

Raus aus der Blase

Auf Facebook, Twitter oder Instagram folgen wir Menschen, die ähnlich ticken wie wir. Aber auch im echten Leben haben wir Freunde, die unsere Einstellungen teilen. Wie **BEFREIEND** es sein kann, aus realen wie digitalen Echokammern auszubrechen, erklären zwei Psychologinnen mit Social-Media-Schwerpunkt.

von KARIN LEHNER



Die Expertinnen

Prof.ⁱⁿ Dr.ⁱⁿ Anna Schneider lehrt an der deutschen Hochschule Trier Wirtschaftspsychologie.

Dr.ⁱⁿ Hannah Metzler forscht als Psychologin am Wiener Complexity Science Hub zu Falschinformation und Polarisierung.



KRIEGE IN DER UKRAINE und in Israel, Wirtschaftsflaute oder die Folgen des Klimawandels: Die Auswirkungen der Krisen unserer Zeit sind im realen wie im digitalen Leben spürbar – ein Blick auf die ehemalige Plattform Twitter (jetzt X) kostet Überwindung. Denn hier gehen Unterstützer*innen einer Seite auf vermeintliche Kontrahent*innen los: Menschen im Stau auf dem Weg zur Arbeit beschimpfen beispielsweise festklebende Umweltschützer*innen. Die Empörung über „die anderen“ wird in Sekundenschnelle in die eigene Blase gezwitschert und mit Applaus in Form von Likes belohnt. Der Austausch von Argumenten, ein offener Dialog und das Verständnis für die Gegenseite bleiben auf der Strecke.

So paradox das klingt: In der grenzenlosen Freiheit des World Wide Web scheinen viele User*innen Gefangene ihrer Filterblasen zu sein – des elitären Clubs Gleichgesinnter. Als Folge ziehen sie im Rudel in den Kampf gegen Andersdenkende: laut, überzeugt und unnachgiebig. Wer die eigene Meinung nicht teilt, wird blockiert. Wohin das führen kann, weiß der us-Amerikaner Eli Pariser. Er ist Erfinder des Bubble-Begriffs, Sachbuchautor („Filter Bubble: Wie wir im Internet entmündigt werden“) und warnt vor selbstgewählter Einigelung: Wer Gegenpositionen von Bekannten oder Medien

ausblendet, lande in sogenannten Echokammern. Diese verstärken die eigene Meinung, bestärken Vorurteile und filtern alles heraus, was das eigene Selbst- und Weltbild stört. Darunter leiden Selbstreflexion (Bin ich auf dem richtigen Weg?) und Problemlösungskompetenz: Wie meistern wir das gemeinsam? Schließlich entstehen Wege beim (Aufeinanderzu-)Gehen.

Ego-Booster: Serotonin per Klick

Hinter der Gruppendynamik steckt das zutiefst menschliche Bedürfnis, sich um des lieben Friedens willen mit ähnlich tickenden Menschen zu umgeben. Auf Social Media wie in der Realität suchen Menschen aktiv nach geistesverwandten Freund*innen und Partner*innen. Niemand wählt einen Ehemann oder eine Ehefrau mit konträren Ansichten – das endet im Streit. Anna Schneider, Professorin für Wirtschaftspsychologie an der deutschen Hochschule Trier, macht für dieses Phänomen das Bedürfnis nach sozialem Anschluss verantwortlich. Auch der „Confirmation Bias“, der sogenannte „Bestätigungsfehler“, spiele eine Rolle: „Wir suchen nach Bestätigung und Unterstützung. Und die gibt es eher von Menschen mit ähnlichen Einstellungen und Meinungen, also aus der eigenen Blase.“ Applaus kommt in Form persönlicher Komplimente im Alltag wie digital: durch Likes, Herzen oder zustimmende Online- →

Spirit & Soul

73

PSYCHOLOGIE



Blieben wir lieber in unserer Bubble oder versuchen wir, uns auch mit anderen Positionen ernsthaft auseinanderzusetzen?

WOMAN BALANCE

Wege aus der Blase – so geht's!

Online

- 1 Sich der Filter und Algorithmen bewusst werden und es ihnen so schwer wie möglich machen.
- 2 Nicht jedem Gleichgesinnten folgen und nicht alle Postings der eigenen Bubble liken. Denn Plattformen analysieren, was wir liken, und tragen mithilfe von Algorithmen zu Filterblasen bei.
- 3 Bewusst Accounts folgen, die Themen aus verschiedenen Blickwinkeln beleuchten – und die eigene Meinung reflektieren.
- 4 Die Einstellungen des Facebook-Kontos überprüfen, Personalisierungen wegnehmen und plötzlich andere Beiträge sehen.
- 5 Den Inkognito-Modus im Browser und den Log-out-Button bei Online-Konten nutzen.

Offline

- 1 Zeitungen und Magazine abseits der eigenen Einstellung abonnieren.
- 2 Sachliteratur zum Thema lesen, wie etwa „Breaking the Social Media Prism“ von Christopher Bail.
- 3 Persönliche Beziehungen anstelle von Social-Media-Kontakten suchen.
- 4 Den konstruktiven Diskurs suchen und Beschimpfungen – mit uns selbst sind wir milder als mit anderen – vermeiden („Was für ein Dummkopf!“).
- 5 Die Motive anderer Menschen verstehen lernen, sie aber nicht zu überzeugen versuchen.
- 6 Interessiert zuhören, sich bewusst machen: Nichts ist schwarz-weiß, es gibt viele Graustufen.

Kommentare. Balsam für die gestresste Seele, ein Ego-Booster und die Aktivierung des Belohnungszentrums im Gehirn – es reagiert mit der Ausschüttung des Glückshormons Serotonin. Und will ständig mehr – ein Teufelskreis.

Alle fühlten sich abgeholt: Bubble-King Donald Trump

Ein Übermaß des Botenstoffs wurde auch Donald Trump zuteil – Großmeister in puncto Meinungsmache in der Echokammer. Vor seinem Sieg in der US-Präsidentenwahl glaubten nicht viele an ihn. Im Gegenteil: In sozialen Netzwerken ergossen sich monatelang Hohn und Spott über den Milliardär, Skandal folgte auf Skandal, vermeintlich repräsentative Wählerumfragen räumten dem Republikaner bestenfalls Außenseiterchancen ein. Doch am Ende Trumps Triumph. Wie konnte das passieren? Das Geheimnis waren maßgeschneiderte Social-Media-Häppchen für völlig unterschiedliche Zielgruppen: Arbeitslose, Landbewohner*innen und Wirtschaftstreibende – sie alle hörten, was sie hören wollten, und fühlten sich abgeholt. Sein wichtigster Wahlhelfer war ein geschickter Kampagnen-Algorithmus, der völlig konträre Blasen perfekt bespielte. Das ermöglichte die passgenaue Sortierung von Beiträgen in den Feeds von User*innen. Google und Facebook erfanden die Filter jedoch nicht für Radikalisierung, sondern für personalisierte Werbung – sie scheffeln damit Millionen. Laut Wirtschaftspsychologin Schneider sind die Details algorithmischer Entscheidungsfindungen aber häufig intransparent: „Wie sie genau funktionieren, ist ein Geschäftsgeheimnis. Da die Folgen jedoch gravierend sind, braucht es dringend Regulationen und Grundregeln.“

Manchmal sind algorithmengetriebene Filter-Bubbles sogar vorausschauender als Menschen aus Fleisch und Blut. Davon kann ein amerikanischer Vater – Walmart-Kunde mit persönlicher Einkaufscard für maßgeschneiderte Angebote – ein Lied singen: Er erhielt plötzlich Werbung für Pflegeprodukte für sensible Haut inklusive Gratulation zur Schwangerschaft. Seine minderjährige Tochter hatte mit der Karte verstärkt Geruchsneutrales eingekauft, wusste aber noch nicht einmal selbst von ihrem Baby. Schuld an dem Outing war der Shopping-Algorithmus.

Kulturpessimist*innen verteufeln Filter bereits als Entmündiger, bei einem Einsatz in der Politik sogar als Gefährder von Demokratien.

Auch Expertin Schneider ist skeptisch: „Algorithmen haben das Potenzial, Extrempositionen zu verstärken, insbesondere wenn der Diskurs wegbricht.“

Blasenbildung in der Realität sogar noch stärker

Hannah Metzler, Psychologin am Wiener Complexity Science Hub, sieht die Gefahr derzeit noch gering. Sie forscht gemeinsam mit dem Sozialwissenschaftler David Garcia zu Falschinformation und Polarisierung. „Aktuelle Studien zeigen: Filter-Algorithmen sind nur Verstärker bereits bestehender Meinungen. Und Menschen in Echokammern suchen selbst aktiv nach Informationen, die ihre Sichtweise bestätigen.“ Überhaupt sei die Blasenbildung in der Realität noch wesentlich stärker ausgeprägt als in sozialen Medien: „Die meisten Menschen befinden sich auf Social Media nicht in Echokammern.“ Wie eine US-Studie zeigt, betrifft das nur eine Minderheit von unter 20 Prozent. Überhaupt hätten Instagram, TikTok oder Facebook eine Messung der Echokammern erst möglich und damit sichtbar gemacht. „Im Vergleich zur analogen Zeit mit einer abonnierten Tageszeitung und einem einzigen TV-Sender haben soziale Medien sogar zur Bubble-Minimierung beigetragen. Nicht Filter und Algorithmen führen zu Konflikten, sondern die Komplexität der Welt, in der es reale Interessenkonflikte und keine einfachen Lösungen gibt.“

Pro Sekunde werden weltweit 6.000 Tweets gepostet, insgesamt 500 Millionen pro Tag. Bei der Einordnung, Bewertung und Verarbeitung der Information hilft ein fix eingebauter Filter: unser Gehirn. Es trennt ständig Relevantes von Irrelevantem: Ergibt die Aussage Sinn? Kann ich der Person vertrauen? Schon Sokrates beschrieb ein Modell der ethischen Informationsfiltertechnik. Das erste Sieb dient dabei der Wahrheit: Stimmt die Nachricht? Das zweite dem Guten: Wird Positives erzählt? Und das dritte der Notwendigkeit: Ist die Weiterverbreitung wirklich notwendig? Mit Blick auf die Social-Media-Messages müsste man wohl sehr oft verneinen.

Wie perfekt unser analoger Kopffilter filtert, erklärt Schneider anhand eines Beispiels aus dem Büroalltag: „Wenn wir Meetingräume mit schlechter Luft betreten, meldet unser Gehirn sofort: Bitte lüften! Sitzen wir aber länger in diesem Raum und konzentrieren uns auf das Gespräch mit anderen, bemerken wir die



„Wir suchen nach Bestätigung und Unterstützung. Und die gibt es eher von Menschen mit ähnlichen Meinungen, also aus der eigenen Blase.“

Prof.ⁱⁿ Dr.ⁱⁿ Anna Schneider, Wirtschaftspsychologin

verbrauchte Luft überhaupt nicht mehr.“ Bubbles sind jedoch keine Erfindung der Neuzeit: Schon der Philosoph Immanuel Kant wusste, dass die Menschheit die Welt durch einen Filter wahrnimmt. Laut Schneider werden Medien seit jeher zu Propagandazwecken eingesetzt: „Menschen haben eine freie und breite Auswahl an Information, nutzen sie aber nicht voll aus. Sie sind sich der Filtermechanismen nicht bewusst, die mitentscheiden, was sie sehen.“ Ebenso wenig des Kommunikationsungleichgewichts – seit der Digitalisierung ist jeder News-Empfänger und -Produzent zugleich. Die Folge: In Bubbles fehlt es an Balance und (journalistischer) Einordnung.

So platzt die Blase: Gefragt sind moderate Stimmen

Links gegen rechts. Jung versus Alt. Stadt kontra Land – wie gelingt der Brückenbau ins andere Lager? Die Aussöhnung zerstrittener Gruppen? Laut Metzler jedenfalls nicht durch die Auflösung von Echokammern: „Es ist sehr riskant, Menschen Informationen von außerhalb ihrer Filterblase zu zeigen, vom anderen Ende des Meinungsspektrums. Das kann zu noch stärkerer Polarisierung, Wut und Konflikten führen.“ Der bessere Weg: Haltungen herauszustreichen, bei denen sich viele einig sind, damit Überlappungen und Übereinstimmungen sichtbar werden. Nur Teamwork könne reale und digitale Grenzen überwinden: „Zusammen an gemeinsamen Zielen zu arbeiten, kann helfen, gegenseitiges Verständnis zwischen sehr unterschiedlichen Menschen aufzubauen und Konflikte abzubauen.“ Der Verständigungsprozess basiere auf moderaten Stimmen. Die sind auf Social Media wie im Alltag zwar vorhanden, doch gehört werden stets polternde Twitter-Schreihälse oder trommelnde Ring-Demonstrant*innen.

Schneider plädiert dafür, die Blasen selbst zum Platzen zu bringen – durch ein breites Medienspektrum. News vergleicht sie mit Spinat: „Kinder mögen beim ersten Mal das grüne Gemüse meist nicht. Aber je häufiger sie es vorgesetzt bekommen, desto besser schmeckt es ihnen.“ Das Gleiche gelte für die Auseinandersetzung mit Information – vor allem für automatisch weggefilterte: „Erst das Training macht Appetit darauf, sich mit anderen Positionen ernsthaft auseinanderzusetzen.“ Das Leben wird dadurch mit Sicherheit bunter. ——— **WB**