Filter Bubble – Konzept, Auswirkungen und wie man ausbrechen kann

**Abstract.** Tag für Tag werden wir mit personalisierten Webinhalten, ob durch Social Media Platformen, News Websiten oder Suchmaschinen, konfrontiert. Begriffe wie Filter Bubble oder Information Cocoon kursieren durch das Web. Aber was genau steckt dahinter? Welche Auswirkungen und Folgen bringen diese mit sich? Gibt es Grund zur Sorge und vor allem - gibt es einen Ausweg? In dieser Seminararbeit beschäftigen wir uns genau mit diesen Themen.

1. Einleitung

Vor dem Zeitalter der digitalen Medien veröffentlichten traditionelle Medien, wie Zeitung, Fernsehen und Radio, jeder Person genau die gleichen Informationen. Heute jedoch können zwei verschiedene Personen zur selben Zeit dasselbe (digitale) Medium öffnen und erhalten dennoch unterschiedliche Informationen. Daher sprechen wir heute von personalisierten Inhalten. Nun stellt sich natürlich die Frage, ist dies ein wünschenswerter Zustand oder nicht? E. Pariser drückt in seinem Buch „The filter bubble: What the Internet is hiding from you“ seine Bedenken aus:

„Personalised content and services could limit the diversity of media content people are exposed to and thus have an adverse effect on the democratic discourse, open-mindness and a healthy public sphere“ [2]

Laut dieser Aussage sollten wir uns ernsthafte Sorgen um das Phänomen der Filter Bubble machen. Die Auswirkungen sind demzufolge immens. Jedoch kommen z.B.

Borgesius et. al (2016) zu folgendem Schluss:

„.. at present, there is no empirical evidence that warrants any strong worries about filter bubbles… however, if personalisation technology improves, and personalised news content becomes people´s main information source, problems for our democracy could indeed arise…“ [1]

Hierbei wird davon ausgegangen, dass die Mehrheit der Menschen, trotz wachsender Bedeutung von digitalen Medien, traditionelle Medien als Hauptinformationsquelle verwenden. Dennoch könnte sich die Lage in der Zukunft verschärfen.

Man sieht, die Frage ob es Grund zur Besorgnis gibt ist bei weitem nicht so leicht zu beantworten wie man vielleicht glauben mag. Daher werden wir uns in dieser Arbeit hauptsächlich auf das Bewusstseinsschaffen konzentrieren und in diesem Zuge die Begriffe Selbstselektion (self-selected personalisation) und Fremdselektion (pre-selected personalisation) erläutern, mögliche Auswirkungen aufzeigen und schließlich Wege vorschlagen um einer nicht gewollten Personalisierung entgegenzuwirken.

2. Was ist die Filter Bubble?

Unter dem Begriff Filter Bubble versteht man den Zustand der Isolation eines Benutzers gegenüber Informationen, welche nicht seinem Standpunkt entsprechen. E. Pariser beschreibt diesen Zustand wie folgt: „… a unique universe of information for each of us.“ [2]. Dieser Zustand oder dieses Universum entsteht wie bereits erwähnt durch die Personalisierung von Inhalten. Man unterscheidet zwei Arten von Personalisierung: self-selected personalisation und pre-selected personalisation. [1]

2.1 Selbstselektion

Hierbei geht es um die bewusste Selektion von Informationen. Die meisten Newsplattformen bieten die Möglichkeit Themengebiete festzulegen, für die sich ein Nutzer besonders interessiert. Auf Social Media Plattformen können Nutzer dies mittels verschiedenen Mechanismen erreichen. Menschen tendieren dazu Informationen auszuwählen, welche ihre eigene Meinung unterstützen und Informationen zu vermeiden welche ihre Meinung in Frage stellen. Dieses Phänomen wird auch als „selective exposure“ bzw. „selective avoidance“ bezeichnet. [3]

2.2 Fremdselektion

Als Fremdselektion oder pre-selected personalisation bezeichnet man die automatische Selektion von Informationen durch Algorithmen auf Websiten, Suchmaschinen und anderen digitalen Informationsquellen. Dies geschieht meist ohne Bewusstsein des Nutzers. Im engeren Sinne spricht man bei dieser Art der Personalisierung erst von er Filter Bubble. Viele Menschen befinden bereits in der Blase ohne es zu wissen. [1]

Beide Arten der Personalisierung können negative Auswirkungen auf die Meinungsbildung der Nutzer haben. Wobei die besorgniserregendere wohl die Fremdselektion darstellt. Im Folgendem werden nun mögliche Aspekte aufgezeigt.

3. Auswirkungen

[1] Zuiderveen Borgesius, F. & Trilling, D. & Möller, J. &Bodó, B & de Vreese, C & Helberger, N. (2016). Should we worry about filter bubbles?. Internet Policy Review, 5(1). DOI: 10.12763/2016.1.401

[2] Pariser, E. (2011). The filter bubble: What the Internet is hiding from you. New York, NY: Penguin.

[3] Stroud, N.J. (2010). Polarization and partisan selective exposure. Journal of Communication, 60(3), 556-576