MANDANTENBRIEF 06 / 2018

SOCIAL MEDIA (TEIL 2)
→ Die Konsequenzen

Wer glaubt, daß die Kommunikation in den Social Media nichts anderes ist, als ein „bloßes Telephongespräch“ der täuscht sich gewaltig: Jede Nachricht, jeder Post, jedes Foto das im Netz erscheint, bleibt im Netz und wird weiterverwendet:

Es war faszinierend zu erfahren, womit sich chinesische High-Tech-Unternehmen befassen: Daten zu sammeln – daß ist die Basis der jetzigen Entwicklung, dann geht es weiter mit Face Recognition, Voice Recognition bis hin zu Algorithmen, die in der Lage sind, ein persönliches Profil über jeden einzelnen Bürger zu erstellen. Die „hohe Kunst“ der digitalen Transformation besteht nicht nur darin, das Wahlverhalten von Bürgern zu beeinflussen (siehe USA, Russland, England, Deutschland), sondern die Endstufe der Forschung liegt in der „Predictive Solution“ – sprich in der Vorhersage, was der einzelne Bürger wie tun wird: Sei es, wo und mit wem er sich zum Essen treffen wird, wo und wann er welches Kleidungsstück kaufen wird, wo und wann er Urlaub machen wird, bis hin zu der Kunst, den Bürger gezielt durch (Miß-)Informationen so zu beeinflussen, damit er sein Kreuzchen auf dem Wahlzettel bei dem Urnengang an der „richtigen Stelle“ macht.

Ist das Traumtänzerei? Bei weitem gefehlt: Und das sind nicht nur die chinesischen High-Tech-Unternehmen, die sich mit diesem Szenario befassen, sondern auch amerikanische und selbst auch deutsche Unternehmen – allerdings letztgenannte im Ausland, denn wenn man das in Deutschland machen würde, gäbe es Probleme mit dem Datenschutz. Der wird hier in Deutschland groß geschrieben und die Unternehmen werden dazu verdammt, sich buchstabengetreu nach dem Gesetz zu verhalten. Dann darf wohl die kritische Frage gestellt werden, ob nicht der deutsche Datenschutz sich letztlich als ein „Forschungs-Hindernis“ auf jeden Fall als eine „Forschungs-Bremse“ entpuppt, während die anderen Länder (ohne Datenschutz) lustig weiterforschen…

Das Gegenargument zu diesem Statement liefert gerade FACEBOOK in Verbindung mit dem Datenmissbrauch-Skandals initiiert von CAMBRIDGE ANALYTICA, wobei nach neuesten Informationen die Daten von 87 Mio. treugläubigen FACEBOOK-Nutzern durch fremde Dritte missbraucht wurden.

Und hier steckt „des Pudel’s Kern“: Das Problem besteht darin, daß die FACEBOOK-Anhänger nicht wissen, was genau gesammelt wird und wozu die gesammelten Daten letztlich genutzt werden. Oft wird bedauert, daß Facebook ein Social-Media-Monopol aufgebaut hat. In diesem Zusammenhang ist sicherlich interessant, daß das größte Volk der Welt – nämlich die Chinesen – Facebook weder kennt noch nutzt. Stattdessen bewegen sich diese Bürger im eigenen Social Network, so z.B. WECHAT und QQ.

Kommen wir nochmals auf den Eindruck aus dem Delegationsbesuch aus China zurück (siehe TMC E-Mail vom 03.04.2018), wo deutlich wurde, daß wir es hier mit einem Land zu tun haben, in welchem „grenzenlos“ geforscht und weiterentwickelt wird: Eine ethische Barriere, definierte Werte, die Grenzen setzen, sind nicht vorhanden.

Mit der „smart red cloud“ – so der chinesische Präsident Xi Jinping – soll ein gesellschaftliches Bonitätssystem geschaffen werden, daß das Verhalten der Bürger und der Unternehmen bewertet: Ein Bonus-/ Malus-System – bewirkt durch definierte Algorithmen – beurteilt das jeweilige Subjekt, ob zu viel gefeiert wurde, ob Rechnungen pünktlich bezahlt wurden, ob die Parteiversammlungen regelmäßig besucht wurden, ob richtig investiert wurde und klassifiziert nach dem Verhalten der Bürger diese in gute, normale und schlechte Chinesen:…George Owell’s „1984“ lässt grüßen.

Hatte Goethe mit der Aussage im „Zauberlehrling“ doch recht: „Die ich rief, die Geister werd‘ ich nun nicht los“…

* * *

Zur Diskussion der einen oder anderen Fragestellung im spannenden Kontext „Die Konsequenz der Social Media“ stehen Ihnen die erfahrenen Berater der TMC – Gruppe jederzeit gerne zur Verfügung.

Ihre
TMC
Trust Management Consultants – Gruppe