

Filterblase

Der Begriff „Filterblase“ geht auf Eli Pariser zurück, welcher den Begriff in seinem Buch „Filter Bubble – Wie wir im Internet entmündigt werden“ (2011) geprägt hat. Eine Filterblase bezeichnet ein von Computern erschaffenes, eigenes Informationsuniversum. Es wird angenommen, dass Filterblasen durch den Einfluss von Maschinen und Algorithmen basierend auf vorhandenen Nutzerinformationen, beispielsweise Suchverlauf und Klickverhalten, erfolgt.

Was ist eine Filterblase?

„Der Begriff der Filterblase (auch Informationsblase) kommt aus der digitalen Welt und beschreibt das Phänomen, dass Webseiten und Plattformen mit Hilfe entsprechender Algorithmen den Einzelnen nur oder hauptsächlich Informationen und Meinungen einblenden, die mit den bisherigen Ansichten und Interessen weitgehend übereinstimmen“ (Redaktion Digitalwiki, 2017, Absatz 1). Diese Definition verdeutlicht, dass die bisherige verkürzte Sprechweise über das Informationsuniversum aussagt, dass jeder Einzelne lediglich Informationen und Meinungen als Ergebnisse erhält, die seine bisherigen Ansichten stützen. Mithin könnte die Filterblase auch als „Effekt der Vorsortierung von Online-Inhalten durch Software auf Basis des Surfverhaltens und weiterer Merkmale wie Ort oder verwendetes Endgerät“ (Fromme,

2016, S. 19) definiert werden. Das wiederum führt dazu „im Internet bevorzugt Suchergebnisse zu erhalten, die aufgrund persönlicher Neigungen zum eigenen Weltbild passen“ (Fromme, 2016, S. 19). Dieser Effekt durch das Anzeigen von kompatiblen Meinungen führt möglicherweise zu einer Isolation gegenüber anderen Informationen und konträren Standpunkten. Dies führt dazu, dass der Begriff der Filterblase in aktuellen Diskussionen häufig negativ konnotiert ist.

So wirken Filterblasen

Bei der Filterblase handelt es sich um eine Individualisierung beziehungsweise Personalisierung von Online-Inhalten, die dazu führt, hauptsächlich kompatible Meinungen und Informationen zu erhalten, wobei diese Filterung von anzuzeigenden Nachrichten auf Interessen und Meinungen des Nutzers beruht. Tracker verfolgen online algorithmisch die Daten und Informationen, die ein User im Internet hinterlässt. Anhand der dadurch gewonnenen Daten werden Profile erstellt, mithilfe derer über bestimmte Algorithmen personalisierte Informationen zur Verfügung gestellt werden.

Diese Algorithmen fungieren wie sogenannte Gatekeeper. Ein Phänomen, dass besonders aus der Nachrichtenforschung bekannt ist. „Ein Gatekeeper (Pförtner, Torwächter, Informationsregulator) entscheidet darüber, welche Informationen zu den Zuschauern bzw. Nutzern durchgelassen werden und welche nicht“ (bpb, 2022, Absatz 1).

Ihre Funktion ist also aus der Fülle täglicher Ereignisse die wichtigsten auszuwählen und dem Publikum zu präsentieren. Im positiven Sinne führt dies zur Qualitätssicherung, da journalistische Qualitätsstandards, beispielsweise Unabhängigkeit und Ausgewogenheit der Berichterstattung, eher gewährleistet werden. Es kann jedoch auch negative Auswirkungen geben, die das Publikum stark einschränken. Das ist insbesondere in Diktaturen in Form von Vorzensuren präsent (bpb, 2022, Absatz 2). Vor allem bei Onlinemedien kann nicht vorausgesetzt werden, dass Inhalte zuvor auf ihre Richtigkeit geprüft wurden.

Die Grundlage der Entstehung von Filterblasen bildet das Tracking, als die Nutzerverfolgung im Internet. Tracke verfolgen und analysieren mittels spezieller Algorithmen dein Online-Verhalten, um dann das Internet bzw. die Suchergebnisse für dich zu personalisieren. Das ermöglicht auch, dass dir „personalisierte“ Werbung ausgespielt wird. Problematisch ist das Tracking aus dem Grund, dass viele User gar nicht wissen, dass sie getrackt werden und welche Informationen getrackt werden. Für Werbetreibende ist, dass jedoch eine Möglichkeit durch gezielte Produktplatzierungen mehr Gewinn zu machen. Sie profitieren von der Kommerzialisierung des Internets (Pariser, 2012, S. 14).

All das, und vor allem der Einsatz von Algorithmen trägt maßgeblich zur Entstehung von Filterblasen bei.

Diese Mechanismen stecken hinter der Filterblase

Hinter einer Filterblase stecken verschiedene Mechanismen. Diese sind in der Regel wirtschaftlich, persönlich oder gesellschaftlich ausgerichtet.

Vereinfacht betrachtet bringt die Entwicklung von Filterblasen Profit. Der Antrieb der Personalisierung und damit der Entstehung von Filterbubbles ist der Datengewinn, denn diese sind ein kostbares Gut. Pariser (2012) betont, dass eine starke Personalisierung angebotener Informationen eher dazu führt, dass die angebotenen Produkte gekauft werden (S. 14).

Durch Tracking-Dienste wie Google Analytics werden die Nutzerdaten anhand vergangener Daten zu Standort, Klickverhalten oder Suchhistorie erfasst und zur gezielten Platzierung von Werbeanzeigen weiterverwendet.

Auf diese Weise entstand zudem auch das sogenannte Clickbaiting: Inhalte im Web werden durch Clickbait (Klickköder) hervorgehoben. Das führt im Idealfall zur Erhöhung von Reichweite, die wiederum Markenbekanntheit und folglich auch höheren Einnahmen bewirkt. „Die Algorithmen, die unsere Werbeanzeigen arrangiere, beginnen auch unser Leben zu arrangieren“ (Pariser, 2012, S. 17). Das Phänomen Filterblase beeinflusst in allem, was wir tun: welchen Film wir ansehen, welche Kleidung wir als nächstes kaufen. Es nimmt Einfluss auf unsere Wahrnehmung.

Die Folgen sind komplex

Die Folgen der Personalisierung sind komplex. So komplex, dass es schwierig ist, diese vollständig zu erfassen. Filterblasen sind unsichtbar. Wir wissen nicht, in welcher wir sitzen. Anders als bei Zeitung und Fernsehen, wo wir bewusst gefilterte Informationen konsumieren, haben wir unsere Kriterien bei der Wahl von Onlinemedien nicht selbst festgelegt. Das kann zu der Schlussfolgerung, dass angezeigte Informationen neutral, objektiv und wahr sind. Doch genau hier liegt die Gefahr von Filterblasen. Das Urteilsvermögen wird geschwächt, eine Reflektion findet kaum noch statt. Pariser (2012) betrachtet dies als besonders kritisch, denn „sich selbst überlassene Personalisierungsfilter dienen einer Art unsichtbaren Autopropaganda, 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“ (S. 22). Das kann zu einer Isolation auf persönlicher Ebene führen. Diese führt wiederum dazu, dass neue Informationen „weggefiltert“ werden und uns unsere Meinung und Interessen permanent als Spiegel vorgehalten werden (S. 22).

Hier kommt schließlich die Echokammer zum Einsatz. Der Echokammer-Effekt ähnelt der Filterblase und beschreibt, wie es durch den verstärkten virtuellen Umgang mit Gleichgesinnten in sozialen Netzwerken zu einer Verengung der Weltsicht kommt.

Echokammer

Die sogenannte „Echokammer“ ist ein mit dem Konstrukt „Filterblase“ verwandtes Konzept. Das Wort stammt ursprünglich aus dem Bereich der Akustik. Laut Duden (2022) ist eine Echokammer ein „den Hall verstärkender Raum in einem Tonstudio“ (Duden, 2022), wobei diese Verstärkung des Halls auf Kommunikationsprozesse übertragen wurde.

Das ist eine Echokammer

Hilscher (ohne Jahr) definiert die Echokammer als „metaphorische Beschreibung einer Situation, in der Überzeugungen durch Kommunikation und Wiederholung innerhalb eines geschlossenen Systems vertieft oder gefestigt werden“ (ohne Jahr). Duden (2022) ergänzt zudem die Definition im Bereich der EDV. Demnach handle es sich bei einer Echokammer um einen „[einer Filterblase ähnlicher] überwiegender oder ausschließlicher [virtueller] Kontakt mit Gleichgesinnten und deren Auffassungen, insbesondere in sozialen Netzwerken“ (Duden, 2022). Dieser Umgang mit Gleichgesinnten führt zu einer gegenseitigen Verstärkung der eigenen Position (Berger, 2015) unabhängig von der Faktenlage. Das wiederum könne zu Bestätigungsfehlern führen (Meyer, 2017).

Wie sich Echokammer und Filterblase gegenseitig verstärken

Auch, wenn die Begriffe Echokammer und Filterblase häufig synonym verwendet werden, lassen sich Unterschiede zwischen den Konstrukten erkennen. Die Filterblase fokussiert sich besonders auf die Filterung von Informationen mit Hilfe von Algorithmen, weshalb dem bestimmten Nutzer in sozialen Netzwerken beispielsweise Inhalte, wie Posts „von der anderen Seite“ nicht angezeigt werden. Dem gegenüber steht die Echokammer, bei der die Kommunikation mit Gleichgesinnten im Vordergrund steht. Beide Effekte treten zeitgleich auf, wenngleich sie sich auf unterschiedliche Aspekte beziehen. So können Filterblasen als Verstärker für Echokammer-Effekte fungieren und andersrum verstärkt die Echokammer die Filterblasen.

Literaturverzeichnis

- Berger, J. (2015). Willkommen in der Echokammer – Politische Debatten in Zeiten des Internet. Abgerufen von: <https://www.nachdenkseiten.de/?p=28235>
- bpb. (2022). einfach POLITIK: Lexikon Filterblase. Bonn. Abgerufen von: <https://www.bpb.de/kurz-knapp/lexika/lexikon-in-einfacher-sprache/303050/filterblase/>
- Duden (2022). Filterblase.
- Duden (2022). Echokammer.
- Fromm, J. (2016). Digitalisierung des Öffentlichen. Berlin: Kompetenzzentrum Öffentliche IT.
- Meyer, C. (2017). Gleich und gleich: In der Echokammer hat man viele Freunde. Abgerufen von: <https://www.christianhmeyer.de/gleich-und-gleich-in-der-echokammer-hat-man-viele-freunde/>
- Pariser, E. (2012). Filter Bubble – Wie wir im Internet entmündigt werden. München: Karl Hanser Verlag.
- Redaktion Digitalwiki. (2017). Filterblase.