

10

DIE WISSENSCHAFTSCOMICS DER ÖAW
AKADEMICS

ÖAW
ÖSTERREICHISCHE
AKADEMIE DER
WISSENSCHAFTEN

JOHANNA MEIER

DIE ENTDECKUNG DER FILTERBLASE





Johanna Meier

alias soultrack zeichnete bereits für ihre Masterarbeit die ersten Comicstrips zu den Risiken und Nebenwirkungen von Social Media. Seitdem lässt das Thema sie nicht mehr los - auch, weil sich Arbeit und lustige Hundevideos (aus denen ihr Feed vor allem besteht) nicht immer vertragen. Weil sie das fast ein bisschen schade findet, beschäftigt sie sich weiterhin mit der Frage, inwiefern eine gesunde Nutzung von sozialen Medien überhaupt möglich ist. Heute arbeitet sie als Wissenschaftsillustratorin im Bereich Stadtentwicklung und Nachhaltigkeit. Johanna lebt in Nürnberg und Småland.

Die Story

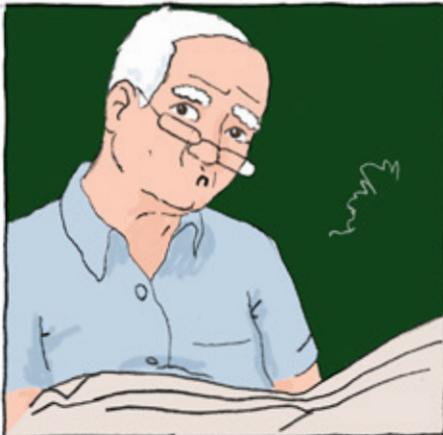
Beim Scrollen auf Social Media machen die Geschwister Juli und Mateo eine merkwürdige Entdeckung: Ihre Handys scheinen mehr über sie zu wissen, als ihnen lieb ist. Für die Nachwuchs-Umweltschützerin Juli gibt es fast nur Öko-Content, während Mateos Feed gefüllt ist mit lustigen Tiervideos. Doch warum ist das so? Wie entscheidet ein Telefon, welche Inhalte es anzeigen soll? Und was sind eigentlich Filterblasen? Der Forschergeist der Geschwister ist geweckt, und schon bald begeben sie sich auf die Jagd nach Algorithmen und Datenkraken.

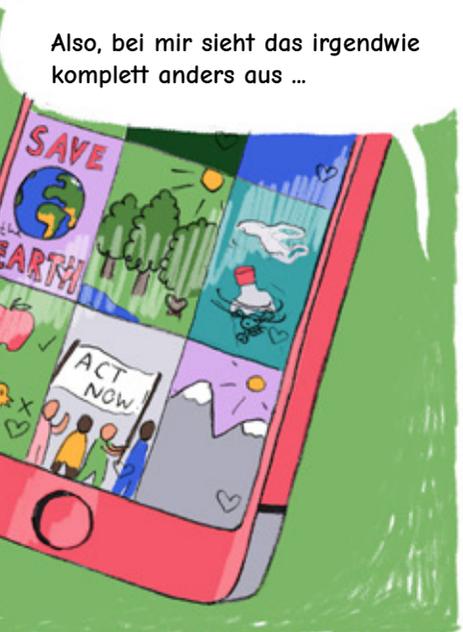
ÖAW

Wissenschaft braucht Phantasie und auch Fehler, um weiterzukommen - und kann dabei sehr vergnüglich sein. Hast du gewusst, dass Rostpilze ebenso wie Raben dazu beitragen, dass das Ökosystem im Gleichgewicht bleibt? Oder dass soziale Medien auch ohne Gehirn ganz schön schlau sind und fleißig Informationen über uns sammeln? Und weißt du, dass unsere Berge voller Leben, aber auch voller Gefahren stecken und dass wir von Gletschern noch viel lernen können? Damit und mit vielem mehr beschäftigen sich Forscherinnen und Forscher an der Österreichischen Akademie der Wissenschaften (ÖAW) an 25 Instituten. Bist du neugierig geworden? Mehr über die ÖAW erfährst du hier:

www.oeaw.ac.at

An einem schönen Frühlingstag in Opas Garten in der Nähe von Wien ...







Geh, Mateo, ich glaub, das ist ein Schmarren.
Vom Handyschauen wird man doch nicht glücklich.

Immer, wenn ich das Ding in der Hand hab, werd ich fuchsteufelswild !!!

Im Gegenteil!

Ich weiß nicht, Mateo ... Wir müssen dieser Sache auf den Grund gehen!

Juli!
Ich weiß, wen wir fragen können!



Vor ein paar Wochen war eine Wissenschaftlerin bei uns in der Schule, eine Expertin für soziale Medien und Werbung.

Sie erforscht z.B., wie Werbung für Lebensmittel Kinder und Jugendliche beeinflusst.

Leider habe ich mir nicht so viel merken können, weil ich von der ganzen Werbung sooo Hunger bekommen hab ...

Macht aber nix!
Sie hat uns nämlich diesen Flyer gegeben und gesagt, wir sollen uns melden, wenn uns der Forschergeist packt.







Stunden später ...

Du liebe Zeit, was für eine Plagerei!



Als ich in eurem Alter war, hatten wir um diese Jahreszeit noch sooo viel Schnee!



Ach, glaubst du jetzt doch an den Klimawandel?



Geh, bitte! Das liegt an der Sonne, die strahlt heuer nämlich besonders arg.

Das hab ich in so einem Artikel gelesen.



Den hat der Günther in unseren Stammtisch-Chat gepostet.

Dafür sind diese Handys ja doch ganz praktisch!



Nicht schon wieder Günther!



PLING

Dr. Zahn hat uns geantwortet - wir dürfen sie nächste Woche in der Arbeit besuchen!

Gut gemacht, Bruderherz!





Hallo,
ihr beiden! Ich bin
Dr. Zahn. Willkommen
am CMC!

WOW!



Sie
haben ja gar
keinen Labor-
kittel an?

Den brauche ich als Medienforscherin
nicht! Hier am CMC* kommen wir sogar
ohne Reagenzgläser und Bunsenbrenner
aus. Wir erforschen, wie Medien
die Gesellschaft beeinflussen, und
vergleichen dabei z.B. Vergangenheit
und Gegenwart.

* Institut für vergleichende Medien- und
Kommunikationsforschung (englisch: Institute for
Comparative Media and Communication Studies)



Grob gesagt
untersuchen
wir die Nutzung
verschiedenster
Medien, wie
Smartphones,
Internet und Social
Media – aber
auch
Zeitung,
TV und
Radio.

Das wichtigste
Werkzeug, das wir
dafür brauchen,
habt ihr auch:
nämlich den
Forschergeist!





Filterblasen existieren nicht in der analogen Welt wie Seifenblasen, sondern vor allem in den sozialen Medien. Der Autor und Aktivist Eli Pariser hat 2011 als Erster über Filterblasen geschrieben.

Aber was genau soll eine Filterblase eigentlich sein?

Gibt es sie oder gibt es sie nicht?

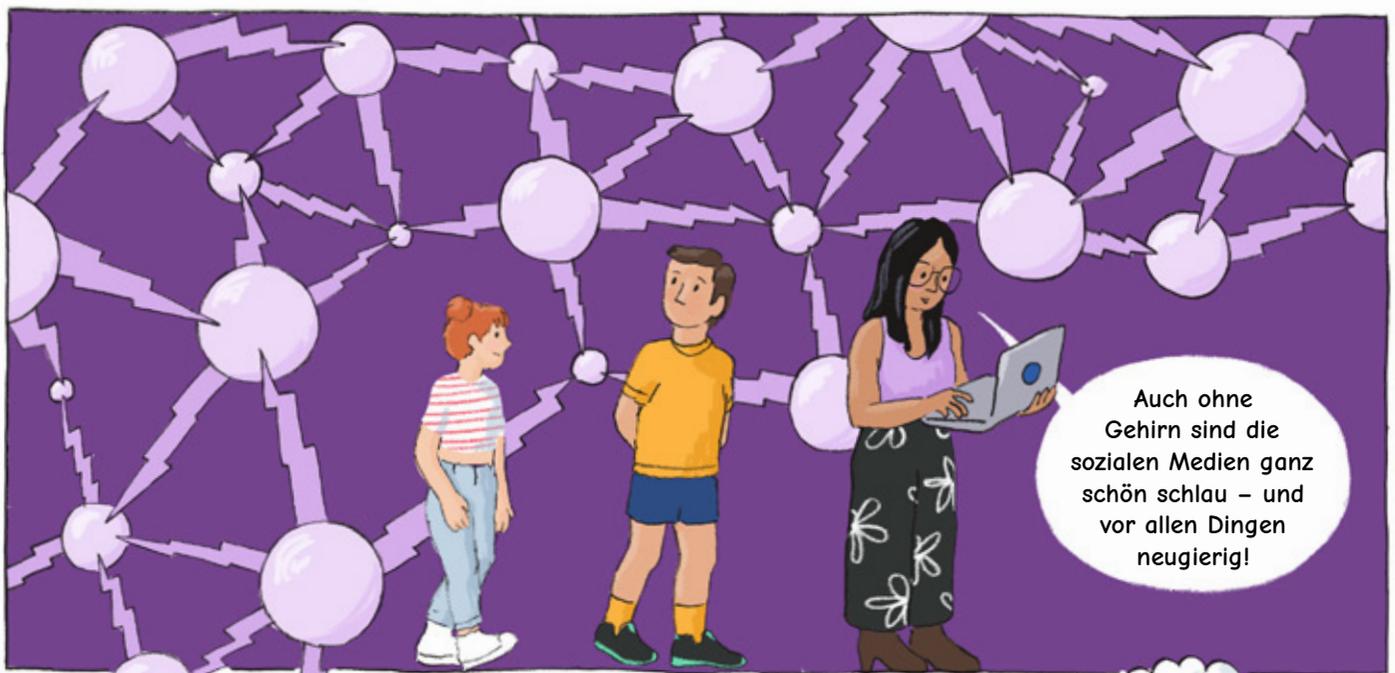


Vorstellen kannst du dir das so: Wenn du dich im Internet – oder eben auf Social Media – bewegst, bildet sich mit der Zeit deine persönliche Filterblase. Sie ist gefüllt mit Dingen, die dich interessieren und die du magst. Oder besser gesagt: mit Dingen, von denen das Netz *denkt*, dass du sie magst.



Das Netz denkt?

Geht das überhaupt, so ohne Gehirn?



Auch ohne Gehirn sind die sozialen Medien ganz schön schlau – und vor allen Dingen neugierig!



Mithilfe von speziellen Programmen – den sogenannten Algorithmen – überwachen sie genau deinen Medienkonsum. Alles wird gespeichert: deine Klicks, deine Likes, die verbrachte Zeit ...



Ein Algorithmus funktioniert wie ein Kochrezept: Er führt die einzelnen Arbeitsschritte in einer bestimmten Reihenfolge aus, um ein bestimmtes Ergebnis zu erzielen. Auf Social Media wird damit z.B. der Content für dich ausgewählt.



Und je mehr Zeit du in der App verbringst, desto besser!

Bleib doch noch ein bisschen!
Einfach weiter scrollen!
Hier, extra für dich!



Das sieht Opa aber anders ...

Eine Social-Media-App denkt leider nicht wie dein Opa.

Die App-Betreiber wollen, dass du so lange wie möglich online bist – denn in der Zeit können sie dir Werbung anzeigen. Damit verdienen sie sehr viel Geld.

In der Filterblase werden dir also perfekt auf dich abgestimmte Inhalte gezeigt, damit dir die App besonders viel Spaß macht und du länger online bleibst.



Andere Inhalte bleiben dadurch aber auf der Strecke und werden immer seltener angezeigt. So wird die Blase immer enger und kleiner.

Irgendwann kriegen manche Leute nichts mehr mit außer dem kleinen Schnipsel der Welt, der in ihre Filterblase passt.

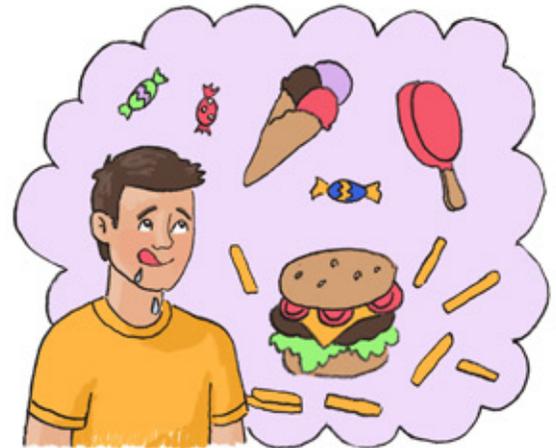


Eigentlich sollen die „sozialen Medien“ die Menschen doch näher zusammenbringen. Aber stattdessen stecken sie uns alle in einzelne Blasen?

Deshalb ist es wichtig, darüber zu sprechen und die Filterblasen zu erforschen.

Euer Forschergeist hat euch also in die richtige Richtung geführt.

Indem wir uns im „echten“ Leben mit anderen Menschen austauschen, können wir zu kleine Filterblasen einfach platzen lassen.





Und unsere Aufmerksamkeit kriegt Social Media auch noch ...

Opa meint immer, dass wir uns gar nicht mehr gescheit konzentrieren können, weil wir ständig aufs Handy schauen ...

Deine Aufmerksamkeit ist für die Betreiber von Social Media bares Geld wert!

Der Algorithmus filtert für dich den interessantesten Content heraus.

Deine Aufmerksamkeit bei verschiedenen Inhalten wird gemessen. Sie gibt den Betreibern viele Hinweise darauf, wer du bist.

Mit der Zeit können sie sehr viele persönliche Daten über dich und deine Interessen sammeln.

Diese Daten sind z.B. für Werbefirmen hochinteressant. Sie könnten außerdem in die falschen Hände geraten.



Weil die großen Social-Media-Plattformen immer weiter Daten sammeln, und das verborgen in der Tiefe der App,

nennt man sie auch

Datenkraken.

Her damit!!!

Meine Daten gehören mir!



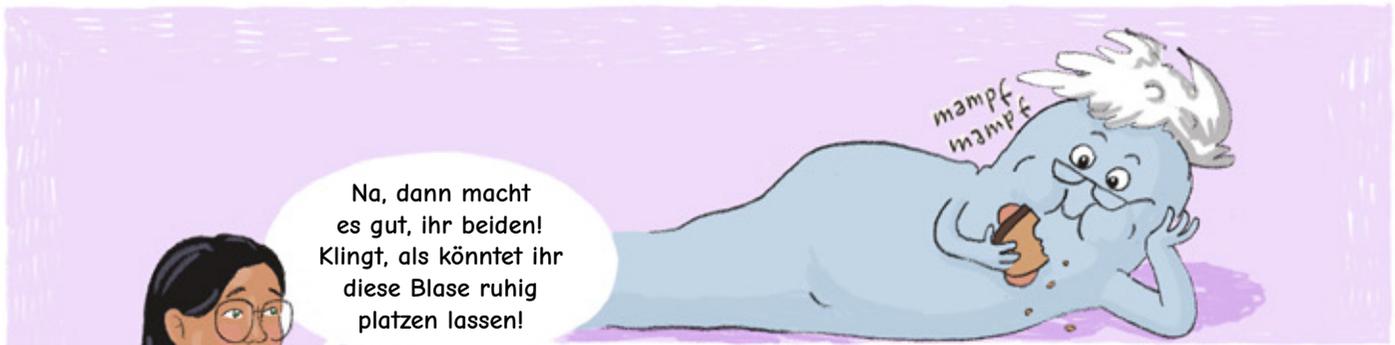
Auch das Scrollen in der App selbst erzeugt Glücksgefühle. Der Algorithmus ordnet die Inhalte so an, dass du immer weiter schauen willst. Sind einmal ein paar langweilige Videos dabei, kommt als nächstes eines, bei dem du wieder vergisst, dass du eigentlich gerade das Handy weglegen und Hausaufgaben machen wolltest.



Viele Menschen wischen sich stundenlang von Post zu Post. Es gibt sogar einen Begriff dafür: Infinite Scrolling – unendliches Scrollen.



Mateo und Juli bleiben den ganzen Nachmittag bei Dr. Zahn und ihrer Forschung. Irgendwann schwirren ihnen die Köpfe ...









Ach Opa, du darfst nicht alles glauben, was Günther sagt.

Der denkt doch auch, dass Veganer seinen Kühen das Gras wegfressen!

Aber wenn's doch da steht ...



Schau, in Chats und sozialen Medien verbreiten sich oft Fake News. Das sind absichtliche Falschmeldungen mit dem Ziel, die Leute zu verwirren oder Stimmung zu machen. Sie verbreiten sich sechsmal so schnell wie echte Nachrichten, weil Menschen wie Günther sie besonders gern weiterschicken und teilen.

Die Überschriften sind schon so formuliert, dass man gar nicht wegschauen kann. Das nennt man Clickbait, Klick-Köder.

Aber wieso sollte der Günther sowas teilen? Der will sich ja wohl kaum vor dem ganzen Stammtisch blamieren.



Vielleicht ist er schon so tief drin in seiner Filterblase, dass er gar nicht auf die Idee kommt, dass diese „Nachrichten“ nicht stimmen könnten ...

Eine gute Forschungsfrage für Dr. Zahns nächste Studie!



Ich hab's! Hier steht: Einer Studie zufolge verbrauchen manche SUVs etwas weniger als ein Kleinwagen – pro Kilogramm.

Allerdings wiegt ein SUV so viel wie zwei Kleinwagen!

Mensch, Günther!





IMPRESSUM

Herausgeber: **Präsidium der Österreichischen Akademie der Wissenschaften**
Dr. Ignaz Seipel-Platz 2, 1010 Wien, www.oeaw.ac.at, www.oeaw.ac.at/akademics

Redaktion: **Melanie Engelmayer, MA** | Lektorat: **Dr. Stefan Winterstein**
Design und Produktion: **buero8, Wien** | Druck: **Print Alliance HAV Produktions GmbH, Bad Vöslau**

Verlag der Österreichischen Akademie der Wissenschaften
Dr. Ignaz Seipel-Platz 2, 1010 Wien, <https://verlag.oeaw.ac.at>

Alle Rechte vorbehalten.
ISBN 978-3-7001-9356-2, 1. Auflage 2023
Made in Europe

DIE WISSENSCHAFTSCOMICS DER ÖAW AKADEMICS



**Besuche uns auf
oeaw.ac.at/akademiks
und erfahre mehr über die
Wissenschaft hinter
den Comics!**



VERLAG DER
ÖSTERREICHISCHEN
AKADEMIE DER
WISSENSCHAFTEN