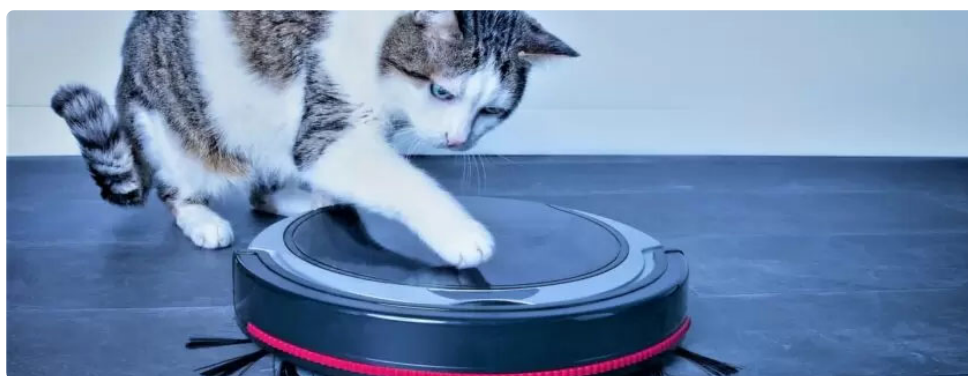


# SocietyByte

BFH-Magazin für die Humane Digitale Transformation

## Wie Humor das Vertrauen in Smart-Home-Produkte beeinflusst

Von Stefan Rose (BFH Wirtschaft) | 0 Kommentare



**Smart Home Technologies (SHT) führen häufig Aufgaben in den intimsten Bereichen des Lebens ihrer Nutzer aus – in ihrem Zuhause. Um Vertrauen in diese Technologien aufzubauen, setzen die Anbieter häufig darauf, eine menschenähnliche Interaktion mit den Geräten zu schaffen, z. B. durch den Einsatz von Humor. Obwohl der Humor in SHTs immer weiter vorangetrieben wird, ist seine tatsächliche Wirkung in diesem Zusammenhang noch weitgehend unerforscht. In einem aktuellen Forschungsprojekt untersuchen Wissenschaftler der BFH Wirtschaft die Auswirkungen von Humor auf die wahrgenommene soziale Präsenz und das anfängliche Vertrauen in SHT.**

Smart-Home-Technologien wie intelligente Thermostate oder autonome Staubsaugerroboter haben sich in den letzten Jahren weit verbreitet [1]. SHTs gehören zur Kategorie der smarten Produkte. Sie können beispielsweise selbstständig agieren, auf ihre Umgebung oder Nutzer reagieren und mit anderen Geräten kooperieren [2]. Viele dieser SHTs verwenden Sprachsteuerung, so dass der Nutzer mit einem virtuellen Assistenten wie Alexa, Cortana oder Siri über eine Sprachkonversation oder einen Chat interagieren kann. In diesem Zusammenhang hat der Einsatz von Humor als soziales Signal in letzter Zeit an Bedeutung gewonnen. Obwohl der Einsatz von Humor in SHTs immer fortschrittlicher wird, sind die Auswirkungen auf die Nutzer noch weitgehend unklar und die dürftigen Forschungsergebnisse ambivalent.

## Aufbau von Vertrauen

Grundsätzlich ist Humor ein wünschenswertes Persönlichkeitsmerkmal, das wir sowohl bei anderen als auch bei uns selbst schätzen [3]. Insbesondere wurde Humor als ein Signal identifiziert, das vom sozialen Umfeld interpretiert wird und das wiederum die Art und Weise beeinflusst, wie eine Person von anderen wahrgenommen wird. Humor wurde auch als wichtiger zwischenmenschlicher Faktor beim Aufbau von Beziehungen zu anderen und bei der Steigerung des Vertrauens selbst zwischen relativ fremden Personen identifiziert [4].

Die Forscher dieses Projekts gingen davon aus, dass Humor nicht nur in der zwischenmenschlichen Interaktion, sondern auch als Reaktion auf Technologien wie SHT empfunden werden kann. Insbesondere wurde angenommen, dass sich Humor nicht nur auf die Beziehungen zwischen Menschen, sondern auch auf die Beziehungen zwischen Menschen und Technologien positiv auswirken kann. Der Grund dafür ist, dass Menschen Computer und Computerartefakte, die soziale Reaktionen hervorrufen, als soziale Akteure behandeln und auf sie soziale Regeln und Erwartungen anwenden, wie sie es auch bei Menschen tun würden [5].

## Kontrolliertes Experiment

In einem kontrollierten Experiment sahen die Studienteilnehmer zunächst ein Produktvideo und anschließend einen simulierten Live-Dialog zwischen einem Smart Home-Produkt und seinem Benutzer über eine Messaging-App, die zur Steuerung des Geräts verwendet wurde. Dieser Dialog enthielt die Schlüsselmanipulation: In der Humor-Bedingung war der intelligente Roboterstaubsauger witzig und machte situationsabhängige Witze, wenn er mit seinem Nutzer darüber kommunizierte, was im Haushalt zu tun ist. In der Versuchsgruppe ohne Humor war die Kommunikation zwischen dem intelligenten Staubsaugerroboter und seinem Nutzer darüber, was zu tun ist, neutral. Abgesehen von den humorvollen und nicht humorvollen Passagen waren die beiden Dialoge und der Kontext, in dem sie stattfanden, identisch.

Die Ergebnisse des Experiments zeigen, dass Humor wirksam ist, um Vertrauen in ein SHT aufzubauen. Humor verbessert tatsächlich das anfängliche Vertrauen, indem er zunächst die wahrgenommene soziale Präsenz der SHT signifikant erhöht.

Auch wenn die Ergebnisse dieses ersten Experiments bereits interessante Zusammenhänge aufzeigen, hat die Studie Grenzen und bietet Ansatzpunkte für weitere spannende Forschungsarbeiten. Die aktuellen Ergebnisse basieren auf einem einzigen Szenario, in dem den Befragten ein Produktvideo gezeigt wurde und der Humor durch eine relativ einfache Manipulation im chatbasierten Dialog (Humor vs. kein Humor) manipuliert wurde. In zukünftigen Studien werden die Forscher daher weiterhin den Einfluss verschiedener Humorarten und Ausdrucksformen untersuchen [6]. Darüber hinaus sind Studien geplant, die den Einfluss von Humor in verschiedenen SHTs und Nutzungskontexten manipulieren. Darüber hinaus werden zukünftige Studien die Beziehung zwischen Humor und Vertrauen auch nach dem Kauf und der langfristigen Nutzung von SHT genauer untersuchen.

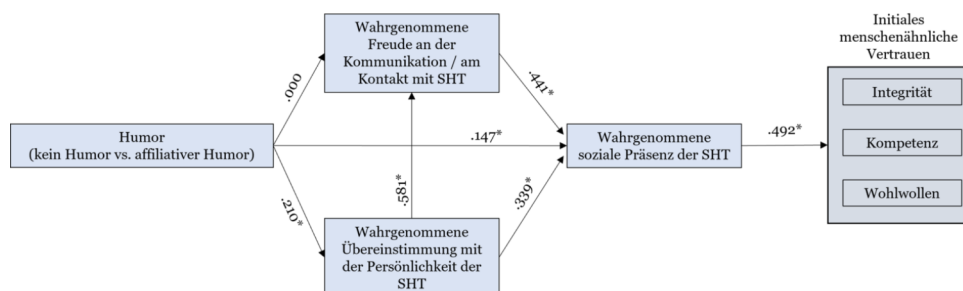


Abb.: Forschungsmodell, \* = signifikanter Zusammenhang

## Zur Veröffentlichung

Tereschenko, Olga; Raff, Stefan; Rose, Stefan; and Wentzel, Daniel, «Are You Trying to Be Funny? The Impact of Affiliative Humor of Smart Home Technologies on Human-Like Trust» (2022). *Proceedings of the ICIS 2022*. 6. [https://aisel.aisnet.org/icis2022/hci\\_robot/hci\\_robot/6](https://aisel.aisnet.org/icis2022/hci_robot/hci_robot/6) [https://aisel.aisnet.org/icis2022/hci\_robot/hci\_robot/6]

## Referenzen

- [1] Turel, O., Matt, C., Trenz, M., und Cheung, C. M.K. 2020, «An Intertwined Perspective on Technology and Digitised Individuals: Linkages, Needs and Outcomes,» *Information Systems Journal* (30:6), pp. 929-939.
- [2] Raff, S., Wentzel, D., and Obwegeser, N. 2020, «Smart Products: Conceptual Review, Synthesis, and Research Directions», *Journal of Product Innovation Management* (37:5), pp. 379-404.
- [3] Zeigler-Hill, V., Besser, A., & Jett, S. E. (2013). Laughing at the looking glass: Does humor style serve as an interpersonal signal? *Evolutionary Psychology*, 11(1), 147470491301100118.
- [4] Martin, R. 2007, *The psychology of humor: An Integrative Approach*. New York, NY: Academic Press.
- [5] Nass, C., Moon, Y., Fogg, B.J., Reeves, B., and Dryer D.C. 1995. «Can Computer Personalities be Human Personalities?» *International Journal of Human-Computer Studies* (43:2), S. 223-239.
- [6] Martin, R. A., Puhlik-Doris, P., Larsen, G., Gray, J., and Weir, K. 2003. «Individual Differences in Uses of Humor and Their Relation to Psychological Well-Being: Development of the Humor Styles Questionnaire», *Journal of Research in Personality* (37:1), pp. 48-75.



AUTHOR: STEFAN ROSE



Dr. Stefan Rose ist Forschungsprofessor am Institut Marketing & Global Management der BFH Wirtschaft. In seiner Forschung widmet er sich diesen Themen: Konsumentenverhalten, Psychologischer Distanz, Konstruktionsebenen-Theorie, Mentaler Simulation und der Akzeptanz innovativer Fahrzeug- & Mobilitätskonzepte. Er wurde an der RWTH Aachen University promoviert.

Posts from Stefan Rose | Website

Create PDF

## Ähnliche Beiträge

Macht uns die Digitalisierung glücklicher?

Wie sich digitale Beziehungen auf unsere psychische Gesundheit auswirken

---

0

COMMENTS