

Facebook: Was der gereckte Daumen verrät

12.03.2013 | 18:16 | JÜRGEN LANGENBACH (Die Presse)

Wer mit dem einen oder anderen „Like“ seine Vorlieben kundtut, publiziert damit unwillentlich und unvermerkt seine ganze Persönlichkeit. Britische Forscher haben die Überraschung aus der Datenflut gefischt.

Wenn eine junge Frau im Supermarkt von einem Tag auf den anderen plötzlich saure Gurken in größeren Mengen kauft und beim Bezahlen auch die Kundenkarte präsentiert, dann kann es passieren, dass sie ein paar Tage später Post vom Supermarkt erhält, mit Sonderangeboten für Aufbaustoffe während der Schwangerschaft etwa oder für Umstandsmode. Manchen mag das willkommen sein, aber es kann auch zu Verwicklungen führen wie in einer Filiale der US-Kette „Target's“, die mit 25 Produkten einen „Pregnancy Index“ erstellt, Seifen und Lotionen etwa sind dabei, am Beginn des zweiten Trimesters einer Schwangerschaft stellen viele Frauen um auf nicht parfümierte.

Dann gehen die Briefe mit den Sonderangeboten zur Post, einen öffnete der Vater der Adressatin. Tags darauf stand er zornbeugend im örtlichen Supermarkt, seine Tochter sei nicht schwanger, sie gehe noch zur Schule. Der Filialleiter entschuldigte sich wortreich. Wieder einen Tag später kehrte der Vater zurück und entschuldigte sich noch wortreicher, er habe nicht bemerkt, was bei ihm zu Hause alles vorgegangen sei. Die Episode ist echt, die „New York Times“ hatte sie im Blatt, und sie ist eher harmlos. Aber man möchte sich lieber nicht vorstellen, was in anderen Kulturen mit jungen Frauen passiert, die ihren Familien eine Schwangerschaft verheimlichen. Michael Kosinski (Cambridge) etwa fürchtet das Schlimmste, bis hin zu Ehrenmorden etwa in der Türkei.

Jeder „Friend“ sieht die „Likes“

Ob es die wegen Supermarktpost schon gegeben hat, weiß niemand, immerhin hat eine junge Frau mit dem Leben bezahlt, als sie in einem Radiowunschkonzert ein Lied bestellte, das ihrer Familie missfiel. Nun ja, man muss ja nicht beim Radio anrufen, und man muss auch nicht „Friend“ mit seinem Supermarkt werden, der Einkauf wird halt etwas teurer, gratis ist der Datenschutz nicht zu haben. Ist er überhaupt noch zu haben, angesichts der anschwellenden Flut der digitalen Daten, in denen man nolens oder auch volens immer mehr Spuren hinterlässt? Das hat Kosinski gemeinsam mit seinem Universitätskollegen David Stillwell und Microsoft Research (Cambridge) erkundet, an einem scheinbar völlig nutz- und harmlosen Verhalten im sozialen Netzwerk Facebook. Dort kann man entscheiden, wie viel Information über die eigene Person an welchen Nutzerkreis gehen darf.

Aber eines ist öffentlich für alle „Friends“: das Daumenrecken („Like“), mit dem man signalisiert, dass einem irgendetwas gefällt, ein Stück von Mozart etwa oder eine Maschine von Harley-Davidson oder Voltaire oder Platon, 2,7 Milliarden Mal wird weltweit täglich geklickt. Und hat man sich zu etwas bekannt, hat man zugleich – so unwillentlich wie unvermerkt – einen Teil seiner Persönlichkeit publiziert: Mozart deutet mit ziemlicher Wahrscheinlichkeit auf gehobene Intelligenz, Harley-Davidson eher auf das Gegenteil, wer Voltaire mag, ist introvertiert und scheu, Plato hingegen verrät einen offenen, liberalen Geist. Das haben Kosinski/Stillwell aus Persönlichkeitsdaten und „Likes“ von 58.000 US-Facebook-Usern herausgerechnet, sie hatten sie über ein Facebook-App für die Mitarbeit rekrutiert: Die Teilnehmer gaben den Forschern Lebensdaten bekannt, sie unterwarfen sich auch Intelligenz- und Persönlichkeitstests.

Die verbanden Kosinski/Stillwell mit dem „Like“-Verhalten, manches war leicht zu erwarten: Wer sein „Like“ bei Jesus setzt, ist Christ, der Mohammedaner mag Allah, und wem Fotos von einer Schwulenhochzeit gefallen, der ist homosexuell. Aber hier wird es schon tückisch: Nur fünf Prozent der Homosexuellen zeigen ihre sexuelle Orientierung direkt, bei den anderen gibt es nur indirekte Hinweise, bei Männern eine Vorliebe etwa für „Desperate Housewives“ oder das Musical „Wicked“. Viele Zusammenhänge überraschen, so weist etwa eine Vorliebe für „Herr der Ringe“ und den Film

„Der Pate“ auf hohe Intelligenz – das tun auch „Likes“ für Gewitter und „Curly Fries“, die zu Locken gedrehten Pommes frites, die Forscher schütteln selbst die Köpfe darüber –, und liberal und offen ist, wer sich zu Leonardo, Leonard Cohen oder Oscar Wilde bekennt.

Heavy Metal? Raucher und unzufrieden!

Kosinks/Stillwell haben Listen mit den häufigsten „Likes“ zusammengestellt: Vorlieben für Georg Bush und Sarah Palin deuten auf Republikaner, die für Barak Obama auf Demokraten; Raucher halten es mit der brutalen Thrash-Metal-Band Slayer, Nichtraucher mit dem Boxer(-Film) „Rocky“, und eine höchst eigenartige Mischung dokumentiert Zufriedenheit mit dem Leben – Daumen hoch für Sarah Palin, die Bibel, Jesus, Indiana Jones! Unzufriedene hingegen setzen auf Hardcore-Metal – Atreyu –, und sie interessieren sich für die Wissenschaft, das teilen sie mit denen mit hoher Intelligenz.

Und so weiter: Aus ihren Daten können die Forscher die schwarze/weiße Hautfarbe mit 95 Prozent Sicherheit ableiten, das Geschlecht mit 88, die politische Orientierung auch mit 88, die sexuelle mit 85. Selbst ob sich die Eltern haben scheiden lassen, bevor man 21 Jahre alt war, lässt sich mit etwas mehr als Zufallswahrscheinlichkeit – 60 Prozent, für Marketing laut den Forschern durchaus interessant – dem gereckten Daumen ablesen, und ob eine/r Alkohol bzw. andere Drogen konsumiert, zeigt sich mit 75 Prozent.

„Wir haben ganz einfache Methoden verwendet“, schließt Kosinski, „Marketing- und Internetfirmen haben viel mehr Zeit und Geld und bekommen deshalb ein viel präziseres Bild.“ Ein viel zu präzises, fürchtet Nicholas Christakis (Harvard): „Ihre politische Orientierung und sogar der Heiratsstatus Ihrer Eltern ist online. Das ist ein alarmierender Befund. Man kann von ‚Curly Fries‘ in ein paar Schritten zu Pogromen kommen.“