

HOE WERKT DE INSTAGRAM ONTDEKKEN PAGINA?

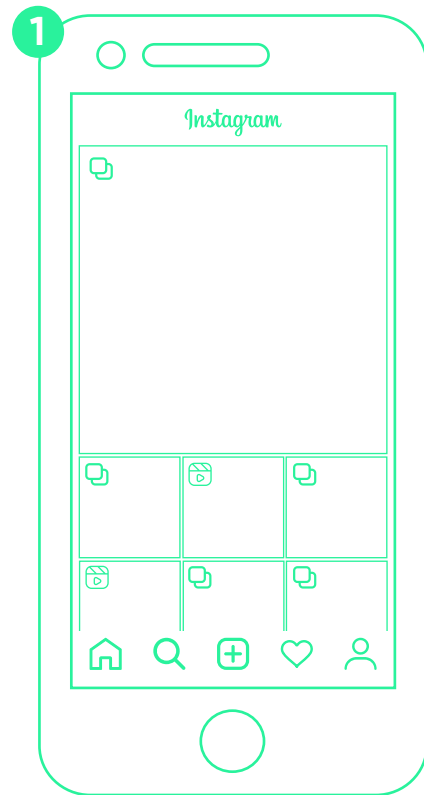
Sociale media beperken zich al lang niet meer tot het tonen van foto's en berichten van mensen die je volgt. Zowel Facebook als Instagram zetten actief in op het tonen van posts van accounts die je nog niet volgt. Bij Instagram gebeurt dit via de 'Ontdekken' pagina.

Deze verschijnt wanneer je in de applicatie op het vergrootglas-icoontje klikt. Volgens Instagram bezoekt ruim de helft van alle Instagram bezoekers deze pagina dagelijks. Om die reden is het voor influencers en bedrijven bijzonder belangrijk om zichtbaar te zijn op deze pagina. Maar hoe zit het voor de gebruikers? Hoe bepaalt Instagram welke content voor jou **aantrekkelijk** is? Welke **AI-technologie** bepaalt hoe jouw Ontdekken pagina eruitziet? En heb je er zelf iets over te zeggen?

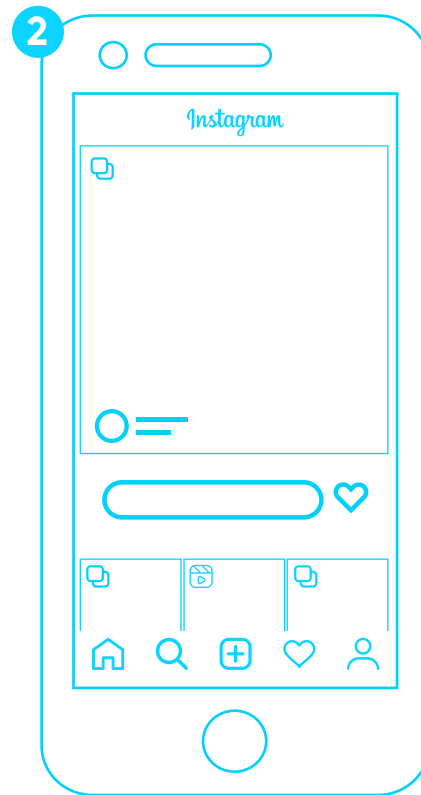
Aanbevelingssystemen

Om te bepalen welke posts er op je Ontdekken pagina getoond worden, maakt Instagram gebruik van minstens **vier verschillende aanbevelingssystemen**. Een aanbevelingssysteem is een **verzameling van algoritmes** die voor jou een selectie maakt uit de verschillende posts op Instagram en deze weergeeft in je feed.

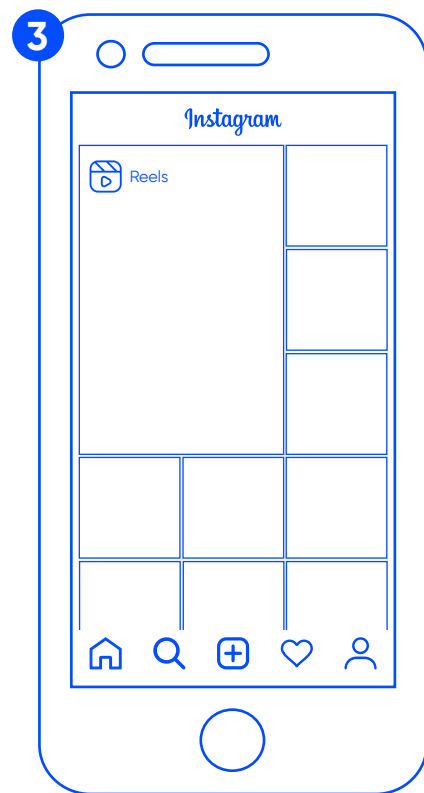
Deze aanbevelingssystemen selecteren items op basis van **voorspellingen**. Ze proberen aan de hand van verschillende **signalen** te voorspellen hoe **aantrekkelijk** jij de items zal vinden.



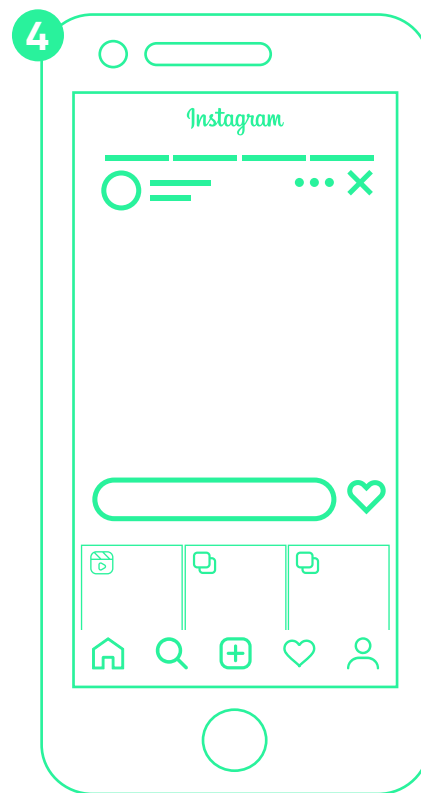
Aanbeveler 1 stelt inhoud zoals foto's en reels voor en geeft deze weer als **blokjes** in Ontdekken.



Als je op een van die blokjes klikt, toont **aanbeveler 2** gerelateerde inhoud in een reeks die je ziet als je voorbij het bericht scrolt waarop je hebt geklikt.



Aanbeveler 3 toont de grote, rechthoekige inhoud in Ontdekken, die bestaat uit **reels**.



Als je op een van die reels klikt, toont **aanbeveler 4** de gerelateerde inhoud die je ziet als je **voorbij de reel** scrolt waarop je hebt geklikt.

Voorspellen met signalen

Instagram maakt gebruik van **verschillende soorten signalen** om voorspellingen te maken. Zo zijn er **expliciete signalen** (bv. iets leuk vinden of een opmerking plaatsen) en **impliciete signalen** (bv. een bericht bekijken). Meestal worden er meerdere van deze signalen gecombineerd om tot een voorspelling te komen. Bovendien speelt **niet alleen jouw eigen gedrag** een rol, maar wordt er ook rekening gehouden met hoe anderen op dit soort posts reageerden. De **combinatie van verschillende voorspellingen** bepaalt vervolgens hoe waarschijnlijk het is dat je de content **aantrekkelijk** zal vinden.

Zo wordt bijvoorbeeld voorspeld **hoe waarschijnlijk het is dat je een bericht zal delen**. Om dit te berekenen, wordt er onder andere gekeken naar hoe oud het bericht is, hoe vaak mensen een miniatuurafbeelding van het bericht hebben gezien en hoeveel miniatuurafbeeldingen van andere berichten je reeds hebt gezien.

Ook voor de aanbevelingen van reels worden er een aantal voorspellingen gemaakt. Zo berekent men onder andere **hoe waarschijnlijk het is dat je de reel van begin tot eind bekijkt**. Om dat te voorspellen wordt er rekening gehouden met op hoeveel berichten je hebt geklikt en hoeveel daarvan reels waren.

Voorspellen of je een bericht gaat delen of een reel volledig zal bekijken lijkt redelijk voor de hand liggend wanneer men wil voorspellen hoe aantrekkelijk je een post vindt. Maar het gaat nog een stap verder. Zo probeert Instagram ook te voorspellen **wat de kans is dat je de audio van een reel opslaat**. Hiervoor kijkt men hoe vaak je de audio van een reel hebt opgeslagen in het verleden en wat de laatste honderd audiotracks zijn die je hebt opgeslagen uit reels. Instagram probeert vervolgens ook te voorspellen **wat de kans is dat je die audio gaat gebruiken in een reel die je zelf maakt**.

Win-win-win?

Misschien lijken dit op het eerste gezicht zinloze voorspellingen, maar voor Instagram is het belangrijk dat muziek die aangeboden wordt in reels ook door veel mensen wordt gebruikt. Het is namelijk **de belofte dat je muziek gebruikt zal worden** die artiesten overtuigt om hun muziek beschikbaar te stellen voor deze functie. Op die manier krijgen artiesten hun muziek tot bij de luisteraars, kunnen gebruikers kiezen uit een **uitgebreide audio-catalogus** en wordt het sociale media platform aantrekkelijker voor iedereen. Win voor de artiesten en win voor de eindgebruikers, wat uiteindelijk de grootste winst voor Instagram betekent.

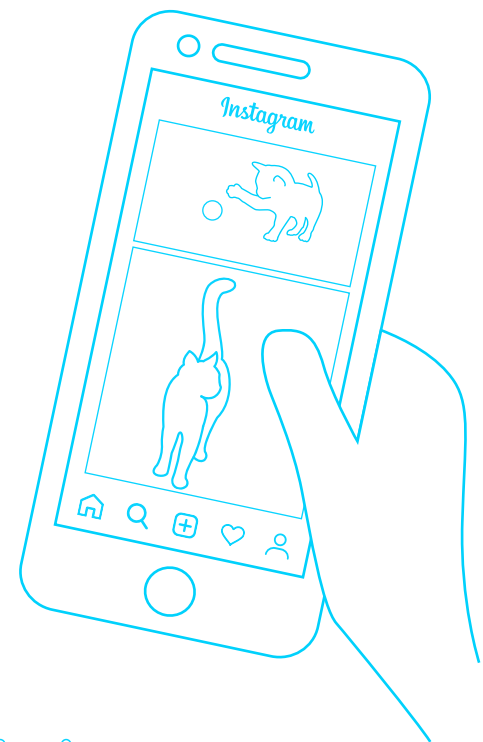
Slaaf van het algoritme?

Kan je zelf bepalen welke posts je te zien krijgt of ben je volledig onderworpen aan de grillen van het algoritme? Naast de expliciete en impliciete signalen die Instagram gebruikt om de aantrekkelijkheid van een post te berekenen, kan je als eindgebruiker ook meer **controle uitoefenen** over wat je te zien krijgt. Zo kan je bij elk bericht kiezen voor **'Niet geïnteresseerd'**. Wanneer je deze optie selecteert, zal de rangschikking score voor dit soort berichten tijdelijk omlaag gaan.

Maar wat ongetwijfeld het meest succesvol is om je eigen Ontdekken pagina vorm te geven, is **bewust omgaan** met de talrijke signalen die gebruikt worden. Zo kan je je gedrag aanpassen wanneer er bepaalde content is die je graag zou zien opduiken in je Ontdekken pagina. Ben je bijvoorbeeld op zoek naar meer DIY tutorials? Bekijk gelijkaardige reels tot het einde of laat een reactie achter. Of graag wat minder katten in je feed? Probeer dan een tijd lang posts met deze viervoeters niet zelf aan te klikken.

Meer weten?

Benieuwd naar de werking van andere AI-systemen op Instagram of Facebook? Of welke gegevens er gebruikt worden? Sinds de introductie van **de Digital Services Act** – een nieuwe Europese wet – zijn grote internetbedrijven zoals Meta verplicht om **transpanter** te zijn over waarom jij bepaalde inhoud (al dan niet) te zien krijgt. In **Meta's Transparency Center** kan je daarom nu een volledig(er) overzicht vinden van de algoritmes en gegevens die worden gebruikt door Meta.



Deze brAinfood werd ontwikkeld door Annelien Smets en Brett Binst, in het kader van het **SBO project Serendipity Engine (FWO)**. Ze baseerden zich op de informatie van **Meta's Transparency Center**.

Kenniscentrum Data & Maatschappij (2023). *Hoe werkt de Instagram Ontdekken pagina?* brAinfood van het Kenniscentrum Data & Maatschappij. Brussel: Kenniscentrum Data & Maatschappij.

Deze brAinfood is beschikbaar onder een **CC-by-4.0 licentie**.

