

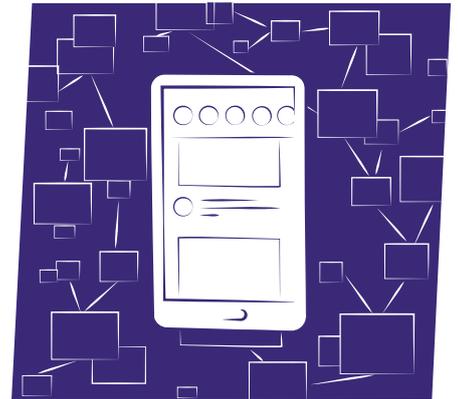
Hashtags, Likes und Newsfeed:

Wie viel KI steckt in Instagram?

Lassen dich soziale Medien auch manchmal die Zeit vergessen?

Hast du dich schon einmal dabei ertappt, wie du auf Instagram unterwegs warst und mit dem Blick auf die Uhrzeit dachtest: „Wie schnell ist die Zeit verfliegen? Instagram hat mich mal wieder komplett in eine andere Welt gezogen!“

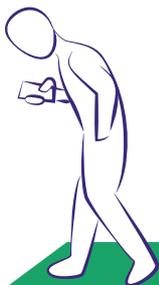
Das liegt unter anderem daran, dass die Anzeige der Inhalte in den sozialen Medien auf uns zugeschnitten ist. Das, was wir sehen, wenn wir beispielsweise unsere Instagram-App öffnen, nennt sich personalisierter Newsfeed. Der Newsfeed ist eine der zentralen Funktionen der sozialen Medien: Beim Aufrufen der App oder der Webseite werden uns Inhalte von Profilen angezeigt, denen wir folgen. Wir sehen die Inhalte in einer bestimmten Reihenfolge, die auf uns abgestimmt ist. Dazwischen sehen wir für uns ausgewählte, also personalisierte, Werbeanzeigen. Auch die Vorschläge für neue Profile, denen wir folgen könnten, sind auf uns zugeschnitten. Diese personalisierte Zusammenstellung unterschiedlicher Inhalte im Newsfeed wird mithilfe von KI-Systemen erstellt. Dafür werden unsere Daten ausgewertet.



Was sagen unsere Daten über uns aus?

Wir hinterlassen im Internet überall Spuren in Form von Daten. Beim Aufrufen von Webseiten erscheinen Anzeigen über das Sammeln von Daten, denen wir oftmals in Teilen oder vollständig zustimmen müssen, um die Webseite oder App nutzen zu können. Die gesammelten Daten werden dann zu Datenprofilen zusammengefügt. KI-Verfahren helfen dabei, unsere Datenprofile auszuwerten und mit anderen Profilen zu vergleichen, um daraus Interessen abzuleiten.

Auch Instagram nutzt KI-Verfahren, um Datenprofile über uns zusammenzustellen und Profile zu vergleichen. Unter anderem aus den Datenprofilen entsteht unser Newsfeed.



Hashtags, Likes und Newsfeed:

Wie viel KI steckt in Instagram?

28 Zusätzlich werden weitere Daten ausgewertet, zum Beispiel, welche Inhalte
 29 insgesamt viele Klicks oder Kommentare erhalten. Sie werden als bedeutsamer
 30 bewertet, weshalb wir sie im Newsfeed weiter oben angezeigt bekommen als
 31 Inhalte, die nur wenige Reaktionen erhalten. Die weiteren Daten und Kriterien,
 32 die bei diesen Auswahlverfahren eine Rolle spielen, sind unbekannt und gelten
 33 als Geschäftsgeheimnis der Anbieter:innen.

Dynamische und statische Daten

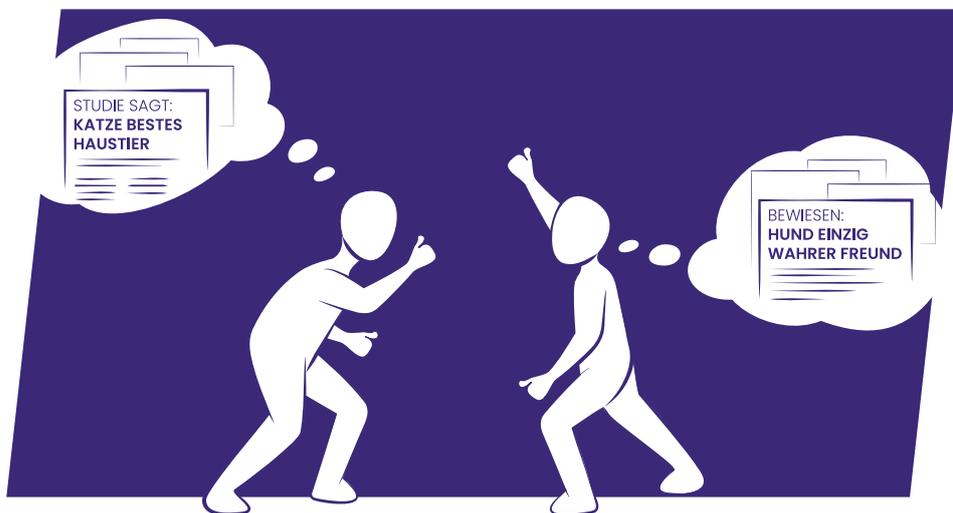
35 Datenprofile bestehen meist aus dynamischen und statischen Daten.
 36 Dynamische Daten sind solche Daten, die unser Verhalten online er-
 37 fassen. Dazu zählen beispielsweise Daten darüber, welche Inhalte wir
 38 auf Instagram mit einem Herz markieren oder welche Werbeanzeigen
 39 wir anklicken. Statische Daten beinhalten Informationen, die sich über
 40 längere Zeiträume nicht verändern oder feststehen, etwa Wohnort,
 41 Sprache oder Geburtsjahr.

Warum ist Werbung so wichtig?

42 Ein wichtiges Ziel für Anbieter:innen sozialer Medien ist, dass wir so lange wie
 43 möglich auf ihren Angeboten bleiben. Je länger wir bleiben, desto mehr Wer-
 44 beanzeigen sehen wir. Soziale Medien wie Instagram gehören zu großen Tech-
 45 Unternehmen. Sie erzielen ihre Gewinne größtenteils mithilfe von personalisier-
 46 ter Werbung. Mit den gesammelten Daten, die die KI-Software analysiert und
 47 auswertet, kann das Unternehmen gezielt Werbung in unserem Newsfeed plat-
 48 zieren: Werbung wird denjenigen gezeigt, die sich laut der Datenauswertungen
 49 am ehesten dafür interessieren. Diese Sortierverfahren basieren auf unseren
 50 Daten, die teilweise sehr persönlich sind und viel über uns preisgeben, vor
 51 allem, wenn viele Datenprofile kombiniert werden. Personen, die häufig Wer-
 52 bung für Skateboards sowie entsprechendes Zubehör anklicken und in Leipzig
 53 leben, haben möglicherweise auch Interesse an einem Skate-Trainingscamp
 54 in Leipzig. Es ist erfolgversprechender, ihnen Werbung dafür anzuzeigen, als
 55 einer Person, die in Hamburg lebt und auf Werbung für Babykleidung reagiert.
 56 Das genaue Vorgehen, wie diese Daten verarbeitet und verwertet werden, ist
 57 für uns, die Politik und die Wissenschaft weitgehend unbekannt, da die Anbie-
 58 ter:innen sozialer Medien es nicht offenlegen.
 59

Wie wirken sich Sortierverfahren aus?

Die Sortierverfahren beeinflussen demnach, welche Inhalte wir sehen und welche nicht. Das kann hilfreich sein, da wir die Informationsmassen in den sozialen Medien nicht ohne Algorithmen sortieren könnten. Es sorgt aber auch dafür, dass wir als Nutzer:innen jeweils andere Inhalte sehen und damit auch unterschiedliche Informationen erhalten. Diese Informationen wirken sich darauf aus, welche Meinung wir zu bestimmten Themen haben. Wenn wir beispielsweise nur negative Berichte über einen Musiker lesen, entwickeln wir auch eher eine negative Sicht auf ihn. Positive Berichte über den Musiker und seine Musik gibt es allerdings auch, wir bekommen sie aber nicht angezeigt. Unsere Meinungen unterscheiden sich also teilweise stark voneinander, weil wir



über soziale Medien unterschiedliche Informationen erhalten. Oft werden uns in sozialen Medien eher die Informationen angezeigt, die unserer bisherigen Meinung entsprechen. Wir bekommen deshalb seltener Inhalte zu sehen, die eine ganz andere Sichtweise wiedergeben als unsere eigene. Das kann dazu beitragen, dass sich Meinungen zu einem Thema immer stärker voneinander unterscheiden. In der Folge kann eine Person nicht mehr nachvollziehen, wie eine andere Person zu ihrer Meinung kommt. Austausch und Verständigung werden somit erschwert.