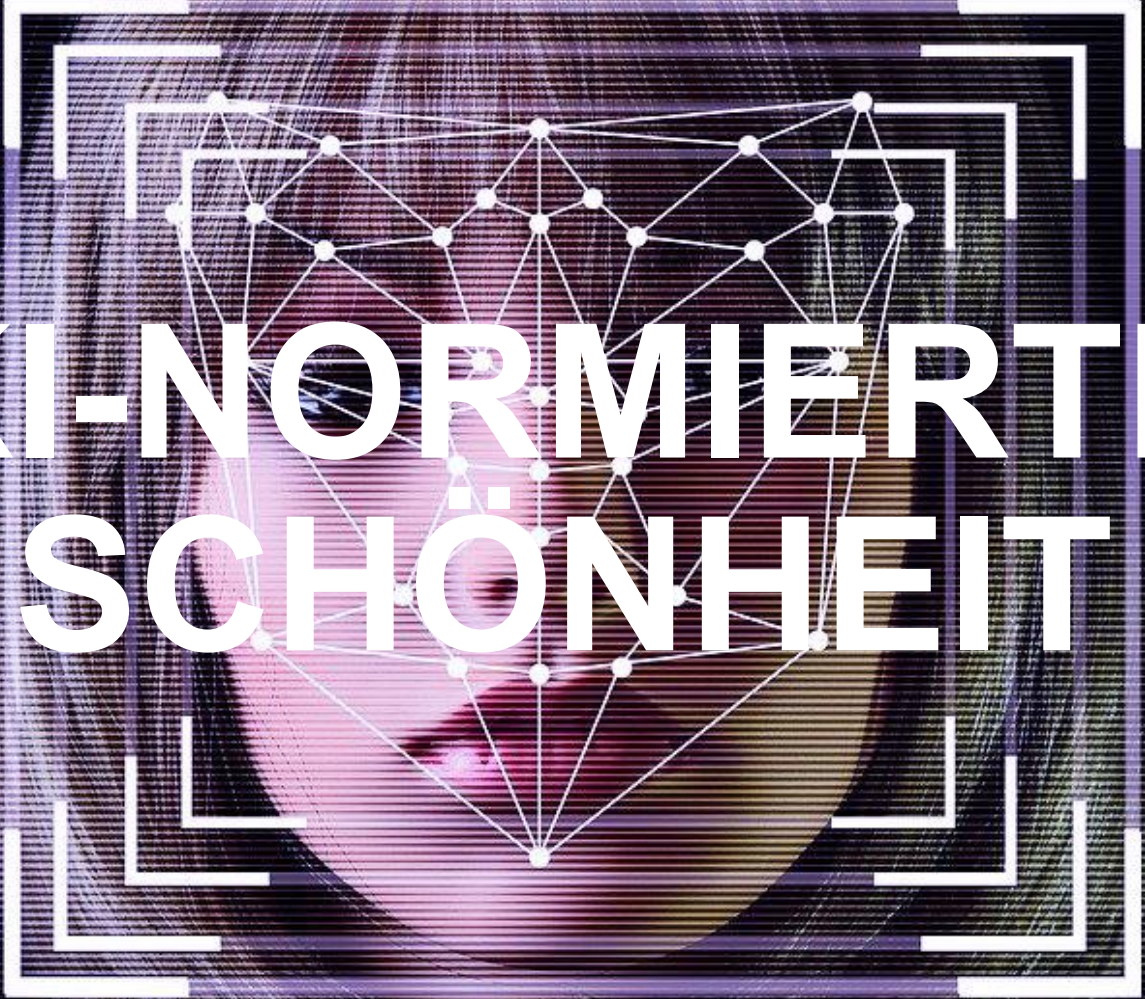


A woman's face is shown from the chest up, with her eyes closed. Overlaid on her face is a complex white line graph with numerous nodes, resembling a neural network or a data visualization. The background is dark, and the woman's hair is dark. The title text is superimposed over the center of the image.

KI-NORMIERTE SCHÖNHEIT

Von bestehenden Idealen zu neuen Normen: Die
Wirkung von KI-basierten Schönheitsfiltern

Autor:in

Mariana Castillo-Hermosilla
Hedy Tayebi-Jazayeri
Zahra Ghanizadeh

Herausgeber

Prof. Dr. Rainer Mühlhoff
Universität Osnabrück
Ethics and Critical Theories of AI
Wachsbleiche 27
D - 49090 Osnabrück

Redaktion

Anna Kraher

Design

Anna Kraher

Coverbild

Gerd Altmann/Pixabay

Kontakt

outreachlab@ethikderki.de

3. September 2024

INHALT

Forschungsdossier	4
Rassismus und Sexismus im digitalen Blick	4
Verkörperung sozialer Strukturen	5
Subjektivierung unter Schönheitsfiltern	6
Politische Ökonomie von Schönheitsfiltern	7
Fazit	7
Referenzen	9

FORSCHUNGSDOSSIER

Schönheitsfilter oder Augmented-Reality (AR)-Filter sind automatisierte Werkzeuge, die künstliche Intelligenz (KI) und Computer Vision nutzen, um Gesichtsmerkmale zu erkennen und zu verändern (Ryan-Mosley, 2023). Diese Technologie ermöglicht die Echtzeit-Anpassung von Gesichtszügen während Videochats oder beim Aufnehmen von Fotos/Videos, was zuvor nur durch nachträgliche Bildbearbeitung möglich war (Bansal, 2021). Heute sind sie auf verschiedenen Social-Media-Plattformen wie Snapchat, TikTok, Instagram und Facebook integriert. Sie finden sich aber auch in speziellen Apps wie Fotor, BeautyPlus, YouCam Perfect usw.¹ Diese Technologien, die auf großen Datensätzen von Gesichtsaufnahmen trainiert werden, erkennen und passen digitale Masken an, die basierend auf den Eingaben der Benutzer (biometrische Daten) und der Funktionalität des Filters erstellt werden. In dieser OER konzentrieren wir uns auf die Diskussion von Schönheitsfiltern, also AR-Filtern, die darauf abzielen, Gesichtszüge nach normativen Schönheitsidealen zu formen.

RASSISMUS UND SEXISMUS IM DIGITALEN BLICK

Studien zeigen bereits, dass diese Filter rassistische und eurozentrische

Schönheitsideale fördern, indem sie die Haut aufhellen, die Nasengröße verkleinern oder die Augen vergrößern (z. B. Ryan-Mosley, 2023; Riccio & Oliver, 2023). Sie verstärken auch normative Schönheitsideale, indem sie Make-up auftragen, die Haut glätten und andere Gesichtsveränderungen vornehmen. In einer Studie, die 2023 durchgeführt wurde, untersuchten Riccio und Oliver einen AR-basierten Selfie-Verschönerungsalgorithmus und zeigten, wie dieser dazu neigt, die Gesichtsästhetik von Menschen zu homogenisieren und sie den „*weißen* Schönheitsstandards“² (Riccio & Oliver, 2023, Hervorhebung hinzugefügt) anzupassen. Fotos, die durch den Filter verändert wurden, wurden von Erkennungssystemen danach oft als *weiße* Menschen identifiziert (Riccio & Oliver, 2023). Dieser Eurozentrismus ist nicht nur eine kosmetische Wahl, sondern eine kulturelle Vorgabe, die *weiße* und westliche Merkmale als die Standard- oder Idealform von Schönheit bevorzugt. Die Allgegenwärtigkeit dieser Filter und ihre Ausrichtung an eurozentrischen Idealen verstärken die Vorstellung, dass Schönheit nicht nur eine Frage der persönlichen Vorliebe ist, sondern auch ein Spiegelbild breiterer sozialer und kultureller Hierarchien.

¹ Eine Internet-Suche nach „Beauty Filters“ liefert einige Links, bei denen man verschiedene Artikel findet, die Beauty-Filter empfehlen. Einige davon werden als „Filter“ beworben, sind jedoch eher Foto-Bearbeitungstools. Außerdem gibt es einige „KI-gestützte“ Apps, die Gesichtsmerkmale „verschönern“, wie zum Beispiel diese: <https://www.fotor.com/blog/face-filter-app>

²Wörtliche Übersetzung von „white standards of beauty“. Der Begriff *weiß* wird klein und kursiv geschrieben, da es sich hier nicht um eine Selbstbeschreibung handelt und die Konstruktion von Weißsein verdeutlicht werden soll.

Die Wirkung von Schönheitsfiltern geht daher über ihren Einfluss auf die Psyche des Einzelnen hinaus. Sie tragen zudem zu Geschlechterstereotypen und zur sexuellen Objektifizierung von Frauen bei. Indem sie ein begrenztes Set von Schönheitsidealen fördern, ermutigen diese Filter Frauen und Mädchen, sich unrealistischen und oft hypersexualisierten Versionen von Weiblichkeit anzupassen, die mit langjährigen patriarchalen Normen übereinstimmen, die Frauen in erster Linie aufgrund ihres Aussehens bewerten. Indem sie Merkmale betonen, die gesellschaftlich oft mit sexueller Attraktivität verbunden sind, wie vollere Lippen, größere Augen und ein schlankeres Gesicht, reduzieren diese Filter die Identität einer Frau auf ihr äußeres Erscheinungsbild. Diese Fokussierung auf das Aussehen anstelle anderer Qualitäten verstärkt die Vorstellung, dass der Wert einer Frau an ihrer Fähigkeit gemessen wird, bestimmten Schönheitsstandards zu entsprechen, die Produkte einer von Männern dominierten Kultur sind.

VERKÖRPERUNG SOZIALER STRUKTUREN

Soziale Strukturen beeinflussen die Art und Weise wie Menschen Erfahrungen machen. Kritische phänomenologische Ansätze zielen beispielsweise darauf ab, die Erfahrung aus der Ich-Perspektive zu untersuchen und zu verstehen, wie diese mit der Welt verflochten ist – wir sind „in der Welt“ (Heidegger, 1927). Gleichzeitig weisen kritische phänomenologische Ansätze darauf hin, dass Gesellschaft, Geschichte und

Machtverhältnissen die Art und Weise beeinflussen, wie wir Erfahrungen machen. Autoren wie Frantz Fanon, Sara Ahmed oder Iris Marion Young haben unter anderem diskutiert, wie Erfahrungen von Rassismus, Diskriminierung aufgrund der sexuellen Orientierung oder der Geschlechtsidentität die gefühlte Erfahrung und Bewegungsfreiheit auf verkörperter Ebene tiefgreifend beeinflussen. Basierend auf Youngs Beiträgen erwerben Menschen, die sich als Frauen identifizieren, Gewohnheiten des femininen Körperverhaltens, die nicht aus einer „femininen Essenz“ stammen, sondern aus ihrer Situation in einer patriarchalen Gesellschaft. Sie lernen, nach diesen Vorgaben zu leben und erleben dabei, wie ihr Gefühl von Freiheit in ihren Bewegungen geformt wird (Young, 2005). Diese Vorgaben üben nicht nur Einfluss auf den sozialen Status der Einzelnen aus, sondern auch auf ihre Selbstwahrnehmung und Handlungsmacht. Sie beeinflussen, wie Frauen die Macht über ihren Körper und ihre Bewegungen erleben, beeinträchtigen ihr Selbstbewusstsein und verstärken die Selbstobjektifizierung. Young stellt fest: „The source of this objectified bodily existence is in the attitude of others regarding her, but the woman herself often actively takes up her body as a mere thing. She gazed at it in the mirror, worries about how it looks to others, prunes it, shapes it, molds and decorates it.“³ (Young, 2005; p. 44).

³ Zu deutsch (eigene Übersetzung): „Die Quelle dieses objektifizierten körperlichen Daseins liegt in der Haltung anderer ihr gegenüber, aber die Frau selbst nimmt ihren Körper oft aktiv als

bloßes Ding wahr. Sie betrachtet ihn im Spiegel, sorgt sich darum, wie er auf andere wirkt, stutzt ihn, formt ihn, modelliert und schmückt ihn.“

SUBJEKTIVIERUNG UNTER SCHÖNHEITSFILTERN

Diese Überlegungen ermöglichen es uns, die potenziellen Effekte von Schönheitsfiltern nicht nur im Hinblick auf die Aufrechterhaltung dieser Normen bei Frauen, sondern auch auf deren Verstärkung und die Formung ihrer Gefühle und ihres Körpererlebens neu zu bewerten. Da Schönheitsfilter die Echtzeit-Anpassung des eigenen Gesichts ohne ein anderes Medium als die Handykamera ermöglichen, könnten sie die Wahrnehmung und das Empfinden des eigenen Körpers beeinflussen, das Selbstbewusstsein verstärken und die Selbstobjektifizierung intensivieren. Die ständige Nutzung dieser Werkzeuge könnte die Selbstwahrnehmung verändern und das Verhalten sowohl im virtuellen Raum als auch außerhalb dieser Plattformen prägen.

Ein Bericht von Rosalind Gill aus dem Jahr 2021, in dem sie die Auswirkungen von Schönheitsdruck in sozialen Medien auf Menschen aus dem Vereinigten Königreich, insbesondere auf junge Frauen, untersuchte, zeigte, wie diese neue Generation eine Nano-Überwachung ihrer Körper praktiziert, indem sie präzise „Fehler“ und „Unvollkommenheiten“ an ihren Körpern und Gesichtern wahrnimmt (Gill, 2021). Diese Filter können leicht zu dieser verstärkten Selbstbetrachtung des eigenen Körpers beitragen, wie die Kontroversen zeigen, die sie bereits ausgelöst haben: 2019 verbot Facebook den Filter „Fix-Me“, der die Gesichter der Nutzer so zeigt, wie sie von einem Schönheitschirurgen skizziert würden, um die zu „korrigierenden“ Teile zu

kennzeichnen, da er „Unsicherheit bei jungen Briten schürte“ und scheinbar plastische Chirurgie förderte⁴. Zwischen Oktober 2019 und August 2020 wurde die Genehmigung neuer Filter auf Meta-Plattformen ausgesetzt, und es wurden einige Regelungen eingeführt, z. B. die Kennzeichnung von gefilterten Fotos auf Instagram, um zu zeigen, dass sie bearbeitet wurden (Ryan-Mosley, 2021). Diese Maßnahmen stehen im Einklang mit einigen Forschungsergebnissen, die darauf hingewiesen haben, dass Schönheitsdruck in sozialen Medien im Allgemeinen die psychische Gesundheit von Menschen beeinträchtigen kann. So fand eine kürzlich durchgeführte Studie beispielsweise einen Zusammenhang zwischen der Interaktion mit aussehen- oder essenbezogenen Inhalten und Symptomen von Essstörungen (z. B. Dondzilo, Rodgers & Dietel, 2024), sowie mit der Normalisierung und Zunahme von Menschen, die kosmetische Eingriffe vornehmen lassen und dem Zusammenhang mit dem Gefühl der Unzufriedenheit mit dem eigenen Körper und Gesicht (z. B. Gill, 2021, oder Beos et al., 2021). Der Begriff „Snapchat- oder Selfie-Dysmorphie“ (z. B. Hunt, 2019) wurde geprägt, um das Phänomen zu beschreiben, dass Menschen kosmetische Eingriffe vornehmen lassen, um wie ihr gefiltertes Foto auszusehen.

Schönheitsfilter verstärken daher den Druck auf Frauen, sich diesen konstruierten Schönheitsidealen anzupassen. Diese formen nicht nur das Konzept davon, wie eine „schöne Frau“ aussehen sollte, sondern verengt auch das Verständnis davon, wie

⁴ The Beauty Gurus: Instagram ‚fuelling mental health crises‘ with ‘Fix Me’ plastic surgery filter,

<https://www.thebeautygurus.com/blog-article/instagram-fuelling-mental-health-crisis-with-fix-me-plastic-surgery-filter/> , zuletzt abgerufen am 16.08.2023.

eine „normale Frau“ aussieht. Die ständige Exposition gegenüber und Interaktion mit diesen Filtern schafft und perpetuiert eine Nachfrage nach ihnen, angetrieben durch das menschliche Verlangen nach sozialer Inklusion und Bestätigung in einer zunehmend digital vernetzten Welt. Darüber hinaus wirft die Verbreitung von Schönheitsfiltern kritische Fragen zur Autonomie von Frauen in einer Gesellschaft auf, in der patriarchalische Schönheitsideale allgegenwärtig sind. Während diese Filter oft als Werkzeuge der Ermächtigung und Selbstdarstellung vermarktet werden, bieten sie in Wirklichkeit nur eine sehr begrenzte Form der Autonomie. Die Wahlmöglichkeiten, die Frauen zur Verfügung stehen, sind stark durch die dominanten Schönheitsstandards eingeschränkt, was es schwierig macht, von diesen Normen abzuweichen, ohne soziale Ausgrenzung oder Kritik zu riskieren. Diese Situation verdeutlicht die widersprüchlichen Anforderungen des Postfeminismus, bei dem Frauen ermutigt werden, durch Selbstverbesserung Ermächtigung zu erlangen, diese Ermächtigung jedoch oft eng definiert ist durch ihre Fähigkeit, sich an restriktive Schönheitsideale zu halten (Gill, 2021). Die ständige Verfügbarkeit von Schönheitsfiltern und der Druck, sie zu verwenden, um sich anzupassen oder sich in Online-Räumen akzeptiert zu fühlen, verdeutlichen die begrenzte Selbstbestimmung, die Frauen über ihren eigenen Körper in einer Kultur haben, die ihr Aussehen kommerzialisiert.

POLITISCHE ÖKONOMIE VON SCHÖNHEITSFILTERN

Um die Auswirkungen der Nutzung von Schönheitsfiltern vollständig zu verstehen, ist es wichtig, die Motivationen hinter ihrer Entwicklung zu berücksichtigen. Diese Filter sind oft so konzipiert, dass sie Nutzende auf Plattformen anziehen und binden, wodurch mehr Daten generiert werden, die für verschiedene gewinnbringende Zwecke genutzt werden können. Beispielsweise nutzen AR-Technologien häufig „Gamifizierung“ und „soziale Ausnutzung“-Strategien zur Datenerfassung (Mühlhoff, 2019). Kritik an der Erzeugung biometrischer Daten konzentriert sich weitgehend auf erzwungene Überwachung, z.B. durch staatliche oder private Unternehmen wie Google (Elias & Gill, 2017). Zusätzlich ist es aber auch wichtig aufzuzeigen, wie „biometrische Rationalität die zeitgenössische Schönheitskultur durchdringt“⁵ (vgl.), und die „freiwillige“ Selbstüberwachung, die aus den beschriebenen Mechanismen resultiert zu problematisieren. Im kapitalistischen Kontext ihrer Entwicklung nutzen soziale Medienplattformen und AR-Filter-Apps die Neigung von Menschen nach sozialer Teilhabe zu streben, um zu entwickeln, zu trainieren und Profit zu machen. Letztendlich zielen diese Reflexionen darauf ab, eine kritische, politische Perspektive auf die Entwicklung solcher Technologien zu bieten.

FAZIT

Zusammenfassend machen diese Dynamiken deutlich, dass Schönheitsfilter nicht nur

⁵ Eigene Übersetzung von: „biometric rationality runs through contemporary beauty culture“

harmloser Spaß sind; sie sind Teil eines breiteren Systems, das enge Schönheitsideale perpetuiert, Geschlechterstereotype verstärkt, die Autonomie von Frauen einschränkt und Nutzende ausbeutet, um Gewinne zu erzielen. Das Zusammenspiel

von KI, gesellschaftlichen Normen und der Kommerzialisierung des weiblichen Körpers stellt erhebliche Herausforderungen für unser Verständnis und unseren Umgang mit diesen Technologien im Alltag dar.

REFERENZEN

- Bansal, M. (2021, march, 21). The technology behind Face Filters - IEEE Women In Engineering, VIT – Medium, <https://medium.com/ieee-women-in-engineering-vit/technology-behind-face-filters-98e234b9fc33> , last accessed 2023/06/14
- Beos, N., Kemps, E., & Prichard, I. (2021) Photo manipulation as a predictor of facial dissatisfaction and cosmetic procedure attitudes. *Body image* 39, 194–201
- Dondzilo, L., Rodgers, R. F., & Dietel, F. A. (2024). Association between engagement with appearance and eating related TikTok content and eating disorder symptoms via recommended content and appearance comparisons. *The International journal of eating disorders*, 57(2), 458–462. <https://doi.org/10.1002/eat.24117>
- Elias, A. S., & Gill, R.: Beauty surveillance: The digital self-monitoring cultures of neoliberalism. *European Journal of Cultural Studies*, 21(1), 59–77. (2017).
- Gill, R. (2021). *Changing the perfect picture: Smartphones, social media and appearance pressures*. City, University of London.
- Heidegger, M. (1927) *Sein und Zeit*, 19. Auflage. Niemeyer, Tübingen 2006, ISBN 3-484-70153-6
- Hunt, E.: Faking it: how selfie dysmorphia is driving people to seek surgery. *The Guardian*, <https://www.theguardian.com/lifeandstyle/2019/jan/23/faking-it-how-selfie-dysmorphia-is-driving-people-to-look-surgery> , zuletzt abgerufen am 16.08.2023.
- Mühlhoff, R. (2019) Human-aided artificial intelligence: Or, how to run large computations in human brains? *Toward a media sociology of machine learning*. *New media & society* 22(10), 1868 - 1884.
- Ngo, H. (2020) Critical phenomenology and the banality of white supremacy. *Philosophy Compass*, 17. <https://doi.org/10.1111/phc3.12796>
- Riccio, P ., Oliver, N. (2023). Racial Bias in the Beautyverse: Evaluation of Augmented-Reality Beauty Filters. In: Karlinsky, L., Michaeli, T., Nishino, K. (eds). *Computer Vision – ECCV 2022 Workshops, LNCS*, vol 13803, 714 – 721. Springer, Tel Aviv
- Ryan-Mosley, T. (2023, April 2). Beauty filters are changing the way young girls see themselves, MIT Technology Review, <https://www.technologyreview.com/2021/04/02/1021635/beauty-filters-young-girls-augmented-reality-social-media/> , last accessed 2023/06/14
- Young, I. M. (2005). *On Female Body Experience: “Throwing Like a Girl” and Other Essays* (C. Calhoun, Ed.). Oxford University Press, New York.

