

Musterlösung zu Arbeitsblatt 1

1) Was ist das Ziel des Konzerns?

Antwort: Das primäre Ziel des Konzerns ist – wie bei jedem Unternehmen in der freien Wirtschaft – die langfristige Sicherung der eigenen Existenz. Diese wird durch Gewinnmaximierung und den Ausbau der eigenen Marktmacht (Firmenexpansion) angestrebt.

2) Womit verdient der Konzern Geld?

Antwort: Der Konzern verdient sein Geld hauptsächlich durch die durch Algorithmen gesteuerte Erstellung von Nutzungsprofilen und deren Verwendung zur Schaltung von zielgruppenspezifischer personalisierter Werbung an seine User. Das gilt für fast alle Social-Media-Konzerne.

3) Welche Daten über User sind für den Konzern wertvoll?

Antwort: Da die Daten vor allem für personalisierte Werbung genutzt werden, sind alle verhaltensbasierten Daten oder Daten, die Rückschlüsse auf erwartbares Verhalten oder psychologische Aspekte geben, besonders wertvoll, da diese eine gezieltere Personalisierung und ggf. eine direkte Beeinflussung ermöglichen. Dabei handelt es sich z. B. um die Verweildauer auf Inhalten, Interaktionen mit bestimmten Inhalten, Hobbys, Interessen, Vorlieben, politische Gesinnung, Standort und Gerätedaten sowie demografische Daten wie Alter, Geschlecht und Beruf.

4) Wie verändern sich die Inhalte, die den Charakteren gezeigt werden, im Verlauf des Spiels? Welche Rolle spielt dabei Künstliche Intelligenz (KI)?

Antwort: Die Inhalte werden immer präziser auf die Charaktere und deren Meinungen und Interessen abgestimmt. Die KI – und damit auch wir als Spielerinnen und Spieler – lernt im Spiel nach und nach immer mehr über die Charaktere und kann sie so besser unterhalten bzw. beeinflussen.

5) Auf welche Weise können Social-Media-Konzerne ihre User beeinflussen und wie stark ist die Beeinflussung? (Denke daran, was Elif, Mila, Leo und Vincent erlebt haben!)

Antwort: Social-Media-Konzerne können ihre User beeinflussen, indem sie ihnen gezielt ausgewählte Inhalte zeigen, die sie z. B. emotional berühren oder Geschehnisse einseitig oder verzerrt darstellen. Die Beeinflussung kann bis hin zu Auswirkungen auf die Meinungsbildung, die Entscheidungsfindung, das Konsumverhalten und die Beziehungen der User reichen.

Herausgeberin

Landesanstalt für Kommunikation (LFK)
Reinsburgstraße 27
70178 Stuttgart

V. i. S. d. P.:

Dr. Wolfgang Kreißig,
Präsident der LFK

CC-Lizenz:

Alle Inhalte sind, soweit nicht anders gekennzeichnet, unter CC BY-NC 4.0 Namensnennung-Nicht kommerziell 4.0 International veröffentlicht. Logos, Marken sowie Inhalte Dritter sind von dieser Lizenz ausgenommen.