

# Soziale Medien und künstliche Intelligenz: eine alte Allianz und neue Folgen

## Social Media and Artificial Intelligence: an Old Alliance and New Consequences

John G. Haas

### Themenschwerpunkt Social Media

#### Zusammenfassung

Seit Anbeginn der sozialen Medien bedienen sich die Betreiber der Plattformen verschiedenster algorithmischer Methoden und zunehmend größerer Datenbestände, die sich im Lauf der Zeit ebenso rasant entwickelt haben wie die Anzahl der dahinterstehenden BenutzerInnen. Dieser Artikel widmet sich den Zusammenhängen und beleuchtet ausgewählte relevante Effekte des Einsatzes künstlicher Intelligenz in den sozialen Medien.

#### Abstract

Since the beginning of social media, platform operators have used a wide variety of algorithmic methods and increasingly large data sets, which have developed just as rapidly over time as the number of users behind them did. This article is dedicated to the connections and highlights selected relevant effects of the use of artificial intelligence in social media.

#### 1. Beitrag

„Künstliche Intelligenz (KI) wird zukünftig eine bahnbrechende Rolle in vielen Aspekten unseres Lebens spielen. Die Social-Media-Landschaft ist einer der Bereiche, in denen diese Auswirkungen am deutlichsten sind. Von der automatischen Inhaltsmoderation und personalisierten Empfehlungen bis hin zu den Werbeanzeigen, die wir sehen, und darüber hinaus verändert KI die Art und Weise, wie wir online interagieren und uns vernetzen.“ (Darbinyan, 2024)

#### 2. (Un)soziale Medien? Ein kurzer Rückblick

Seit Anbeginn ihres Bestehens geraten soziale Medien (engl. social media, social networking sites) in der öffentlichen Berichterstattung in die Kritik, wobei die Gründe dafür vielfältig sind und sich die Schwerpunkte über die Zeit verändern.

Standen in den ersten zehn Jahren Datenschutzverletzungen und die ungewollte Preisgabe von BenutzerInnen-daten im Vordergrund, so bestimmte ab 2014 die Manipulation angezeigter Inhalte durch Algorithmen den Diskurs. Den Höhepunkt bildete die mittlerweile berühmte Facebook-Studie, in deren Verlauf der Newsfeed von knapp 700.000 NutzerInnen zu experimentellen Zwecken manipuliert wurde. Das Ziel der Untersuchung war es, herauszufinden, wie sich Emotionen auch ohne direkten sozialen Kontakt zwischen Menschen ausbreiten können (Kramer et al., 2014). Dieser Effekt, der als soziales Kontagion bekannt ist, spielte später, nämlich während der COVID-19-Pandemie, eine Rolle im medialen Diskurs (Haas, 2020, S. 12).

Im Rahmen der US-amerikanischen Präsidentschaftswahl 2016 verschob sich der Schwerpunkt der kritischen Betrachtung sozialer Medien erneut, und zwar in Richtung Fake News (nicht faktenbasierter Nachrichten) und Desinformation. In der Folge wurden die Verantwortung der Plattform-Betreiber und mögliche Formen der gesetzlichen Regulierung diskutiert. Einen vorläufigen Höhepunkt erreichte diese Diskussion dann mit dem drohenden Verbot von TikTok in den USA im Jahr 2024.

Mit der Thematisierung von „Echokammern“ und „filter bubbles“ ab dem Jahr 2018 gelangten erstmals psychologisch relevante, selbstreferenzielle Mechanismen sozialer Netzwerke in das Bewusstsein einer breiten Öffentlichkeit.

Aktuell sind es vor allem Deep Fakes (künstlich hergestellte und realistisch wirkende Medieninhalte) und die Gefährdung der Demokratie und die dadurch dro-