

TECHNOLOGIE : Die Kunst des Schmachtmachens

Von Clark Kent, Lois Lane (Revue Z), eingestellt am 04.02.2010



Die gesellschaftliche Akzeptierbarkeit ist ein seltsames Tier. Ihre Anhänger sehen in ihr die Möglichkeit, die Verbraucher in den Herstellungsprozess der ihnen zgedachten Technologien mit einzubeziehen. Für Kritiker handelt es sich um die soundsovielte Methode, ein Produkt schmackhaft zu machen, irgendwo zwischen Marketing und Propaganda. Die Zeitschrift Z* hat sich das aus der Nähe angeschaut. (2. Teil)

Praxisstudien zur sozialen Akzeptierbarkeit analysieren die Verhaltensweisen der Verbraucher und Bürger, um Modelle ihrer Reaktionen auf die neuen Technologien zu entwerfen. Die Wissenschaftler bezeichnen politische Proteste als «Ängste», «Befürchtungen», «Besorgnis», obwohl sie meistens mit sehr rationalen Argumenten formuliert werden. Aber ein bestimmter Konsens muss aufrecht erhalten werden: Wissenschaft beinhaltet Wahrheit, nicht nur metaphysische, auch soziale. Wer sie ablehnt, ist ein Feind der Aufklärung, ein «Ayatollah», und ist nicht ausreichend gebildet.

Verhaltensstudien

Als ehemaliger Mitarbeiter in einem Labor für soziale Akzeptierbarkeit hat Lucien für ein FuE Team geforscht. «**Eine gesellschaftlich heikle Dienstleistung soll angeboten werden, wie die Biometrie beispielsweise, wir stellen dann erst einmal die Rahmenbedingungen dieser Technologie zusammen. Darin finden wir die auf sie bezogenen Grundtendenzen, die Fragen, die diese Technologie aufwirft (Bezug zum Körper, kulturelle Ablehnung, usw.). Wir nehmen dafür alle Berichte zur Hand, auf die wir stoßen, Magisterarbeiten, Artikel aus der Presse, usw. Diese Rahmenbedingungen werden oft von Beobachtern? ausgearbeitet, die von irgendwoher kommen, zum Beispiel über-diplomierte Physiker, die als Dokumentalisten neu eingestuft werden, da sie keinen Job haben.**» «Und dann», erzählt er weiter
 , «**machen wir ein Powerpoint-Dokument mit Schlüsselsätzen, in dem wir sagen ?Achtung dies und jenes?, ?Achtung, die Leute sind sehr sensibel, wenn es um ihren Körper geht?. Dann schreiben wir einen Anforderungskatalog, in der die Hemmungen erläutert werden und Empfehlungen, um diese Hemmungen zu überwinden. Beispielsweise gab es Vorbehalte gegen das Vorhaben, Handys für Kinder unter 6 Jahren anzubieten, und wir mussten alle positiven Aspekte finden. Die Hemmungen lösen und die Vorteile zeigen. Das ist so ideologisch, dass man gar nicht mehr sieht, dass es um Ideologie geht.**» Bei dieser Methode besteht ein Problem allerdings weiterhin: Einzelfälle reichen für Allgemeingültigkeit nicht aus. Um eine ideale Zusammenarbeit zwischen Geistes- und Naturwissenschaften zu erreichen, werden universelle Modelle gebraucht, und Analysestandards in sozialer

Wenn dann aus den Rahmenbedingungen ein dichtes Netz gesponnen ist, muss es nur noch über der Beute ausgeworfen werden. Dazu wurden mehrere Werkzeuge entwickelt. Mallein hat seines patentiert: CAUTIC, und er versichert, es an mehr als 150 Kunden verkauft zu haben, darunter Schneider, France Télécom, Bouygues, usw. Malleins Methode besteht darin, Panels kritischer Verbraucher zu untersuchen. Mit den Ergebnissen werden Reaktionskategorien auf die neuen Technologien erstellt, von denen aus verschiedene Strategien zur sozialen Akzeptierbarkeit entwickelt werden können. Schenkt man den Aussagen Sylvie Tarozzis von der Abteilung soziale Akzeptierbarkeit bei France Télécom Glauben, handelt es sich hierbei wohlgerneht nur um eine objektive und den Benutzerinteressen wohlgesinnte «Benutzungssoziologie». **«Es ist nicht mein Job, die Leute dazu zu bringen, Technologien zu akzeptieren. Ich berücksichtige die Benutzer.»** Bluff oder aufrichtige Menschlichkeit? Einer Führungskraft desselben Unternehmens zufolge hatten **«alle Soziologen, denen [sie] begegnet [ist] und die bezüglich der sozialen Akzeptierbarkeit ihre Menschlichkeit hervorhoben, [...] dahinter immer auch etwas zu verkaufen: eine Methode zur sozialen Akzeptierbarkeit, ein Mittel zur Erstellung von Akzeptanzmodellen.»**

Die Studien werden von den Marketingabteilungen in Auftrag gegeben und, nachdem sie den gesamten Apparat der technischen Bearbeitung durchlaufen haben und verdaut worden sind, werden sie letztendlich als Werbe-Algorithmus wieder eingespeist. Das bezeugt auch Lucien: «

Im Großen und Ganzen dienen wir nur noch als Alibi, wir produzieren aufbereitete Berichte, die sich an den Forderungen von Oben oder am Marketing orientieren.»

Die Focus Groups

Wie verlaufen diese Untersuchungen, die versuchen herauszufinden, ob eine bestimmte gesellschaftliche Gruppe bereit ist oder nicht, eine Technologie anzunehmen? **«Dafür»** antwortet Lucien, **«werden Focus Groups benutzt. Diese Prozedur war am Anfang ziemlich mühsam, aber der Trend geht zur Standardisierung. Man setzt die Zielpersonen in einen Raum mit Kameras und Sensoren, um ihre Reaktionen auf ein Produkt zu sehen. Wie reagieren sie, was befürchten sie, was ruft Ratlosigkeit bei ihnen hervor?»** Bei dieser Methode, die direkt von den Verbrauchervereinen inspiriert ist, geht es nicht nur um die Farbe der Kirschen im Joghurt, sondern auch darum, was man fühlt, wenn man erfährt, dass das eigene Handy einfach von Dritten abgehört werden kann; dass mit Nanotechnologien Massenvernichtungswaffen hergestellt werden; dass Begegnungen im Internet nicht so soft sind wie die auf der Straße, usw. Durch die so realisierte Aufnahme, Archivierung und Klassifizierung der Einwände gegen die Technologien, werden zwei Fliegen mit einer Klappe geschlagen. Der Zivilgesellschaft wird nicht nur der Eindruck vermittelt, sie könne aktiv an der «ethischen» Ausarbeitung einer Technik mitwirken, es werden auch alle Beschwerden ihr bezüglich gesammelt, um sie so abschätzen zu können und einen positiven und beruhigenden Diskurs zu entwickeln.

Für Lucien «

geht es weiterhin darum, zu ermitteln, wie produziert und verkauft werden kann, ohne sich zu fragen warum. Wenn es eine soziale Hürde gibt, unterstützen die Teams der sozialen Akzeptierbarkeit das Marketing, damit es durchkommt. Der Verbraucher wird mit eingespannt, nicht um mit ihm, sondern über ihn zu arbeiten.»

Der bestmögliche Fall tritt ein, wenn Befürchtungen sehr schnell als zu unerträglich ausgedrückt werden. Magali Bicaïs zeigt, dass **«die ?Widerständler? gegen die neuen Technologien definiert werden als die ?Kategorie, die den Studien helfen kann, gewisse Befürchtungen und Ängste bezüglich der 4**

zu erkennen; sie ermöglichen es, auf diese Weise die Grenzen der Neuerungen klarer zu definieren.? Sie stellen eine potenzielle Informationsquelle dar, für den Fall, dass Sicherheitsvorkehrungen getroffen oder verstärkt werden müssen.

Es reicht also aus, bestimmte gefährliche Wirkungen zu reduzieren. Wenn es durch die RFID Chips beispielsweise möglich ist, den Wegen der Konsumenten mithilfe von Sendetiketten in den Produkten zu folgen, wird eine Zeitlang eine Desaktivierungsfunktion hinzugefügt. Wenn die Aufnahme der Fingerabdrücke von Kindern für den Zugang zur Schulkantine zu sehr an Polizeimethoden erinnert, dann wird eben nur die Handkontur benutzt. Die Taktik ist einfach: Die am wenigsten akzeptierbaren Möglichkeiten werden für die Zeit des Markteinstiegs vertuscht. Um sie anschließend besser verkaufen zu können, wird die gleiche Art und Weise wie Bürgerbefragungen sich als eere Hülle herausstellend durchgeführt werden, obwohl die Entscheidungen schon getroffen wurden, unterfüttern die von den Soziologen eingefangenen Meinungen vor allem die Marketingstrategien. Für Magali Bicaïs sind die **Focus Groups «wie eine Bürgerdebatte innerhalb eines Unternehmens. Man versammelt um die fünfzehn nach sozialer Kategorien ausgesuchte Personen und präsentiert ihnen Technologiekonzepte, auf die sie reagieren sollen. In den Focus Groups sind Leute gefragt, die zu keinem Zeitpunkt an irgendeiner Entscheidung teilhaben können. Die negativen Aspekte werden von vornherein ausgeräumt und es wird nur noch von den Vorteilen gesprochen, sie werden gefragt, was ihnen gefällt. Das einzige Ziel der Übung ist es, herauszufinden, was toleriert werden kann.»**

Science Fiction und Dreamstories

Eine weitere Strategie zum **consent manufacturing**

(was mit «industrieller Konsensfabrikation» übersetzt werden könnte) bezüglich der neuen Technologien greift auf Fiktion zurück. Aber was ist logischer, angesichts einer dermaßen massenhaften Produktion von immer neuen Produkten, dass man gar nicht mehr weiß, welchen Sinn man ihnen geben könnte? Wissenschaftliche Forschung und **Science Fiction**

inspirieren sich gegenseitig. Für Magali Bicaïs gehört das zusammen **Die Unternehmen, die Medien, die Politik und die Science Fiction erschaffen zusammen eine gesellschaftliche Ideenwelt, in der Technologien überall gegenwärtig sind und alle Probleme lösen können**

So wird in einem der wenigen öffentlichen Berichte der Verteidigungsabteilung des Europarats zur Entwicklung von Drohnen ein einziges Modell zitiert: der Apparat von **Skynet** im Film **Terminator 5**

Forscher und Industrie erforschen Hand in Hand den so vorbereiteten Bereich des Möglichen, wie es zum Beispiel ein belgischer Bericht angibt: **«Die Fiktion hat zuerst eine heuristische und erkenntnistheoretische Funktion: Bei Verunsicherungen kann der Hinweis, dass bestimmte Szenarien phantasmagorisch sind, die Grenzen des Möglichen und des Akzeptierbare erläutern. Die Fiktion hat auch eine interessensweckende Funktion, sie weckt die Aufmerksamkeit der Investoren und der Verantwortlichen für die FuE Politik Sie hat außerdem eine regulierende und soziale Funktion, das Bewusstsein für Möglichkeiten und Risiken stimuliert und somit als Dialogansatz zwischen Forschern und Publikum dient.»** Die Ideenvielfalt aus der Science Fiction landet letztendlich in den Labors zur Akzeptierbarkeitsforschung selbst. Sie wird dort in der Form von **Dreamstories** integriert: **«Es handelt sich um Szenarisierungen»**, erklärt Lucien **«ein Film der eine fantastische Welt zeigt, so wie sie sein könnte mit all den neuen Technologien. Man schreibt eine Geschichte mit allen Technologien, die isoliert zur Verfügung stehen, und setzt sie zusammen und untereinander verbunden in Szene. Es ist ein internes Mittel, das eine ideale Welt darstellen soll. Aber einige Techniker waren schockiert, als sie das sahen. Sie sagten: ?Diese ideale Welt, das ist die totale Überwachung! Und so haben wir gefangen, uns intern über die nightmare stories? lustig zu machen, das war eine Möglichkeit, das alles zu werden.»**

*Revue Z Nr. 1, <http://www.zite.fr/>^[1]

Aus dem Französischen von Inga Frohn und Lena Müller

1. M. Martin, La science : un enjeu sociétal. Kolloquium vom 18. Juli 2008, Conseil économique et social régional de Rhône-Alpes
2. Forschungs und Entwicklungsteam
3. Phillippe Mallein importierte 1999 erfolgreich die «Benutzungssoziologie» nach Frankreich und gründet in Grenoble das Start-up-Unternehmen Advvalor
4. Informations- und Kommunikationstechnologien
5. «In den Filmen ist **Skynet** ein Netzwerk, das die Verteidigung der USA kontrolliert. Immer autonomer und ausgestattet mit einer entwicklungsfähigen künstlichen Intelligenz, löst es einen Präventivkrieg gegen die menschliche Rasse aus, um zu verhindern, dass diese es abstellt. Armeen von Drohnen undUCAV und irdische Roboter jagen die Überlebenden ohne Unterlass.»
6. **La lettre EMERIT(Expérience de Médiation et d'Évaluation dans la Recherche et l'Innovation Technologique**), Nr.48, veröffentlicht von der Stiftung Travail-université, 4. Quartal 2006, Namur

Original Author:

Clark Kent, Lois Lane (Revue Z)

Verweise:

[1] <http://www.zite.fr/>

Quellen-URL (abgerufen am 2010-07-31 13:43): <http://www.forumcivique.org/de/artikel/technologie-die-kunst-des-schmac>

France: Hameau de St-Hippolyte F-04300 Limans Tel.: +33-492-73 05 98 fr@forumcivique.org	Schweiz/Suisse: St. Johanns-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 Stubendorf 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
--	---	--	---	--	---