Kommunikationswissenschaftlers und Psychologen Gerhard Maletzke weiter beleuchten und im Weiteren mit den Aussagen Parisers als Sinnbild für die Massenmedien der neuen Welt des digitalen Zeitalters vergleichen.