

L5_4 Cambridge Analytica – Lösungen

- 1 Cambridge Analytica betreibt Verbraucherforschung. Mithilfe von Datensätzen erstellt das Unternehmen Persönlichkeitsprofile, die es möglich machen sollen, Werbung sehr genau auf die Menschen zuzuschneiden, um so eine personalisierte, passende Ansprache zu finden.
- 2 Anhand eines Persönlichkeitstest werden die Ausprägungen der fünf Persönlichkeitsdimensionen gemessen: Offenheit, Gewissenhaftigkeit, Geselligkeit (Extraversion), Anpassungsfähigkeit/Verträglichkeit und Verletzlichkeit/emotionale Labilität (Neurotizismus).
Das Ergebnis wird mit Facebook-Einträgen (Likes, Shares, Postings) und weiteren Infos über Geschlecht, Alter, Wohnort, Beruf etc. abgeglichen und präzisiert.
Daraus lassen sich schnell verblüffend zuverlässige Schlüsse ziehen. Aus durchschnittlich 68 Facebook-Likes eines (US-amerikanischen) Nutzers konnte nachweislich vorhergesagt werden, welche Hautfarbe er hat (95 %ige Treffersicherheit), ob er Homosexualität ist (88 %ige Treffersicherheit), ob er Demokrat oder Republikaner ist (85 %ige Treffersicherheit).
Ebenso lassen sich Intelligenz, Religionszugehörigkeit, Alkohol-, Zigaretten- und Drogenkonsum einschätzen.
- 3 Datenskandal, bei dem weltweit Informationen von bis zu 87 Mio. Nutzern missbräuchlich an Werbetreibende weitergeben wurden. Mit diesen Daten wurde versucht, im US-Wahlkampf Wahlentscheidungen zugunsten von Donald Trump zu beeinflussen.
- 4 Cambridge Analytica kaufte auf illegale Weise Daten von 87 Mio. Facebook-Nutzern und alle Ergebnisse eines von Aleksandr Kogan zu wissenschaftlichen Zwecken durchgeführten Psychotests. Durch das Kombinieren der Facebook-Daten mit den Ergebnissen des Psychotests versuchte(?) Cambridge Analytica Menschen im US-Wahlkampf gezielt zu manipulieren.