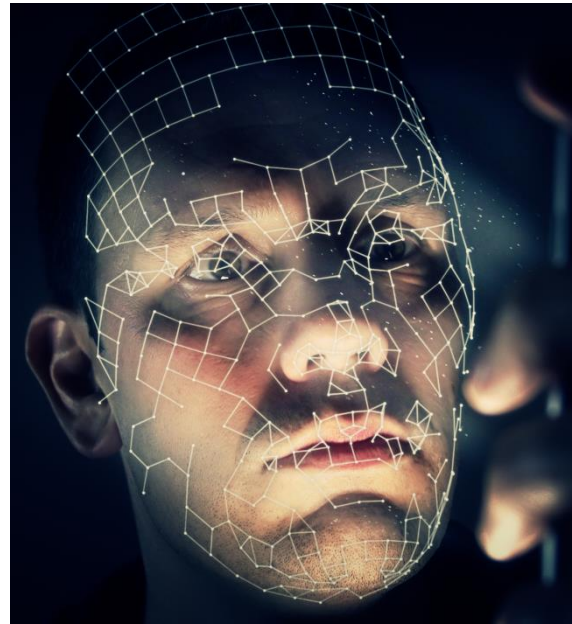




## “Künstliche Intelligenz kann feststellen, ob Sie gay sind – ein Foto reicht!” Werden unsere intimsten Geheimnisse jetzt gnadenlos ans Licht geholt?

Anfang September 2017 ging obiger Aufschrift durch den internationalen Blätterwald<sup>1,2,3</sup>. Die uns unheimliche ‚Künstliche Intelligenz‘ hat zugeschlagen und beginnt unsere geheimen Persönlichkeitsmerkmale offenzulegen. Für die LGBT (Lesbian, Gay, Bi, Transgender) Gemeinschaft stellt das in vielen Ländern eine Katastrophe dar, herrscht dort doch immer noch die Todesstrafe für sexuelle Minderheiten. Aber selbst in entwickelten Ländern gibt es Homophobie, die von amerikanischen Wahlkämpfern aktiv befeuert wird. Der gerade gescheiterte republikanische Senatskandidat Roy Moore ist ein Beispiel dafür.<sup>4</sup> Er selbst soll sich übrigens häufig an minderjährigen Mädchen vergangen haben. Und was kann die Künstliche Intelligenz noch über unsere Charaktereigenschaften rausbekommen? Werden wir im nächsten Vorstellungsgespräch gläsern?



Was war passiert? Eine Peer-Review Studie der renommierten Stanford Universität erschien im anerkannten ‚Journal of Personality and Social Psychology‘. Damit war eigentlich klar, dass es sich um zuverlässige wissenschaftliche Forschungsergebnisse handelt. Eigentlich. Bis sich AI (Artificial Intelligence) Experten die Sache näher angeschaut haben. Vielleicht bekommen Sie eine erste Idee, was falsch gelaufen sein kann, wenn Sie die Testanlage lesen:

Grundlage war ein Sample von 35.000 Gesichtsfotos von einer amerikanischen Dating Webseite. Die Forscher Professor Michal Kosinski und der Student Yilun Wang extrahierten Merkmale von den Bildern mit Hilfe eines ‚deep neural networks‘, also eines komplexen mathematischen Systems, das selbst lernt, Gesichter mit einem großen Datensatz zu analysieren.

Das Forschungsergebnis war, dass schwule Männer und lesbische Frauen „geschlechtsuntypische“ Merkmale, Gesichtsformen und Pflegestile zeigen. Was im Prinzip bedeutet, dass schwule Männer femininere und lesbische Frauen maskulinere Knochenstrukturen zeigen. Das würde eine widerlegte These der Physiognomie Theorie wiederbeleben. Die geht davon aus, dass eine unterschiedliche hormonelle Entwicklung im Mutterleib für die sexuellen Präferenzen verantwortlich ist und sich in eigenständigen Entwicklungsmerkmalen niederschlägt. Physiognomie, also die Manifestation von Persönlichkeitseigenschaften in Gesichtszügen (Knochenstruktur), gilt heute als Pseudowissenschaft, die ihren letzten Höhepunkt in der Naziideologie hatte. Das haben die Autoren aber wohl nicht hinreichend geprüft.



Interessanterweise hat sich ein Team von Google AI Spezialisten und ein amerikanischer Psychologieprofessor mit dieser Studie beschäftigt und kann uns aufatmen lassen. Auch die Künstliche Intelligenz kann nicht finden, was in Wirklichkeit nicht existiert. Aber sie kann selbst Stanford Forscher auf den Holzweg führen. Eine der großen Gefahren von ‚Big Data‘.

Blaise Agüera y Arcas, Distinguished Scientist bei Google, sagt zu dieser Studie kurz und knapp: „Bullshit“. Er beschäftigt sich mit seiner Kollegin Margaret Mitchell und dem Psychologieprofessor Alexander Todorov schon länger mit dem Thema Physiognomie. Sie haben ein paar Monate vor der obigen Studie einen Fachartikel veröffentlicht, der die Aussage von chinesischen Forschern widerlegte, dass man Verbrechermerkmale im Gesicht finden könne.<sup>5</sup>

Das Problem der Studie beruht darauf, dass es sich bei den Bildern um *Selfies* handelt. Und als Kontrolle Bilder von Facebook Profilen mit öffentlicher Angabe der sexuellen Präferenzen. Also keine standardisierten Passbilder! Und was machen Menschen auf ihren Profilen, egal, ob Dating oder Social? Man möchte etwas über sich aussagen, also Signale senden, die hoffentlich von der Zielgruppe richtig dekodiert werden! Dies nicht adäquat zu berücksichtigen, ist der zentrale Fehler in dieser Forschung gewesen.

Was der Algorithmus letztendlich gefunden hat, sind keine Unterschiede in der spezifischen Knochenstruktur des Gesichtes, sondern Signale, die Menschen größtenteils bewusst gesendet haben. Die AI ist also nicht übermenschlich, sondern ein sehr guter Mustererkenner. (Was wiederum seine eigenen Probleme aufwerfen kann.)

Interessiert Sie vielleicht, welche Merkmale gefunden worden sind?

Gay Männer tragen überdurchschnittlich häufig Brillen, ein gutes Hilfsmittel, um Modernität/Fashion auszudrücken. Aber das ist bei Kreativen zum Beispiel auch so. Gays haben weniger Bärte (in den Staaten) – allerdings Ü-Vierziger Gays schon und jüngere haben eher Dreitagebart. Ein Hinweis auf kulturelle Einflüsse auf Signale. Ebenso werden die Selfies häufig von oben aufgenommen, um die Augen stärker zu betonen und das Kinn weniger aggressiv erscheinen zu lassen.

Bei Frauen ist zentral, dass Gay Frauen selten Make-up oder Lidschatten tragen. Ebenso scheinen sie das Selfie eher horizontal aufzunehmen. Während Heterofrauen eher von oben aufnehmen. Vielleicht, weil sie damit die Perspektive simulieren, die die größeren Männer erleben? Oder weil damit ein Ausschnitt eindrucksvoller erscheinen kann?

Die Google Forscher haben ihre Analyse gleich durch eine simple Online-Befragung geprüft. Sie befragten ein paar tausend Menschen nach ihren sexuellen Präferenzen und den obigen Merkmalen. Das neuronale Netz hatte eine 71% Trefferquote bei Gay Frauen. Wenn man Frauen fragt, ob sie Lidschatten verwenden, hat man bereits eine 63% Quote, die zusätzliche Information zu Make-up kommt mit 68% bereits ganz dicht an die angeblich so geniale Leistung des neuronalen Netzes heran. Bei dieser Gelegenheit konnten die Forscher gleich noch erkennen, dass der Signalübergang von Hetero zu selbsterklärten lesbischen Frauen fließend ist. Wenn Frauen andere Frauen anziehend finden, verwenden sie weniger Kosmetik als Heterofrauen, aber mehr als lesbische Frauen.

Die Stanford Forscher haben gesagt, sie könnten mit AI erkennen, wer gay ist. Aber sie haben eine Datenbasis mit Fotos von Menschen genutzt, die ausdrücken wollten, dass sie *nicht* Hetero sind.



Diese Signale sind zudem kulturell veränderlich. Wenn zu viele die Signale erkennen, werden sich andere entwickeln, mit denen auch heimliche Schwule Signale senden können. Es wird einen Wettlauf zwischen immer neuen Mustern und der Mustererkennung geben. Wie schön wäre es, wenn es gesellschaftlich nicht länger notwendig wäre, sich zu verstecken? Die Google Forscher werden ihre Analyse unter dem Titel: "Do algorithms reveal sexual orientation or just expose our stereotypes" veröffentlichen. Wann und wo konnte ich noch nicht rauskriegen.

Wie Sie vom BrainCandy 36<sup>6</sup> wissen, kann man nicht einmal Emotionen hinreichend zuverlässig im Gesicht ablesen. Insofern werde ich Sie auch gleich mal beruhigen, dass die gehypte Gefahr der Gesichtserkennungsfähigkeit neuer iPhones nicht so groß sein wird, wie das gerade in den Medien aufgebauscht wird. Wir haben, wenn überhaupt, sehr individuelle physikalische Emotionsmuster. Wenn Sie Ihre Facebook-Seite betrachten, wird keine AI verstehen können, was Sie dabei empfinden. Es sei denn, die AI würde nicht versuchen, ein generelles Muster zu finden, sondern für jeden Facebook Nutzer ein eigenes Muster zu entwickeln. Zuviel Aufwand. Und da uns die meiste Werbung auf Facebook langweilt – was soll man schon mit dieser Info anfangen?

In diesem Sinne – entspannt fröhliche Feiertage, egal, wie Ihre sexuellen Präferenzen sind.

## Quellen:

1. <https://www.theguardian.com/technology/2017/sep/07/new-artificial-intelligence-can-tell-whether-youre-gay-or-straight-from-a-photograph>
2. <https://www.techspot.com/news/70905-stanford-university-ai-can-tell-if-youre-gay.html>
3. <http://www.faz.net/aktuell/feuilleton/debatten/verraeterische-bildererkennung-koennen-wir-unser-gesicht-noch-wahren-15195355.html>
4. <https://www.advocate.com/politics/2017/9/26/homophobe-roy-moore-alabamas-republican-nominee-us-senate>
5. <https://medium.com/@blaisea/physiognomys-new-clothes-f2d4b59fdd6a>
6. <http://ka-brandresearch.com/images/braincandies/KA-BrainCandy-36-Wie-unsere-eigenen-Emotionen-wirklich-entstehen.pdf>

## Buchempfehlungen

Von Ralph Ohnemus:

**Markenerleben.** Die Strategie im Hyperwettbewerb und Informationstsunami > [hier bestellen](#)

**Markenstaunen.** Gewinnen im Informationstsunami > [hier bestellen](#)





**Feedback, Anregungen oder Kritik zu diesem Artikel:**

[braincandy@ka-brandresearch.com](mailto:braincandy@ka-brandresearch.com)

Der Autor

**Ralph Ohnemus, CEO.** Seit 2001 Vorstand und Hauptanteilseigner von K&A BrandResearch. Vorher war er 15 Jahre Kunde von K&A BrandResearch. Nationale und internationale Marketing- und Vertriebserfahrung in Senior Management Positionen, darunter FMCG, Mode, Medien und Telekommunikation – zuletzt als SVP Consumer Sales verantwortlich für Marketing, Vertrieb und Filialketten bei Viag Interkom O<sub>2</sub>.

Kontakt: [r.ohnemus@ka-brandresearch.com](mailto:r.ohnemus@ka-brandresearch.com)

