

TECHNOLOGIE : Die Kunst des Schmackhaftmachens

Von Von Clark Kent, Lois Lane(Revue Z), eingestellt am 26.01.2010



Eine Untersuchung zur gesellschaftlichen Akzeptanz

Die gesellschaftliche Akzeptanz ist ein seltsames Tier. Ihre Anhänger sehen in ihr die Möglichkeit, die Verbraucher in den Herstellungsprozess der ihnen zugedachten Technologien mit einzubeziehen. Für Kritiker handelt es sich um die soundsovielte Methode, irgendwo zwischen Marketing und Propaganda, ein Produkt schmackhaft zu machen. Aalglatt scheint sie, denn ihre Ziele, Gegenstände und Vertreter bleiben ungreifbar.

Z* hat sich das aus der Nähe angeschaut.

«Erfolgreich innovieren». So kann der Traum der «gesellschaftlichen Akzeptanz» von Philippe Mallein, Starsoziologe einer Disziplin im Aufschwung, umschrieben werden.

Immer mehr Regierungsinstanzen und Unternehmen haben ihre eigenen Forschungspole und Labore. Einige Innovationen laufen Gefahr, aufgrund der politischen Probleme, die sie aufwerfen, von den Verbrauchern nicht ohne weiteres akzeptiert zu werden. Durch die Zusammenarbeit von Forschern der Geisteswissenschaften und der neuen Technologien geben diese Labore vor, Bereichen, wie der Biometrie, den Nano- und Informationstechnologien ein menschliches und ethisch korrektes Antlitz verleihen zu können. Politische Bildung oder demokratische Illusion? Die Soziologin Magali Bicaïs erklärt dazu: «Die soziale Akzeptanz entspricht einem marktorientierten Denken. Es geht darum, zu wissen was akzeptierbar ist und was nicht, was getan werden muss, damit die Verbraucher eine Technologie akzeptieren.»

Zwischen Marketing und Propaganda

Seitdem in Unternehmen Public-Relations-Abteilungen existieren, sind die Marketing-Techniken allseits bekannt. Niemand wundert sich mehr über die Masse von Konsumanreizen, die unseren Alltag prägen. In der Politik spielt die Propaganda eine ähnliche Rolle, ihre moderne Version wird Kommunikation genannt.

Inmitten dieser Diskurse, welche die Wahl des Verbrauchers oder politischen Subjekts lenken sollen, ist die «soziale Akzeptanz» mit der Entwicklung neuer Technologien entstanden, unter anderem der Gentechnik (DNA, GVO, ...), den «IKT», Informations- und Kommunikationstechnologien, der Biometrie oder auch den Nanotechnologien.

Das massive Hereinbrechen stetiger technischer Neuerungen führt zu tiefgreifenden gesellschaftlichen Veränderungen und gerechtfertigter Besorgnis in Bezug auf gesundheitliche, soziale und politische Folgen. Es geht regelrecht darum, die Elementarformen sozialer Bindungen neu zu organisieren.

Für ihre Doktorarbeit zu diesem Thema hat Magali Bicaïs mehrere Jahre in einem FuE-Labor (Forschung und Entwicklung) von France Télécom verbracht. Ihr zufolge ist «die soziale Akzeptanz [...] mit den neuen Technologien verbunden, denn sie verändern unsere Art zu leben. Es wird von sozialer Akzeptanz gesprochen, wenn es um eine Technologie geht, die Auswirkungen auf die Gesellschaftsstruktur selbst haben kann. Mit den Techniken zur Akzeptanz ist ein Schritt zugelegt worden. Nun geht es darum vorauszusehen, was toleriert werden kann. Gefragt wird nicht mehr nach Bedürfnissen oder Wünschen, sondern danach, was von den Verbrauchern oder den Bürgern nicht geduldet werden wird.»

Machtmechanismen werden ständig von einer ganzen Bandbreite an technischen Mitteln verstärkt, und es wird immer schwieriger, dagegen anzukämpfen. Ob es sich um Grenzkontrollen, Zugang zu Schulen oder der Benutzung öffentlicher Transportmittel handelt, man muss mit Biometrie und RFID-Chips¹ rechnen. Um eine Person oder eine Bevölkerung zu kennen, müssen ihre «Daten» oder DNA erfasst werden. Das Individuum wird in Excel-Tabellen eingegeben und soll sich den Binärcodes der Informatik anpassen. Biologie und Informatik sind die Stützpfiler des Managementdenkens, das unser Leben bestimmt.

Längst schon treffen Internetseiten eine Vorauswahl des Profils von Personen, die einander gefallen könnten (Meetic, Yahoo, MSN), und die virtuellen «sozialen Netzwerke» breiten sich weiter aus (Virb, Myspace, Facebook, Twitter, etc.). In einer Zeit, in der die Zahl von Onlinepetitionen und -demonstrationen stetig ansteigt, schaffen es politisch engagierte Gruppen kaum noch, Widerstand ohne Mailinglisten zu organisieren. Die Liste der durch technologische Entwicklungen ausgelösten sozialen Veränderungen ist lang, obwohl diese Technologien oft als einfache technische Spielereien dargestellt werden.

Die am meisten verbreitete Strategie, jeglichen Protest zu verhindern, besteht darin, mit den individuellen Vorteilen zu werben und der politischen Frage auszuweichen. «Das Interesse an sozialer Akzeptanz in einem Unternehmen kann als Absicht verstanden werden, Sachen annehmbar zu machen, die es nicht sind (oder die bestimmten Werten widersprechen). Und dies scheint nur durch die nachdrückliche Betonung der Funktionalität dieser zukünftigen Produkte und Dienstleistungen möglich. Und genau darum geht es, wenn wir zum Beispiel die Akzeptanz der Lokalisationstechniken [Überwachung durch GPS, RFID, Mobilfunk, Anm.d.Red.] untersuchen sollen.»² Man könnte noch denken, die Fortbildungsprogramme der Regierung zu neuen Technologien seien gut gemeint, es ginge dabei wirklich nur ums «Informieren» über Vor- und Nachteile. Aber die Studien zur sozialen Akzeptanz legen einen rein kommerziellen Zynismus an den Tag, und bei näherem Hinschauen lässt sich auch eine gewisse Absicht zur politischen Manipulation nicht leugnen. Die Empfehlungen, die von staatlichen, europäischen oder privaten Forschungszentren veröffentlicht werden, zielen vor allem darauf hin, den Markt der neuen Technologien zu erweitern und mögliche politische, soziale oder kulturelle Widerstände so geschickt wie möglich zu umgehen. Zwei europäische Forschungsprogramme, das JRC (Joint Research Centre) und das IPTS (Institute for Prospective Technological Studies) geben den Ton an: « Es ist besser, die Menschen über die positiven Anwendungen einer Technologie zu informieren, als sie diese von selbst entdecken zu lassen.»³

Diese Steuerung unserer Wünsche kann nicht einfach nur als Egoismus einer undurchsichtigen politischen und wirtschaftlichen Elite erklärt werden. Handelt es sich dabei nicht vielmehr um eine logische Konsequenz des aktuellen wirtschaftlichen und sozialen Systems? Das Ganze als Komplott zu bezeichnen, stiftet nur mehr Verwirrung. Die soziale Akzeptanz surft auf der Welle der andauernden Faszination unserer Gesellschaft für alles was modern, neu und originell ist. Es wird immer schwieriger, die ganze technologische Apparatur, die unsere Art zu arbeiten, uns fortzubewegen, zu kommunizieren bestimmt, individuell abzulehnen, ohne uns damit auszugrenzen, uns selbst aus einer Gesellschaft auszustoßen, die uns emotional mit Anderen verbindet. Selten trifft man auf Menschen, die es schaffen, der allgemeinen Schwärmerei für die neuen Technologien zu widerstehen, nicht zuletzt aufgrund unserer Unfähigkeit, gemeinsam andere Formen sozialer Bindungen zu schaffen.

Akzeptanz schaffen

Und doch gibt es weiter-hin Innovationen, die schockieren, und die der Öffentlichkeit erst vorgekaut werden müssen, damit diese sie toleriert. Im Allgemeinen machen sich aus diesem Grund staatliche Instanzen für Ethik stark: «Es ist möglich, dass [...] in Zukunft gerade die Fähigkeit, die Dinge vorherzusehen und begleitend auf gesellschaftliche Toleranz, Aneignungsmechanismen und Ausdrucksweisen einzuwirken, einen Wettbewerbsvorteil darstellen wird.»⁴ Für Magali Bicaïs wird die Forschung von dem Motto «Durch Mitmachen Akzeptanz schaffen» geleitet. Das Ziel der sozialen Akzeptanz ist es, die Illusion von objektiver Information zu schaffen, und zusätzlich den Bürgern beziehungsweise Verbrauchern Einrichtungen zur Zusammenarbeit anzubieten.

Eine Reifungsphase, im Jargon der FuE auch Co-Konzeption genannt, soll die gesellschaftliche Reaktion austesten. Dazu verweist die Soziologin auf interne Dokumente: «Bezüglich der Akzeptanz von neuen Technologien ist der Faktor Zeit ausschlaggebend.

Eine vom Benutzer angeführte Bedingung kann unter Einwirkung der Zeit in bedingungslose Akzeptanz umgewandelt werden. Es ist möglich, die Gefahr zu banalisieren und einer Technologie, die als gefährlich galt zu breiterer Akzeptanz zu verhelfen. Die Zeit ist das zentrale Element, das sich der Anbieter auf zweierlei Arten zu Nutzen machen kann:

- Der Zeitfaktor kann einen strategischen Vorteil in der Vermarktung von Innovationen darstellen, wenn Zeit benötigt wird, um Vertrauen zwischen dem Benutzer und dem Unternehmen herzustellen.

- Es kann sich auch um die notwendige Zeit handeln, um den Benutzer zu manipulieren, damit er später das akzeptiert, was jetzt unannehmbar ist. In diesem Falle wird der Zeitfaktor ein Manipulationsmittel, um Risiken vergessen zu machen und Ängste zu banalisieren.»⁵ Unter dem Deckmantel zuvorkommender Zusammenarbeit mit den Bürgern oder den Verbrauchern ist die soziale Akzeptanz letztendlich nur eine Methode, um die mit gewissen Technologien einhergehenden Widerstände zu entschärfen. Und wenn die Worte «Ethik», «Umwelt» und «Sicherheit» so häufig gebraucht werden, geht es dabei vor allem darum, die Gemüter zu beruhigen und den Investoren ein Gefühl von Sicherheit zu geben. Herr Renzo Tomellini, Chef der Nanowissenschafts- und Technologieabteilung bei der Generaldirektion Forschung der Europäischen Kommission, formuliert es deutlich in seinem Bericht für den französischen Senat von 2003: « Ich spreche nicht von einem moralischen, sondern von einem auf Nutzen ausgerichteten Ansatz. Die großen Investoren [...] stecken ihr Geld in Bereiche, die in Bezug auf die Umwelt und ethische Aspekte neutral oder sicher sind. Sie wollen Schlappen wie die GVO vermeiden, d.h. sie wollen in verantwortungsbewusste Entwicklung investieren. Nicht nur eine ethisch und moralisch korrekte Sache, sondern auch eine, die wirtschaftlich angemessen ist, denn wir geben den Investoren Sicherheit. Und Investoren brauchen Sicherheit.»

Die GVO als Illusionsbefreier

Vorsicht ist angesagt. Protestbewegungen haben es geschafft, der Industrie und dem Staat Angst zu machen, und diese haben die Lektion gelernt. Neue Technologien sollten nicht übereilt und unüberlegt durchgesetzt werden. Der Präzedenzfall der «Genfeldbefreier» erfordert eine Reihe von Strategien, um die Gemüter vorzubereiten. Seit dem Widerstand gegen die Atomkraft in den 70er Jahren hatten Wissenschaft und Technologien es geschafft, sich von der politischen Ebene zu befreien. Die Idee, dass eine Technik neutral und nur ihre Anwendungen gut oder schlecht seien, schien fest in den Köpfen verankert. Die Skandale im Agrar- und Ernährungssektor (BSE) und bezüglich der Gesundheit (Asbest) einerseits, die Ablehnung sozialer Kontrolle andererseits (aufgezwungene Überwachung durch Scheckkarten, Handys und andere kontaktlose Chipkarten z.B. für öffentliche Transportmittel) sind da, um uns daran zu erinnern, dass gewisse Techniken nicht neutral sind. Sie vervollkommen das gesellschaftliche System, in dem wir leben: Erfassen, kontrollieren, produzieren und verkaufen? um jeden Preis. Wenn eine Technologie einer Gesellschaft sinnlos oder moralisch nicht annehmbar erscheint, kann sich der Diskurs zu ihrer Durchsetzung nicht nur auf das Argument der Neutralität der Technik verlassen. Das sagt zumindest das Zentrum für strategische Analysen (Centre d'analyse stratégique). Dieser direkt an den Premierminister gebundene Organismus «hat die Aufgabe, die Regierung bei der Festlegung und Durchführung ihrer strategischen Zielsetzung auf wirtschaftlicher, sozialer, umweltpolitischer und kultureller Ebene zu beraten». Seine Arbeit soll ein erneutes «GVO Syndrom»⁵ verhindern und sucht nach neuen Überzeugungswaffen. Davon zeugt ein Monitoring-Schreiben in Bezug auf die Nanotechnologien: «Die Aufmerksamkeit sollte in diesem Zusammenhang auf Folgendes gelenkt werden: Die Diskussionen über Nanotechnologien stützen sich auf die gewonnenen Erfahrungen aus den vorhergehenden «historischen» Diskussionen über die Biotechnologien, die Atomkraft, die GVO, um die Fehler der Vergangenheit nicht zu wiederholen. Dies führt einerseits zu einer Art Wiederverwertung der Mittel, der Argumentationen, der Haltungen und Empfehlungen, andererseits zu einem starken Innovationswillen, was sowohl die Durchführung als auch die Zielsetzung und den Ausgang der Diskussionen betrifft.»

Die hier erwähnten Mittel zur «Wiederverwertung» der Argumentationen bestehen in der noch nie dagewesenen Allianz zwischen verschiedenen Akteuren, die gewissermaßen noch vor der eigentlichen Werbung Hand anlegen. Heute arbeiten in den Zentren zur Grundlagenforschung Soziologen, Psychologen, Philosophen und Marketingspezialisten. Diese Mischung unterschiedlichster Experten sucht nach der magischen Formel der sozialen Akzeptanz.

Soziale Akzeptanz und Benutzungssoziologie

Als Minatec, der erste europäische Forschungspol für Nanotechnologien, 2006 in Grenoble eröffnet wird, halten Riotcops die Demonstranten davon ab, ihren Protest kund zu tun. Dabei wird eine Person schwer verletzt.

Schon 2002 wurde ein internes Forschungslabor eingerichtet, das Minatec Ideas Laboratory, das die bereits genannte Zusammenführung der Forschungsgebiete betreiben, und auch die Konflikte voraussehend entschärfen soll... Die Presse gibt dem Projekt einstimmig ihren Segen, obwohl die Verschwiegenheit der Kommunikationsexperten, was die Inhalte ihrer Arbeit betrifft, beispielhaft ist. Michel Ida, verantwortlich für das Labor, ist da ganz offen: «In diesem Sinne sind wir eher eine geschlossene Gesellschaft. Die Wirtschaftstageszeitung Les Échos hält sich ebenfalls nicht zurück.« Erklärtes Ziel des Minatec Ideas Laboratory ist die Vermeidung von Irrwegen mit Produkten, für die keine Nachfrage besteht, doch seine Aufgabe besteht auch darin, einer feindlichen Haltung der Öffentlichkeit gegenüber den Nanotechnologien im Allgemeinen und Minatec im Speziellen vorzubeugen. Mit diesem Ziel vor Augen wurden bereits 2004 die Universität Pierre Mendès France in Grenoble (Geistes- und Sozialwissenschaften, kognitive Wissenschaften...) und 2005 die Universität Stendhal (Literatur, Medienwissenschaften) als Partner am Minatec Ideas Laboratory beteiligt, eine originelle Herangehensweise, zumindest in Frankreich.»⁷

Der Begriff der sozialen Akzeptanz kommt aus der angelsächsischen Soziologie. Schon seit den 1980er Jahren versuchte sie, Modelle der Art und Weise, wie Personen ein Objekt benutzen, zu entwerfen. «Eines dieser Modelle ist das TAM (Technology Acceptance Model) von Davis⁸, das die wahrgenommene Nützlichkeit und die einfache Handhabung als determinierende Variablen für die Akzeptanz einer Technologie hervorhebt. Man stellt umgehend fest, dass diesem Modell eine grundlegende Seite fehlt, nämlich die psychosozialen und gesellschaftsorganisatorischen Betrachtungen. Zweifelsohne haben Karahanna und Straub⁹ aus diesem Grund drei zusätzliche Faktoren ins Spiel gebracht, die soziale Präsenz, der gesellschaftliche Einfluss und die technische Unterstützung ergänzten somit Davis' TAM.»¹⁰

Mit diesen Errungenschaften importiert Phillippe Mallein 1999 erfolgreich die «Benutzungssoziologie» nach Frankreich und gründet in Grenoble das Start-up-Unternehmen Advalor. Wie auch das Minatec Ideas Lab weiß dieses Unternehmen, dass «die Sterblichkeitsrate von Innovationen im Frühstadium um 80 Prozent liegt», und dass nur präventive soziologische Analysen von repräsentativen Verbraucher- bzw. Bürgergruppen Erträge in Höhe der Investitionskosten sicherstellen. Auch um den Begriff der «Akzeptanz» nicht zu oft zu gebrauchen, zieht Phillippe Mallein es vor, von «Benutzungssoziologie» zu sprechen.

Die Erklärung, die er am Telefon abgibt, um die Ambivalenz der Begriffe zu erläutern, bleibt ebenfalls recht ambivalent: «Es gibt zwei Ebenen der Akzeptanz. Erstens, in einem Kontext, in dem die Lebensführung individueller wird, kann man sich fragen: Wie können sich Benutzer eine Neuerung aneignen, welchen Sinn können sie in ihr sehen, welche Benutzungsbedeutungen? Ich persönlich arbeite eher zu dieser Unmittelbarkeit des Alltags. Die zweite Ebene ist mehr politisch und moralisch es geht dabei um etwas anderes. Es handelt sich um Fragen bezüglich des demokratischen Geschehens. Ich stoße auch auf solche Fragen, aber auf eine Art die weniger politisch ist, eher ambivalent.» Herr Mallein macht keine Politik. Und das aus gutem Grund, denn im Rahmen der sozialen Akzeptanz ist das Ziel, keine Politik zu machen, oder besser gesagt Technologien zu entpolitisieren, obwohl ihre Entwicklung höchst politisch ist. Die Aufmerksamkeit wird von den eigentlichen Fragen abgelenkt, um sich auf Vorteile in Bezug auf Komfort und Prestige zu konzentrieren. Die Strategie besteht also darin, die Ängste der Zivilgesellschaft zu umgehen, indem der Blick auf den Unterhaltungswert, narzisstische oder kommerzielle Aspekte einer Technologie gelenkt wird. Die Berater genieren sich nicht, diese Absichten offen darzustellen, davon zeugt ein Bericht von Capgemini: «RFID, den Verbraucher informieren, um seine Ängste zu überwinden.»¹¹ Stéphane Ghioldi ist verantwortlich für RFID bei Capgemini Consulting. Ihm zufolge gibt es «beim Akzeptanzgrad neuer Technologien [...] eine psychologische Schwelle, ab der die Vorteile für den Verbraucher mehr Gewicht haben, als die Nachteile. Durch eine angemessene Präsentation der RFID und regelmäßige Kommunikation in Richtung der Verbraucher kann dieses Stadium erreicht werden.»¹²

*Revue Z Nr. 1, www.zite.fr

Aus dem Französischen von Inga Frohn und Lena Müller

Fortsetzung in der nächsten Nummer

2. Magali Bicaïs, «Imaginaire de la fonctionnalité, de l'acceptabilité sociale à l'émergence du projet technicien», Doktorarbeit, 2007, unter der Leitung von Barbara Michel, Université Pierre Mendès France, Grenoble

3. RFID Technologies: Emerging Issues, Challenges and Policy Options, JRC Scientific and Technical Reports, 2007

4. Les nanotechnologies: éthique et prospective industrielle, 1. Band, Conseil général des mines, Conseil général des technologies de l'information, 2004.

5. DICAU (MSH Alpes), «Acceptabilité des concepts de Localisation et de Visiophonie: analyse et interprétation des focus groups», Forschungsbericht, internes Dokument von France Telecom Recherche et Développement, Meylan, Dezember 2004

6. Catherine Ducruet, «Das führende Zentrum führt sein Ideenlabor an, um den Protest zu beschwichtigen. Minatec will einen Konsens zu den Nanotechnologien schaffen.» in Les Échos, 5. April 2006

7. Les Échos, 5. April 2006

8. Davis, F. D. (1986), A technology Acceptance Model for empirically testing new end-user information systems: theory and results. MIS Quarterly, Band 13, Nr.3

9. Karahanna, E. & Straub, D.W. (1999), «The Psychological origins of perceived usefulness and ease of use», Information and Management, Band 35, Nr. 4

10. «Élaboration et validation d'un questionnaire de mesure de l'acceptation des technologies de l'information et de la communication basé sur le modèle de la symbiose humain-technologie-organisation», Éric Brangier & Sonia Hammes, IA 2006, Kolloquiumsschrift, Oktober 2006

11. Der Bericht trägt folgenden Untertitel : «Eine neue Studie Capgeminis treibt Fachmänner an, die Verbraucher über die Vorteile von RFID zu informieren und so die Sorgen um Verletzungen der Privatsphäre zu überwinden»

12. Capgemini, RFID: Den Verbraucher informieren, um seine Ängste zu überwinden, Paris, 1. April 2005, Presseerklärung

Original Author:

Von Clark Kent, Lois Lane (Revue Z)

France:

Hameau de St-Hippolyte
F-O4300 Limans
Tel.: +33-492-73 05 98
fr@forumcivique.org

Schweiz/Suisse:

St. Johans-Vorstadt 13
Postfach, CH-4004 Basel
Tel.: +41-61-262 01 11
Fax: +41-61-262 02 46
PC/CCP 40-8523-5
ch@forumcivique.org

Österreich:

Lobnik 16
A-9135 Bad Eisenkappel/
?elezna Kapla
Tel.: +43-42 38-87 05
Fax: +43-42 38-87 05 4
at@forumcivique.org

Deutschland:

Hof Ulenkrug
Stubbendorf 68
17159 Dargun
Tel.: +49-399 59-20 329
Fax: +49-399 59-20 399
de@forumcivique.org

Ukraina | ???????:

vul. Borkanyuka 97
90440 Nizhne Selishche
Khust, Zakarpattia
Fax: +380-31 42-512 20
ua@forumcivique.org

Rumânia:

Joachim Cotaru
str. Bisericii 234
557168 Hosman (SB)
Tel./Fax +40-269-583 153
ro@forumcivique.org