Facebook experimentiert mit Emotionen der User

Vorsicht Manipulation!

VON HANSPETER HUGENTOBLER

Wer mehr positive Nachrichten von Freunden sieht, schreibt selber auch eher positive Meldungen.

Wissenschaftler manipulierten die Neuigkeiten von Hunderttausenden von Facebook-Nutzenden. Sie gewannen im umstrittenen Experiment Erkenntnisse zum Thema «emotionale Ansteckung».

Das Experiment fand im Januar 2012 statt – informiert wurde erst in diesem Sommer. Das soziale Netzwerk Facebook testete mit rund 689 000 Nutzerinnen und Nutzern, wie sich Nachrichten auf ihr Verhalten auswirken. Konkret: Bei einem Teil von ihnen wurden auf der persönlichen News-Seite mehr positive Nachrichten von Freunden angezeigt, bei anderen mehr negative Nachrichten.

Der gemessene Effekt war zwar klein, aber klar: Wer mehr positive Nachrichten auf seiner Neuigkeiten-Einstiegsseite vorfand, schrieb auch selbst mehr positive Nachrichten – und umgekehrt. Und wem sowohl emotionale positive als auch negative Meldungen von Freunden ausgeblendet wurden, der schrieb weniger eigene Beiträge. Der Spiegel folgerte: «Emotionale Ansteckung, im nicht-virtuellen Leben schon bekannt, funktioniert auch im Virtuellen, ohne direkten Kontakt. In Bezug auf Facebook bedeutet dies allerdings, dass das Netzwerk mit seinen derzeit 1,2 Milliarden Menschen durch die Manipulation des ‹Newsfeeds› Stimmungen sehr vieler Menschen beeinflussen könnte.»

Die weltweite Empörung im Netz über das Experiment war gross, hatte Facebook doch dieses Experiment gemacht, ohne um Erlaubnis zu fragen. Auch wenn das ganze Vorgehen wohl in den unüberschaubaren AGBs von Facebook abgesichert ist, protestierten Experten, dass psychologische Untersuchungen und Manipulationen von Emotionen ohne Wissen der Versuchspersonen unethisch seien.

Andererseits werden wir durch das Bekanntwerden des Experiments daran erinnert, dass Manipulationen im Internet nicht unüblich sind. Facebook beispielsweise filtert die Meldungen unserer Freunde schon seit Jahren. Natürlich dient dies auch der Eindämmung der Informationsflut. Doch Facebook hat durchaus ein Interesse, uns aus wirtschaftlichen Gründen möglichst lange auf der sozialen Plattform verweilen zu lassen. So könnten uns zum Beispiel vor allem emotionale Nachrichten von Freunden angezeigt werden. Oder es wäre sogar denkbar, dass eine Firma ein neues Produkt im Rahmen eines bezahlten positiven «Freundes-Neuigkeiten-Teppichs» bewerben könnte.

Nach welchen Kriterien Facebook die Neuigkeiten filtert, bleibt Firmengeheimnis. Doch auch andere Plattformen und Suchmaschinen schrauben an den Ergebnissen herum, die wir im Internet zu sehen bekommen. Dabei besteht die Gefahr, dass wir nur noch Inhalte sehen, die unsere Meinung bestätigen und uns ein gutes Gefühl geben. Wir tun gut daran, uns immer wieder bewusst zu machen, dass auch das, was wir im Internet sehen, immer nur ein Ausschnitt der Geschehnisse aus einem bestimmten Blickwinkel ist und nicht die Realität selbst. Die alte Lebensweisheit des Apostels Paulus mag dabei selbst im Internetzeitalter hilfreich sein: «Prüft aber alles, und das Gute behaltet.»

Medienblog

Lesen Sie weitere Beiträge zu Medienthemen in meinem Blog unter www.hanspeterhugentobler.ch