media/rep/

Repositorium für die Medienwissenschaft

MEDIENwissenschaft
Rezensionen | Reviews

Lydia Isabella Korte

Miriam Keil, Claudia Stollenwerk: Echokammer: Soziale Kommunikation unserer digitalen Gesellschaft

2022

https://doi.org/10.25969/mediarep/18919

Veröffentlichungsversion / published version
Rezension / review

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:
Korte, Lydia Isabella: Miriam Keil, Claudia Stollenwerk: Echokammer: Soziale Kommunikation unserer digitalen Gesellschaft. In: *MEDIENwissenschaft: Rezensionen | Reviews*, Jg. 39 (2022), Nr. 3, S. 311–312. DOI: https://doi.org/10.25969/mediarep/18919.

Nutzungsbedingungen:
Dieser Text wird unter einer Creative Commons - Namensnennung 3.0/ Lizenz zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu dieser Lizenz finden Sie hier:
http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/

Terms of use:
This document is made available under a creative commons - Attribution 3.0/ License. For more information see:
http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/

DFG Deutsche Forschungsgemeinschaft

Philipps Universität Marburg

Miriam Keil, Claudia Stollenwerk: Echokammer: Soziale Kommunikation unserer digitalen Gesellschaft

Marburg: Büchner 2022 (Welt | Gestalten, Bd.5), 197 S.,
ISBN 9783963172892, EUR 25,-

„Heute kommunizieren wir mehr denn je, aber es findet kein sozialer Austausch mehr statt" (Klappentext) – mit dieser provokanten These begründen die Autorinnen und Designerinnen Miriam Keil und Claudia Stollenwerk die Bildung einer Echokammer, bei der das eigene Echo multipliziert und verstärkt wird, die Resonanz aber ausbleibt. Das Buch *Echokammer* macht genau das, was es im Titel beschreibt: Es zeichnet (für Laien) eine Echokammer des Digitalen nach, die sich auf Meinungsbildung in sozialen Medien konzentriert. Durch die starken Schwarz-Weiß-Kontraste in der Gesamtgestaltung des Buchs werden oppositionelle Meinungen hervorgehoben. Die ansprechende Darstellung von Bots, Netzwerken und abstrakten gesellschaftlichen Zusammenhängen in Form von Figuren, Weltkarten und Social-Media-Posts tragen dazu bei, dass sich Laien ein Bild davon machen können, wie Meinungsbildung – wie die Schallerzeugung in der Echokammer – im World Wide Web funktioniert und wie diese darüber hinaus die Mauern der Echokammer verlässt und in tatsächliche politische Prozesse und Wahlergebnisse eingreift (z.B. Cambridge Analytica, S.76-91) und dazu verleiten, nur Schwarz-Weiß zu sehen.

Das Buch ist für kurzweilige Lektüre gestaltet durch kurze Fließtextabschnitte, die von Zitaten, Grafiken und Illustrationen abgelöst werden. Einzig die angedeuteten Netzstrukturen, die den Fließtext durchbrechen, verhindern längere Konzentrationsphasen beim Lesen. Der Text wirkt wie das, was er enthält: Er imitiert die Kurzweiligkeit eines Twitter-Posts. Schade ist, dass die Zitate, die den Fließtext strukturieren sollen, häufig aus dem Kontext gerissen wirken – wiederum wie ein Echo ihrer Verwandten auf Twitter. Immerhin werden alle Personen (wie Byung-Chul Han, Eli Pariser, Timothy Garton-Ash, Lena Frischlich, Zygmund Baumann etc.), die durch Zitate zu Wort kommen, in Infoboxen kurz vorgestellt.

Die *Echokammer* ist geprägt von ausdrucksstarken Visualisierungen zu: „Wie funktioniert Twitter?" (S.15), „Was ist ein Hashtag?" (S.14), „Wie Hashtags die Geschichte beeinflussen" (Zeitleiste, S.16f.), Personalisierung („On the Internet, nobody knows you are a dog!", S.50f.), Big Data („Anteil der Facebook-Nutzer_innen im Vergleich zur Weltbevölkerung", S.54f.; „Der große Datenmarkt", S.58f.), „Entstehung einer Echokammer bei Facebook und Google" (S.62f.), „Die tägliche Informationsflut im digitalen Raum" (S.70), Social Bots (S.92-111), Weltkarten stellen „Verbreitung sozialer Netzwerke" (S.124f.) und „Anteil der Online-Bevölkerung" dar (S.132f.) und eine Liste der „zehn Gebote der Internetkommunikation" (S.150f.). Sogar die Autorinnen werden im Anhang

abgebildet, sodass grafische Kohärenz entsteht.

Höhepunkte des Bandes sind die Interviews mit den Medienwissenschaftler_innen Josephine Schmitt, Isabel Zorn und Christian Kohls, die zum Teil einzeln, im Ausblick zudem als Gruppeninterviews gestaltet sind („Wie kann ich die eigene Filterblase verlassen?", S.160ff.). Hier haben Leser_innen die Möglichkeit die Stimmen von Expert_innen zu hören, ohne von Komplexität überrumpelt zu werden.

Der von Keil und Stollenwerk als ‚normal' dargestellte, durch digitale Medien strukturierte Tagesverlauf (im Text als weiß und schwarz hinterlegte Sprechblasen wie in einem Chatverlauf) scheint etwas übertrieben: „Um langsam wach zu werden und nicht noch einmal einzuschlafen, beende ich rasch den Flugmodus – das war es dann mit der Ruhe. Es dauert nicht lange, bis sich der Sperrbildschirm mit sämtlichen Eilmeldungen, Erinnerungen und Nachrichten füllt. Ich bin noch keine fünf Minuten wach und eine Fülle an Informationen prasselt auf mich ein. Ich fühle mich gezwungen, diesen direkt nachzugehen. Ich habe Angst, etwas zu verpassen" (S.10). Diese Form der FOMO (*fear of missing out*) könne nur bekämpft werden, indem dem Informationsdrang (=druck) nachgegeben werde: „Also checke ich meine Nachrichten bei WhatsApp, hole meine Mails ab, schaue mir an, wer meinen neuen Post auf Instagram gelikt hat, lese die letzten Kommentare zu meinem Tweet von gestern Abend, überfliege die neuen Jobangebote bei LinkedIn, kommentiere den geteilten Link auf meiner Facebook-Seite und lese, wenn dann noch Zeit bleibt, die Headlines der Eilmeldungen in der News-App. Eben ein ganz normaler Start in den Tag, topinformiert oder doch eher verwirrt?" (ebd.). Verwirrung ist das Stichwort: An die Stelle eines fokussierten und achtsamen Mediengebrauchs scheint hier Suchtverhalten zu treten.

Lesenswert sind auch Glossar, Personenregister und Quellenverzeichnis. Und obwohl im Text deutlich enger an wissenschaftlichen Quellen hätte gearbeitet werden können, bietet das innovative Buchprojekt ein hilfreiches Orientierungsmittel für diejenigen, die in einen Dialog zu ‚diesem Internet' kommen wollen: Das Buch ist eine klug gestaltete Echokammer der kritischen Stimmen zu sozialer Beeinflussung durch Meinungsbildung in sozialen Medien – ohne dabei wiederum selbst manipulativ zu sein. Die *Echokammer* ist kurzweilig, unterhaltsam, wenn auch manchmal etwas unruhig und bildet so ihr digitales Äquivalent adäquat nach.

Lydia Isabella Korte (Marburg)