# Das Informationsverhalten in der Filterblase – Eine explorative Untersuchung zum Informationsverhalten im Internet

## Masterarbeit von Friederike Glöß

#### **Zur Person**

BACHELORABSCHLUSS
Information und Dokumentation (B. A.)
an der Fachhochschule Potsdam

## THEMA DER BACHELORTHESIS

"Anforderungen an ein Content-Management-System für Verlag-Websites am Beispiel von Schulbuchverlagen"

## PRAKTIKA WÄHREND DES BACHELORSTUDIUMS

(1) Deutschlandradio (Berlin, 8 Wochen)in der Abteilung Dokumentation und Archive(2) Gruner + Jahr AG & Co KG (Hamburg,22 Wochen) in der Pressedokumentation

## NEBENTÄTIGKEITEN WÄHREND DES BACHELOR- UND MASTERSTUDIUMS u.a. beim Institut für Forschungsinformation und Qualitätssicherung (IFQ) (Projekt: Kompetenzzentrum Bibliometrie), bei der Cornelsen Schulverlage GmbH (Abteilung: E-Commerce, Online-Marketing) und dem Verbraucher-

zentrale Bundesverband e.V. (Team: Qualitäts-

entwicklung)



Friederike Glöß f.gloess89@gmx.de

### **Masterarbeit**

#### TITEL

Das Informationsverhalten in der Filterblase -Eine explorative Untersuchung zum Informationsverhalten im Internet

# ART DER ARBEIT qualitativ empirische Untersuchung

#### **SCHLAGWORTE**

Informationsverhalten, Inforationssuchverhalten, Filterblase, Filter Bubble, Informationsblase, Studenten, Informationswissenschaften, Internet

# BEARBEITUNGSZEIT 16. März bis 14. August 2015

# ERSTGUTACHTER Prof. Dr. Hans-Christoph Hobohm

# ZWEITGUTACHTER Prof. Dr. Stephan Büttner

## **Inhalte und Ergebnisse**

Die Masterarbeit beschäftigt sich mit der Thematik der Personalisierung im Internet, genauer mit den Auswirkungen und Folgen der Filterblase (Filter Bubble, Informationsblase). Bei dem Phänomen der Filterblase, das von dem Internetaktivisten Eli Pariser begründet wurde, werden (vornehmlich im Internet) mit Hilfe von Algorithmen individuelle Profile eines jeden Internetnutzers erstellt und auf Grundlage dieser werden dem Nutzer nur noch die Informationen angezeigt, die zu seinem Profil passen und demnach mit den bisherigen Ansichten des Nutzers übereinstimmen. Eine Folge ist, dass der Nutzer in einer sinnbildlichen Blase isoliert wird, in die keine Informationen eindringen und erscheinen, die den bisherigen Ansichten und dem bisherigen Verhaltens des Nutzers widersprechen. Eine Konsequenz daraus kann sein, dass womöglich wichtige Informationen vorenthalten werden und eine Isolation von Informationen und Wissen denkbar ist.

Die Masterarbeit nimmt diese Ausführungen von *Eli Pariser* als Grundlage und untersucht, wie sich Internetnutzer in ihrer eigenen Filterblase verhalten, inwieweit Kenntnis und ein Bewusstsein zu dieser Thematik unter den Nutzern im Internet herrscht und ob das Anbieten von personalisierten Angeboten als störend und hinderlich empfunden wird. Zudem wird eruiert, ob bei einem Bewusstsein zu der Problematik der Filterblase das Verlangen vorherrscht, diesem zu entkommen und womöglich ein Austritt aus der eigenen Filterblase von den Internetnutzern erzielt werden möchte.

Es wurde eine qualitative empirische Untersuchungen unter der Gruppe der Studenten der Informationswissenschaften vorgenommen, bei dem die Studenten zur Thematik der Flüchtlingsproblematik im Internet recherchierten, währenddessen ihre Gedanken laut äußerten und im Anschluss daran ein teilstrukturiertes Leitfadeninterview durchführten.

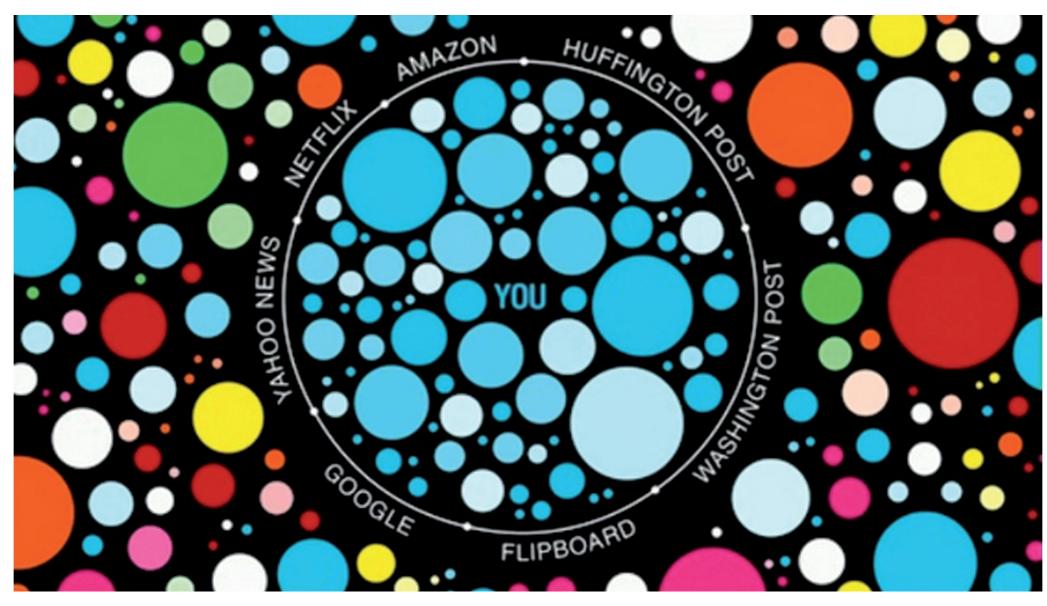
#### **FORSCHUNGSTHESEN**

Wenn Studenten der Informationswissenschaften im Internet zu einem bestimmten Thema recherchieren, dann sind sie sich dem Gefangensein in ihrer eigenen Filterblase nicht bewusst.

Studenten der Informationswissenschaften wollen <u>nicht</u> aus ihrer Filterblase austreten, um sich beim Recherchieren im Internet einen Weitblick zu einem bestimmten Thema zu verschaffen und über den Tellerrand zu schauen.

Es konnte grundsätzlich als Ergebnis festgestellt werden, dass entgegen der Annahme die Mehrheit der teilnehmenden Studenten sich dem Vorhandensein und Gefangensein einer persönlich auf sie zugeschnittenen Filterblase bewusst sind und sie auch das Verlangen besitzen aus dieser auszutreten, um sich beim Recherchieren im Internet einen Weitblick zu einem bestimmten Thema zu verschaffen und über den Tellerrand zu schauen. Jedoch konnte im Gegenzug dazu eruiert werden, dass sie anscheinend noch nicht ausreichend informiert sind und kein fundiertes Wissen darüber besitzen, wie und mit Hilfe welcher weitreichenden Maßnahmen dieses Vorhaben umgesetzt werden kann.

Es konnte außerdem festgestellt werden, dass die Filterblase das Informationsverhalten im Internet stark beeinflusst und oftmals ein reflektiertes Denken und Umgehen mit Informationen, denen man im Internet begegnet, erzielt wird. Darüber hinaus konnte eine vorherrschende Beziehung zwischen einem vorhandenen Bewusstsein zu der Problematik der Filterblase und der Identifizierung dessen als Störfaktor eruiert werden. Sobald ein Bewusstsein unter den Probanden zu der Problematik der Filterblase und der Personalisierung im Internet herrschte, wurde diese sofort als sehr störend, negativ und hinderlich empfunden.



Filter Bubble nach *Eli Pariser*Quelle: Elis Pariser: TED (02.05.2011): Beware online "filter bubbles". Video.

URL: https://www.youtube.com/watch?v=B8ofWFx525s, 4:15 Min.