

Tom Bieling Co-existentialistisches Design → ~
 Sonja Stummerer,
 Martin Habesreiter produkt | NACHHALTIG | design → °
 Ann-Christin Brandes,
 Alina Weisbrot Der Krise entgegen → ""
 Elena Schütte Cyberfeminismus, Social Media + Facefilter → ~°
 Tayna Kirchner Ich glaube ich sehe nicht richtig → `.
 Annika Bartling,
 Nele Wellmeyer Zwischenmenschliches Design → ^.
 Tom Bieling Kosmologie und Design → ^.

ISSN 2940-0090

Design Co-Existence

DESIGNABILITIES Design Research Journal

Design Research Journal

05/2023

DESIGNABILITIES



Design
Co-Existence

DESIGNABILITIES

Design Research Journal

Design Co-Existence

05/2023

Tom Bieling

Co-existentialistisches Design – eine Einleitung

Dass Design mehr ist, als nur Formgebung, sondern immer auch in Zusammenhang zu einem gesellschaftlichen Entwurf steht, wissen wir nicht erst seit dem Bauhaus. Es handelt sich dabei um einen Kerngedanken der Moderne, dass wir mit den Dingen und Räumen, die wir gestalten, auch unsere Lebensweise gestalten. Und dies impliziert, dass wir damit unsere Gesellschaft verändern (können). Angefangen bei der Struktur der Städte, der Konzeption und Anordnung unserer Häuser und Wohnungen, bis hin zu den alltäglichen Gegenständen. Wie bereits im vergangenen **DESIGNABILITIES** Themenheft **Design Politics** thematisiert wurde, kann in diesem Sinne selbst der noch so kleinste, vielleicht unscheinbar anmutende Gegenstand politisch sein. Spätestens wenn man Design mit der Frage in Verbindung bringt, wie eine Gesellschaft (oder auch kleinere Gemeinschaften) ihr Zusammenleben organisiert.

Die Frage „welche Form von Beziehungen zwischen Menschen hergestellt werden“ stellt sich uns nach Friedrich von Borries (2016) als „die kleinste Ebene von Politik“ dar. Inwiefern Artefakte politische Gegenstände sein können, wird vielleicht

am ehesten deutlich, wenn man sich vor Augen hält, dass gestaltete Gegenstände darüber (*mit-*)*bestimmen* können, was für Beziehungen wir nicht nur zum Gegenstand, sondern auch zueinander haben.

In ihrem Buch *Design as Future-Making* beschreiben Susan Yelavich and Barbara Adams Design einschließlich seiner ihm verbundenen Motivationen, Anwendungsgebiete, Ausführungen und Wirkungsbereiche als inhärent politisch: „As an integrated mode of thought and action, design is intrinsically social and deeply political.“ (Yelavich/Adams 2014). Dies mag in lapidar erscheinenden Einzelfällen, etwa am Beispiel einer harmlos wirkenden Tasse bezweifelt werden, sollte aber spätestens dann einleuchten, wenn man neben dem vermeintlichen Endprodukt Tasse auch deren soziale und ökologische Produktionsbedingungen, Distributionswege und Aspekte wie Haltbarkeit oder Entsorgungsmöglichkeiten hinterfragt und in Betracht zieht. Das Zusammenleben wird hier also gleich auf mehreren Ebenen und in unterschiedlichen Prozessschritten tangiert.

Design als Gestaltung für und von Gesellschaft – was in letzter Konsequenz immer auch den Beigeschmack des Totalitären mit sich führt – ist freilich kein Phänomen der Gegenwart. Angefangen bei William Morris und der Arts and Crafts Bewegung, die sich als Gegenentwurf zur menschen- und naturfeindlichen Industrialisierung verstand, über die soziale Architektur des *Neuen Frankfurts*, den *Dymaxion* Konzepten Buckminster Fullers, den konsumkritischen Möbelentwürfen Enzo Maris, dem Beuys'schen Konzept der Sozialen Plastik, bis hin zu den heute so populären, teils unter anders oder ähnlich klingenden Begriffen kursierenden Konzepten wie dem *Social Design*.

Ein, dem *Social Design* namensähnliches aber inhaltlich wohl stellenweise unterscheidbares Konzept, wurde bereits Anfang der 1970er Jahre unter dem Namen *Sozio-Design* von Bazon Brock und François Burkhardt vorgeschlagen. Mit *Sozio-Design* ist demnach der Versuch gemeint, „durch Gestaltung das soziale Verhalten und die individuelle Haltung von Menschen in einem wünschbaren Sinne zu beeinflussen.“ (Brock 2012, 11) Die Kernaussage des Konzepts *Sozio-Design* besteht also darin, dass gestaltete Gegenstände die sozialen Beziehungen beeinflussen und sogar bestimmen.

Zentral ist demzufolge auch die Frage „wie sich soziale Beziehungen verändern bzw. wie soziale Beziehungen zugrunde gehen, wenn sich die Gegenstände verändern, über die solche Beziehungen aufgebaut werden“ (Brock 1985, 446). *Sozio-Design* zielt somit auf die Steuerung von Kommunikations- und Interaktionsprozessen. Die Übergänge zwischen *Sozio-Design* und *Social Design* dürfen heute sicher als fließend angesehen werden. Ein Unterschied zwischen beidem beschreibt June H. Park gleichwohl folgendermaßen: „Während das Phänomen *Social Design* das Soziale im karitativ-altruistischen Sinne in den Mittelpunkt zu rücken scheint, wird beim Konzept *Sozio-Design* das Soziale im gesellschaftsstrukturellen Sinne verwendet“ (Park 2014, 19).

Eine auf ähnlichen Prinzipien beruhende, vielleicht beide Konzepte verbindende Form einer gesellschafts-orientierten Gestaltung findet sich in dem – vergleichsweise jungen – Konzept *Transformation Design*. Die damit beschriebene Suche nach neuen Wegen der Verhaltensänderung und einer damit provozierten Veränderung von Gesellschaft anhand neuer Formen des Gestaltungsdiskurses und der Gestaltungspraxis, beinhaltet eine Art

Paradigmenwechsel: Weg von einem nutzer- (oder gar verbraucher-) orientierten, hin zu einem gesellschafts-zentriertem Design.

Die Formulierung eines solchen *Transformationsdesigns* geht zurück auf die Frage, inwieweit (z. B. ökologische oder soziale) Transformationen eher auf Basis von zivilisatorischen Errungenschaften wie Demokratie, Rechtsstaatlichkeit, bürgerlichen Prinzipien wie Freiheit, Solidarität und sozialer Gleichheit gestaltet werden können, oder aber ob sie von *äußeren* Faktoren, Verhältnissen und Entwicklungen erzwungen werden (wie z. B. Naturkatastrophen, Bürgerkriege, Ressourcenverknappung); kurz: ob die Transformation „by Design“ oder „by Disaster“ vollzogen wird (Sommer/Welzer 2016).

Zweifellos lassen sich in den beschriebenen Designpositionen (viel mehr noch: in deren Dunstkreis formulierten Manifesten und Pamphleten) Ansätze eines versuchten System-Designs vermuten. In den seltensten Fällen geht es jedoch um „großangelegte Gesellschaftsentwürfe oder politische Systementwürfe“ (Park 2014, 23) Vielmehr rührt die Systemhaftigkeit von der Notwendigkeit her, die Prozesse und Resultate eines sozialen oder transformativen Designs „so in die Lebenswelt zu integrieren, dass darin nachhaltige Lebensformen entstehen können“ (ebd.). Die soziale Wirksamkeit eines solchen *Social* oder *Transformative Design* bestünde nach Park darin, „zur Lösung konkreter Probleme von heute und morgen beizutragen, indem es beispielsweise sozioökonomische, soziotechnische, soziokulturelle und sozialpsychologische Herausforderungen zum Hauptthema des Designprozesses macht“ (ebd.).

Die Frage, auf welche Weise eine solche eine Gestaltung erfolgversprechend von statten gehen kann, ist designhisto-

risch eng geknüpft an Bewegungen und Herangehensweisen einer holistischen, disziplinenübergreifenden, partizipatorischen Gestaltung, die in ihrem ideologischen Ursprung Design immer auch als Mittel gesellschaftlicher Demokratisierungsprozesse verstanden hat.

Der Ansatz einer partizipatorischen Forschungs- und Gestaltungspraxis hat seinerseits nicht nur politische sondern auch epistemologische Implikationen. Gerade in der (zumal partizipativen) Designforschung haben sich Möglichkeiten für neue Formen der Wissensproduktion ergeben. Stichwortgebendes Modell hierfür ist der seit den 1990er Jahren als *Modus 2 (Mode 2)* beschriebene Forschungsansatz nach Michael Gibbons, Helga Nowotny, Peter Scott und Camille Limoges. Dieser stellt sich gegenüber traditionellen Formen der Wissenschaft in stark verändertem Maße dar, indem er disziplinäre Grenzen überwindet, problemorientiert ist und in offenen Forschungsfeldern agiert. Forschung ist in dem Sinne stets auf der Suche nach „gesellschaftlich robustem Wissen“, bei dem es nicht zwangsläufig um rein wissenschaftliche Relevanz geht, sondern immer auch darum, zu hinterfragen, welche Bedeutung die jeweilige Forschung für soziale Kontexte und gesellschaftliche Fragestellungen hat (vgl. Gibbons et al. 1994; Nowotny et al. 2004). Das herkömmliche Konzept von Wissenschaft wird von den Autor:innen als *Modus 1 (Mode 1)* bezeichnet, welches in seiner Anordnung akademisch, hierarchisch und disziplinär konstituiert ist, und in dem wissenschaftliche und gesellschaftliche Akteure separat existieren. Wissenschaft erscheint hier als konservatives Paradigma, dessen oberstes Ziel – wissenschaftlich abgesichertes Wissen zu produzieren – über allem, und somit

auch über der gesellschaftlichen Relevanz seiner Ergebnisse steht. Ein im *Modus 2* generiertes Wissen ist hingegen transdisziplinär und antihierarchisch, und erfolgt unter Miteinbezug von außerakademischen Akteuren aus Markt und Gesellschaft. Seine inhaltliche und formale Qualitätskontrolle, ebenso wie die Frage nach der Relevanz werden somit nicht mehr exklusiv von akademischen Instanzen festgelegt.

Die Co-Existenz – von Dingen und Menschen – ist somit nicht nur Teil des gestalterischen Resultats, sondern auch des gestalterischen Prozesses (Vgl. Bieling 2022). Denn die Frage, wer da mit wem und über wen forscht und gestaltet, steht in maßgeblichem Zusammenhang dessen, was am Ende dabei herauskommt. Die vorliegende Ausgabe **Design Co-Existence** nähert sich diesem Themenkomplex folgerichtig auf unterschiedlichen Betrachtungsweisen.

Seit gut 20 Jahren sorgen Sonja Stummerer und Martin Hablesreiter (honey & bunny) mit ihren Aktionen, Ausstellungen und Publikationen für Aufsehen. Für **DESIGNABILITIES** haben sie sich dem Thema Nachhaltigkeit gewidmet. Herausgekommen ist **produkt | NACHHALTIG | design** – ein nachdenklicher Essay, in dem es nicht nur um die Ambivalenzen der Konsumgesellschaft, sondern auch um das Aufwachen am Eisernen Vorhang in der oberösterreichischen Abgeschiedenheit geht. Und darum, wie beides zusammenhängt. Eine Art Manifest.

Der Krise entgegen gehen auch Alina Weisbrot und Ann-Christin Brandes in ihrer gleichlautend betitelten soziologischen Kritik am Design. Design sei implizit politisch und betreffe nicht nur Konzepte und Entwürfe für die Verbesserung gesellschaftlicher Prozesse, sondern auch die bedingenden Objekte, Zeichen,

Medien und deren gegenseitige Beziehungen sowohl in der Produktion als auch in der Verwendung und Gebrauch. Neben den gestalterischen umfasse dies unter anderem auch wirtschaftliche, kulturelle, ökologische, technische, soziale Dimensionen.

Selbstredend öffnet die thematische Koexistenz der Denk- und Betrachtungsweisen immer auch spekulative Räume, die auch für Elena Schüttes cyberfeministische Überlegungen als Impuls dienen. Spekulation fungiert hier insbesondere als eine auf Mutmaßungen beruhende Erwartung, dass etwas eintrifft oder eintreffen könnte. Also als Entwicklung möglicher Szenarien, die mit und ohne aktive Einflussnahme eintreten können. Als gedanklich festgehaltene Geschehnisse, die über die erfahrbare Wirklichkeit hinausgehen. Sie gleicht – wie auch Schüttes Beitrag **Cyberfeminismus, Social Media und Facefilter** – einem Gedankenexperiment auf der Suche nach möglichen Ausgängen über un-/mögliche Wege zu un-/bestimmten Ergebnissen. Konkret zur Frage: Was bedeutet Spekulation im Zusammenhang mit Design, Feminismus und Technologie?

In ihrem autoethnographisch anmutenden Essay über **Anthropomorphismus und Pareidolie** geht Tayna Kirchner der Frage nach, inwieweit es möglich ist, dass der (räumliche oder thematische) Kontext Einfluss unsere Wahrnehmung hat – also wie wir etwas sehen oder erkennen. Vielleicht – so die These – besteht keine Bedeutung im Gesehenen, sondern erst durch den Umstand welche Bedeutung wir diesem beimessen, gefärbt durch unsere eigene Wahrnehmung und das Erkennen. Die damit in Verbindung stehende Zeichenhaftigkeit zu bewerten und zu interpretieren sei individuell motiviert und helfe uns, unsere Umgebung zu kategorisieren. Vielleicht ja auch: zu gestalten.

Zur sensibleren Gestaltung unseres Zusammenlebens bietet sich eine begriffliche Differenzierung, die als Ausgangspunkt des von Martina Fineder und Johannes Lang herausgegebenen Sammelbandes **Zwischenmenschliches Design** fungieren: Fineder und Lang unterscheiden darin zwischen der *Sozialität* und *Soziabilität* der Dinge. Erstere bezieht sich auf bereits existente, dinglich manifestierte soziale Strukturen, letztere hingegen beschreibt das menschliche Potenzial mit Hilfe von Dingen Beziehungen aufzubauen oder zu erhalten. Soziabilität ließe sich demnach in drei Kompetenzfelder kategorisieren: das zwischenmenschliche Erkennen, Handeln und Erleben. Annika Bartling und Nele Wellmeyer haben das Buch für uns gelesen.

Die Allgegenwärtigkeit von Design ist längst nicht mehr von der Hand zu weisen. Alles ist Design. Alle sind Designer:innen. Wenn dem tatsächlich so ist, kann auch die wissenschaftliche Welterschließung davon nicht unberührt bleiben. In seinem jüngsten Buch *Einsteins Marmor* rückt Holger van den Boom hierfür das Konzept der Kosmologie ins Zentrum des Interesses. Das Buch, besprochen im abschließenden Beitrag dieser Ausgabe (**Kosmologie und Design**), liest sich als Vorschlag, die Logik des Designs kosmologisch zu begreifen und die Semantik des Designs im Licht kosmologischer Semantik zu fördern. Das „kosmologische Denken der Physik“ und das heutige „Allzweck Denken“ des Designs könnten sich dabei auf tieferer Ebene als verwandt erweisen, denn beide Sparten, so van den Boom, arbeiten vorwiegend im „Bleistift- und-Papier-Labor und entwerfen Modelle und Konstruktionen, über die wir uns die Welt erschließen“. Als Abhandlung über die Architektur der Relativität, die Un-/Moral der Dinge und Design als Substitut der Sinne,

wird darin nichts weniger verhandelt als eine Zukunftsvision für ein anderes (Design-) Denken.

In ihrer Auseinandersetzung mit der Koexistenz der Dinge und Bedeutungen, thematisieren die Beiträge dieses Themenheftes nicht nur das Zusammenleben als solches, sondern öffnen auch den Diskursraum für eine vielstimmige, vielleicht nicht immer konsensfähige aber durchaus lebendige Daseinsweise der „Gleichberechtigung“, in der es nicht immer um die abschließende Suche nach dem „Entweder ... oder“, sondern um die Umarmung des „Sowohl... als auch“ geht. Deren Potenziale liegen auf der Hand und ihre Stolperfallen ebenfalls. Vereint man beides miteinander, ließe sich als größte Herausforderung die „Kombination des Unvereinbaren“ daraus ableiten, die der Philosoph Jochen König in der Versöhnung von Paradoxien und der Überwindung von Dilemmatas verortet sieht.

Eine welterforschende Auseinandersetzung mit und durch Design ließe sich in diesem Sinne als ko-existentialistisch zu bezeichnen.

Mai 2023

LITERATUR

Bieling, Tom (2022): Experiment und Versprechen – Über die Entgrenzung des Denkens.

In: Flusser Studies 33, May 2022, Lugano. ISSN 1661-5719

von Borries, Friedrich (2016): Weltentwerfen: Eine politische Designtheorie. Suhrkamp, Berlin.

Brock, Bazon (1985): Ästhetik als Vermittlung – Arbeitsbiographie eines Generalisten.

DuMont, Ostfildern; zitiert nach Park 2014.

Brock, Bazon (2012): Pisanello befreit die Gestaltung aus den Klauen des Kunstmonsters.

In: Florian Hufnagl (2012): Die Mitgift der Prinzessin von Trapezunt - die Legende nach Linde Burkhardt. Die neue Sammlung, München.

Gibbons, Michael/Limoges, Camille/Nowotny, Helga (1994): The New Production of Knowledge: The Dynamics of Science and Research in Contemporary Societies. Schwartz.

Nowotny, Helga/Scott, Peter/Gibbons, Michael (2004): Wissenschaft neu denken:

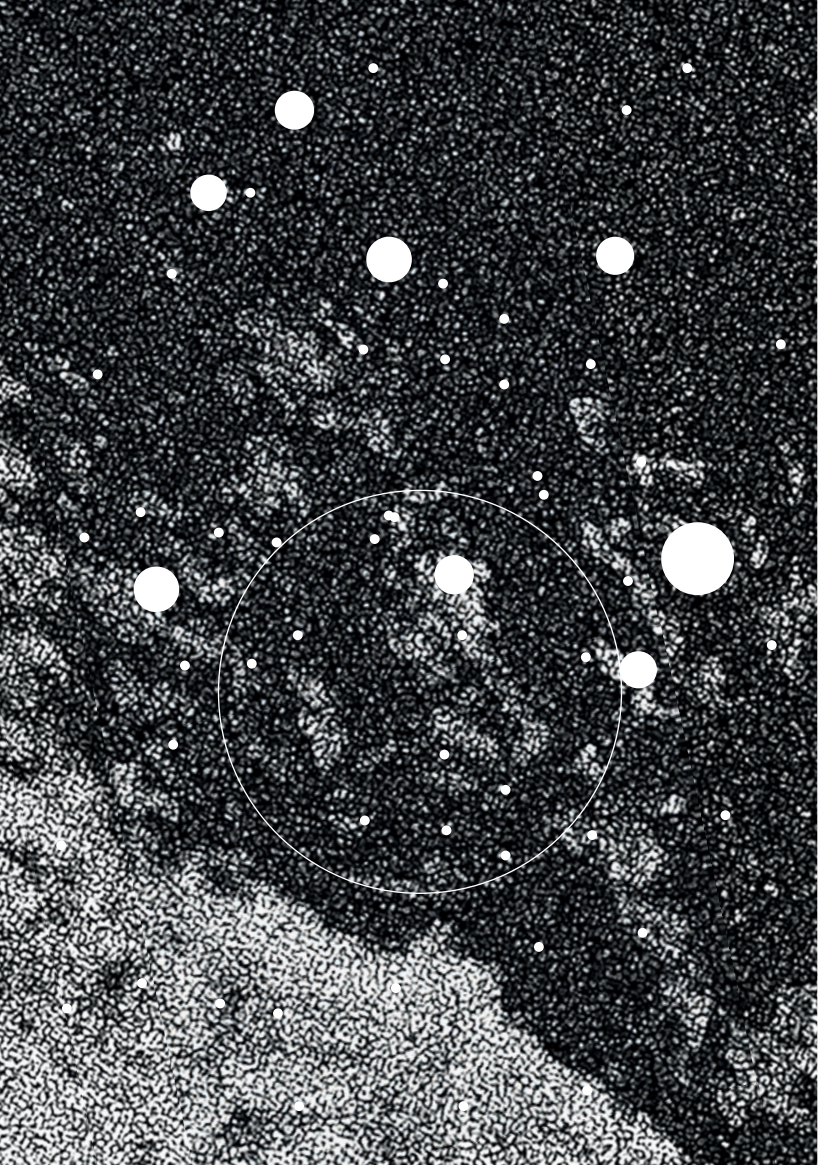
Wissen und Öffentlichkeit in einem Zeitalter der Ungewißheit. Velbrück, Weilerswist-Metternich.

Park, June H. (2014): Social Design – Entwurf ökonomischer und sozialer Artefakte.

In: Öffnungszeiten. Papiere zur Designwissenschaft. 28/2014 „Design und Gesellschaft: Wandel der Lebensformen“. Kassel University Press, Kassel. S. 18–24.

Sommer, Bernd/Welzer, Harald (2016): Transformationsdesign – Wege in eine zukunfts-fähige Moderne. Oekom, München.

Yelavich, Susan/Adams, Barbara (2014): Design as Future-Making. Bloomsbury, London.



Sonja Stummerer & Martin Hablesreiter

produkt | NACHHALTIG | design

Das erste Mal überhaupt wage ich mich an einen persönlichen Text. Zwar stehe ich der Wissenschaftlichkeit durch Fußnoten seit jeher skeptisch gegenüber und betrachte Zitate als Feigheit vor der eigenen Aussage, aber dieser Essay ist nicht mehr und nicht weniger als ein Selbstversuch. Meine Geschichte, meine Sozialisierung konfrontiere ich mit dem bislang viel zu abstrakten Ideal der Nachhaltigkeit. Am Ende wird es aber wieder ein Manifest werden.

An der tschechischen Grenze, zwischen Budweis und Linz bin ich aufgewachsen. 1974, als der kalte Krieg jene Landstriche, die sich nahe dem Stacheldraht befanden, in unwirtschaftliche Biotope fernab jeglichen Fortschrittglaubens verwandelte, wurde ich dort in einer uralten, aber sehr kleinen Festungsstadt geboren. Die Abgeschiedenheit, verursacht durch die unerträgliche Trennung Europas, trieb dem mittelalterlichen Freistadt, so heißt mein Geburtsort, jeglichen historischen Charme aus. Die Gegend hatte sich gezwungenermaßen als Randlage einge-

richtet. Und auch wenn Österreich das Östlichste des Westens war (und ist), trieb recht viel an uns vorbei. Es war, als würde die Donau die Welt gemächlich vorbeifließen lassen.

Am Rande des eisernen Vorhangs, also bei uns, gab es nicht einmal deutsche Touristen. Fremde kannten wir nur als Gästezimmernachbarn in alpinen Privatpensionen vor oder nach dem Schifahren. Manchmal teilten wir den Tischmiskübel. Dass diese Fremden ähnliche Kleinbürger:innen waren wie wir, die bloß eine ziemlich gleich klingende Sprache hatten, fiel uns in unserer Überraschung über die simple Existenz dieser deutschen Anderen gar nicht auf. Noch fremder als Deutsch war zwar irgendwie vorstellbar, aber reden wollten wir mit den Niederländer:innen oder Schwed:innen nicht. Die Welt war uns zu weit. Jahre nach meiner Kindheit, als Sonja und ich nach Japan zogen, um dort zu arbeiten, fragte mich meine heißgeliebte Oma, ob wir dorthin mit dem Auto führen. Bis heute hat sie nicht verkraftet, dass ich nach Wien gezogen bin.

Während die kapitalistische Welt unter Magaret Thatcher, Ronald Reagan und Helmut Schmidt immer siegreicher herum stapfte, lungerte meine Heimat gemächlich zwischen den Ideologien herum. Zwar hatten die Kleinbürger:innen und Bäuer:innen meiner gemütlichen Kindheitsländlichkeit einen gepflegten Hass auf jegliches Sozialistische entwickelt, doch wusste niemand so recht, was denn das Linke oder das Rechte wirklich sei. Der Liberalismus, ob gesellschaftlich oder wirtschaftlich interpretiert ignorierte meinen heimatlichen Böhmerwald und, so vermute ich, viel vom anderen Österreich auch.

Fernab jeder ideologischen Debatte, regierten allerdings zwei kulturelle Parameter meine Kindheit und sie beeinflussen

mich bis heute: Konsum und Technik. Meine Familie und ihr gesamtes Umfeld waren besessen vom Kauf und Besitz unzähliger Dinge. Mannigfaltigste Argumente wurden ge- oder erfunden um ein Objekt praktikabel oder schön erscheinen zu lassen. Grundsätzlich konnte frau*man Alles irgendwie brauchen. Oder es, also das begehrte Ding, war gerade billig oder stromsparend oder Beides. Vorsichtshalber kaufte frau*man schnell mal ein. Übrigens verstehe ich, ebenso wenig wie der so intellektuelle Kabarettist Hosea Rathschiler, wie ein Elektrogerät stromsparend sein kann, während es gleichzeitig Strom verbraucht.

Wir hatten richtig viele Produkte zu Hause. Mobile Kartenleselampen für das Auto, die man am Zigarettenanzünder anstecken konnte, um sich während langer Autofahrten durch europäische Nächte orientieren zu können gehörten genauso dazu, wie eine aufblasbare Badeinsel, ein bombastischer Rasenmäher und natürlich jedes denkbare Werkzeug für Küche, Haus und Garten. Im Gegensatz zum *echten* Bürgertum besaß meine Familie zwar kein Erbgeschirr, keine Jagdgewehre, keine sortenreinen Weingläser und schon gar keine Kunst, aber jede Verrichtung verlangte nach einem eigenen Gerät. Insofern wurde ich von frühester Kindheit an mit der paradiesischen Konsumwelt des Produktdesigns konfrontiert. Konsum folgt Funktion oder umgekehrt. Brauchen kann frau*man Alles wollen. Bis heute erliege ich allzu oft der Versuchung, Dinge als brauchbar oder begehrenswert zu empfinden. Meine Eitelkeit, mein Faible für Schuhe, meinen Hang zu teurem Wein erkläre ich übrigens meinem Umfeld und mir selbst ziemlich plausibel also besserwisserisch mit meinem angeblich guten Geschmack, der wiederum all den Konsum dringend erfordert.

Nicht weniger ausgeprägt war und ist der Hang zu faszinieren der Technik. Meine Kindheit war dominiert vom Gedanken, dass Technologie die Welt in eine Bessere verwandelt. Jede Art von Maschine verblüfft. Sie lässt die Gottgleichheit des Menschen erahnen. Als Bub ließ mich die Begeisterung für Energie, Bewegung und Lautstärke meinem Vater näher sein. Die Kontrolle der Kraft ist ein Sinnbild aller Maskulinität. Lenkrad, Kreissäge, Kraftwerk und natürlich Flugzeug waren (und sind) Objekte, die Begeisterung auslösen. Noch heute drehe ich mich reflexhaft um, wenn ein Ferrari vorbeifährt, wenngleich ich nie auf die Idee kommen würde, ein solches Auto haben zu wollen. Immer noch blicke ich mit einer schaurigen Faszination Kampfflugzeugen hinterher, auch wenn mir deren grauenhafter Zweck allzu bewusst ist. Ich bin begeistert von Magnetschwebbahnen und selbst der Airbus 380 löst das Bedürfnis in mir aus, ihn zumindest ein einziges Mal zu betreten. Dabei bin ich gar kein *echter* Freak. Digitale Werkzeuge wie Smartphones oder Tablets öden mich ebenso an wie hochauslösende Beamer oder zimmerhohe Lautsprecher. Lieber kaufe ich mir etwas zum Anziehen, aber die Faszination der Technik beschwert mich.

Es zwickt irgendwie, wenn ich dem Sportwagen hinterher blicke und über Nachhaltigkeit schreibe. Es irritiert, wenn ich lustvoll in ein Flugzeug steige, um am Ziel eine *eat design* Performance mit Schwerpunkt Ökologie hinzulegen. Und dabei habe ich mein drittes Problem noch gar nicht erwähnt: Als Kleinbürger, als Landei, als Emporkömmling bin ich mit einem Minderwertigkeitskomplex gesegnet. Kulturell hatte ich Einiges aufzuholen, als ich in Wien mein Studium begann. Besser Gestellte machten selten einen Hehl daraus, dass sie mir bei

Bildung und Habitus Manches voraus hätten. Deshalb wollte ich immer Stararchitekt werden, Paläste bauen und hofiert werden. Deshalb trage ich den wohlangezogenen Designer stilecht an mir herum und präsentiere ihn der Welt.

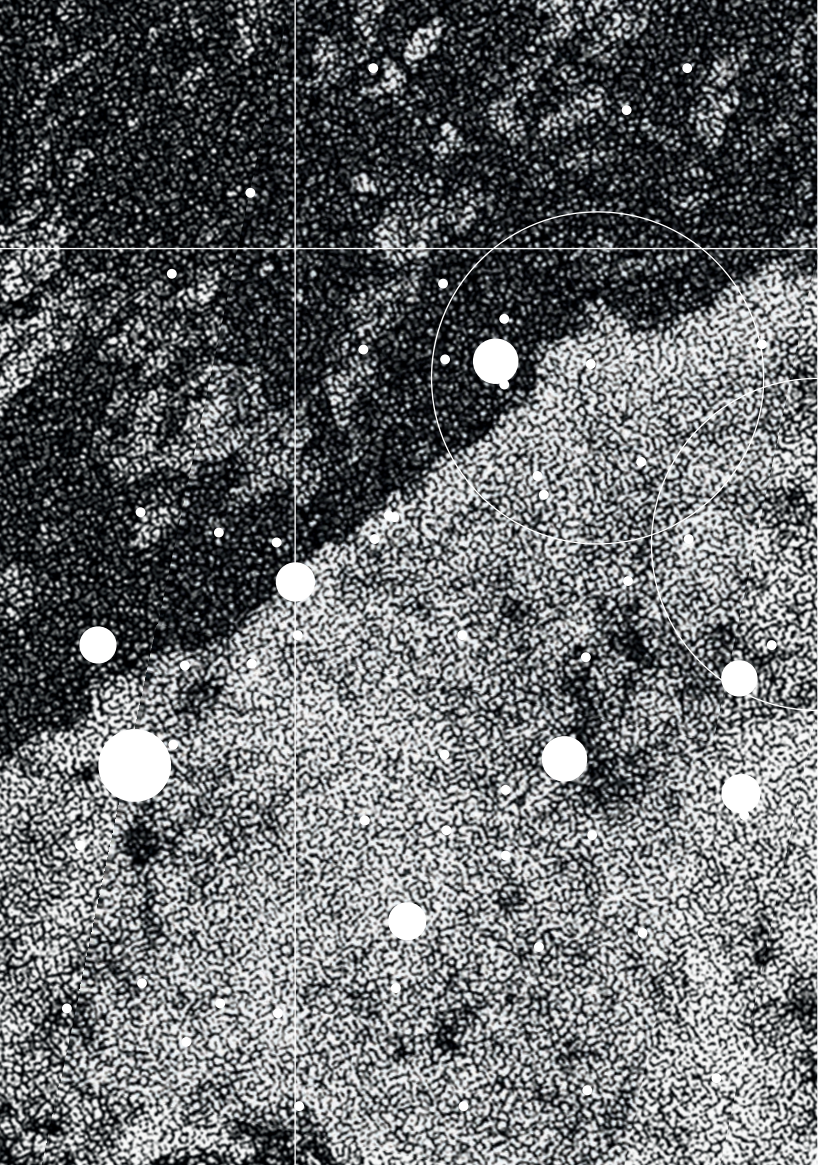
Ich hasse selbsternannte Autoritäten. Ich verabscheue sie und akzeptiere sie nicht, aber ich tendiere auch dazu, besser zu sein zu wollen als sie. Mein Ziel ist der bessere Geschmack, die bessere Bildung und letztlich auch die Gestaltung von Produkten, deren Stilsicherheit den Geschmack der alten Eliten in den Schatten stellt. Darum kann ich mich von klassischen Designideen und deren Ästhetiken nicht lösen. Ich finde teure, in China produzierte Möbel schön. Mir gefallen schwarze, in Bangladesch geschneiderte Sakkos mit wohlklingenden Etiketten. Manchmal aber dafür richtig gern, besuche ich dekorierte Restaurants. Ich demonstriere guten Geschmack und ich verwende denselben, sobald ich selbst gestalte. Mein Wahn den hierarchisch höher Gestellten überlegen zu sein lässt mich aber zu Mitteln und Gestaltungswegen greifen, die die ihren sind. Die Absurdität dieses Ichs ist mir völlig bewusst. Es ist sehr schwer, dem ehrlich entgegen zu halten. Noch schwerer ist es für mich, eine Ästhetik abseits des elitären, kapitalistischen Mainstreams zu entwickeln.

Im Gegensatz zu Friedrich von Borries, den ich schätze wie kaum jemanden sonst, glaube ich durch und durch daran, dass sowohl die Gestaltung der Ästhetik als auch jene des Objekts ein Schlüssel zur Entwicklung nachhaltigen Designs sind. Design ist nicht am Ende. Produkte sind nicht tot. Menschen definieren sich durch Objekte und Rituale, die wiederum in ganz vielen Fällen Artefakte verlangen. Wir als Designer:innen dürfen

uns nicht dem schaurig schmackhaften Gedanken hingeben, dass wir ab jetzt nicht mehr gestalten oder nur noch Prozesse moderieren. Gerade unsere Aufgabe ist es, der Apokalypse gestaltend entgegen zu treten, denn für mich ist, wegen meiner Geschichte klar, dass ich einen neuen, einen anderen kulturellen Narrativ für mich und für meine Rezipient:innen erschaffen muss, den ich zu Allererst selbst geil finde. Nachhaltiges Design müsste mich abgrundtief betören.

Tief in mir weiß ich, dass das möglich ist. Aber ich kenne auch die Hürden. Das größte Problem bin ich selbst. Meine kulturellen Korsette, meine Fetische, meine Komplexe hindern mich nachhaltig daran, nachhaltiges Design zu entwickeln. Mittlerweile bin ich 45 Jahre alt. Damit bin ich zu jung, um aufzugeben und zu alt, um ein ungestümer Designlummel zu sein. Ich will. Ich muss. Ich werde kämpfen. Dennoch bitte ich hiermit auch um Hilfe. Zwar habe ich mit der absolut genialen Sonja Stummerer die beste aller möglichen Partner:innen, aber wir benötigen Mitstreiter:innen. Wir wollen Diskurs, Konfrontation, Wille, denn Designer:innen sind die Superheld:innen der Nachhaltigkeit. Das Objekt ist das Subjekt des Kapitalismus. Das Ding ist der Hebel zur Veränderung. Wer also gestaltet die Gestaltung. Stand up and fight!

Im Übrigen hatte ich eine ziemlich geile Kindheit.



Ann-Christin Brandes & Alina Weisbrot

Der Krise entgegen – Soziologische Kritik am Design

Design ist implizit politisch und es betrifft nicht nur „Konzepte und dann Entwürfe für die Verbesserung gesellschaftlicher Prozesse und die bedingenden Objekte, Zeichen, Medien und deren gegenseitige Beziehungen sowohl in der Produktion als auch in der Verwendung und Gebrauch“, sondern „neben den gestalterischen unter anderem auch wirtschaftliche, kulturelle, ökologische, technische, soziale Dimensionen.“ (Erlhoff 2013, 23).

Klären wir vorerst einmal die Wechselbeziehung zwischen Mensch und Design. Bei einem gestalteten Produkt handelt es sich meist um ein Mensch-Artefakt-System, da es nicht nur durch, sondern vor allem für den Menschen gemacht wird. Eine konkrete Nutzung des Produkts für die jeweilige Zielgruppe wird beim Entwerfen berücksichtigt (vgl. Rust 2010, 111). Dies bedeutet auch, dass im Umkehrschluss bestimmte Produkte und deren Design beziehungsweise deren Erschafter:innen wiederum den Menschen und daraus resultierend die Gesellschaft beeinflussen.

Doch wie lässt sich diese Korrelation an konkreten Beispielen festmachen und erklären? Und wie kann die Designwissenschaft einen Teil dazu beitragen, die Menschen nicht nur über den Designbegriff, sondern auch über Gefahren und Problematiken bestimmter (Produkt-) Designs aufzuklären? Dies wollen wir im Folgenden und anhand von Beispielen beleuchten.

Betrachten wir dazu erst einmal ein Ereignis der Vergangenheit. Dort wird der Einfluss von Design vor allem während der Herrschaft der NSDAP deutlich: Wesentliche Bereiche des gesellschaftlichen Lebens wurden dadurch beeinflusst und geprägt. Ein einheitliches Branding wurde, laut dem Designkritiker Michael Erlhoff, innerhalb der nationalsozialistischen Regierung zum ersten Mal strategisch eingesetzt (vgl. Erlhoff 2021, 77). Zu der Markengestaltung zählen eindeutig wiedererkennbare Logos wie der Reichsadler und die Embleme der Organisationen wie der Schutzstaffel oder der Hitlerjugend. Auch die Uniform vermittelt die Zugehörigkeit einer Gruppe und demonstriert jeweilige Hierarchien (ebd. 78). Die Organisation von Parteitagen sowie standardisierte Lieder zählen ebenfalls dazu. Ein besonders mächtiges Gestaltungselement dieser Zeit war die Rhetorik. Dies beinhaltete „Heil Hitler“-Rufe, Betonung der Nationalität und Ausgrenzung von Minderheiten (ebd. 79). Des Weiteren beschreibt Erlhoff traditionell-kitschige Bildwelten von „Trachten, Schnörkeln, blondbezopften Mädchen [...] sowie [...] durchtrainierten weißen Männeroberkörpern“ (ebd. 70). Diese verbreiten bewusst Idealbilder und Stereotype eines typisierten Deutschen, die der Bevölkerung als Vorbild dienen sollten. So findet auch Rassismus in der Gestaltung einen Platz.

Brutalität und Ausgrenzung schließen sich dem an, sym-

bolisiert durch den Judenstern, der dem Davidstern nachempfunden ist und mit seiner Gestaltung die jüdische Kultur verhöhnt (ebd. 80). Bewusst und doch möglichst unterschwellig werden diese Werte weitergegeben. Die Aufteilung der Gesellschaft in zwei gegensätzliche Gruppen wird durch Design kommuniziert und gefestigt. Die Menschen dieser Lager werden stark verallgemeinert. Ein Beispiel dafür ist das von Kracauer beschriebene „Ornament der Massen“. Dort werden Menschen in perfekte geometrische Facetten unterteilt und beim Ausführen identischer Bewegungen dargestellt (Kracauer 1977, 51). Somit werden sie objektiviert und durch Ausführen von Befehlen zu Instrumenten des Machtgewinns gemacht. Die Individualität und Humanität wird bewusst nicht beachtet und unterdrückt. Nicht zuletzt spielt die Architektur zu dieser Zeit auch eine entscheidende Rolle. Eindrucksvolle Gebäude und prunkvolle Straßen demonstrieren Macht und dienen zum Aufmarschieren des Militärs (Erlhoff 2021, 71). Es wird deutlich, dass Design in jeglicher Form das Werkzeug für Nationalsozialisten ist.

All diese Elemente und ihre hervorgerufenen Emotionen werden zur Gestaltung der Umwelt genutzt und um die Bevölkerung bewusst zu lenken. Politik wird stark ästhetisiert, um Menschen mitzureißen, die Meinungsbildung wird klar beeinflusst. Gestaltung war somit eng mit dem System der Nationalsozialisten verwoben. Michael Erlhoff zufolge neigen Kunst und Design im Allgemeinen dazu, mit autoritären Regimen zusammenzuarbeiten. (ebd. 70). Denn Kriterien wie Funktionalität, einfache Handhabung und Attraktion, die in diesen Disziplinen von Bedeutung sind, gelten auch für das Regime der Nationalsozialisten. (ebd. 71). Unter diesem Aspekt ist es nicht überraschend, dass

diverse Größen des Bauhaus Rädchen im politischen System des dritten Reichs waren. So gestaltete der ehemalige Bauhaus-Lehrer Herbert Bayer rassistische Plakate für das NS-Regime. (ebd. 67). Auch Mies van der Rohe arbeitete an einem Entwurf für die Ausstellung „Deutsches Volk, Deutsche Arbeit“ (ebd. 68). Die Regierung befürwortete die architektonischen Prinzipien der Kunstschule beim Bau der Konzentrationslager (ebd. 72). Der Bauhaus-Student Fritz Ertl war als Teil der *SS-Neubauleitung Auschwitz* führend am Aufbau des Konzentrationslagers Auschwitz beteiligt. Das Bauhaus spielte beim stringenten Design der NSDAP eine wichtige Rolle. Heutzutage sind solche Informationen in den Hintergrund gerückt, viel mehr wird der Erfolg und Einfluss der Kunstschule hervorgehoben. Bei diesem Beispiel zeigt sich besonders, dass die Funktion und die Konsequenzen eines Produkts, beziehungsweise dessen Gestaltung, von großer Bedeutung sind. Zudem wird deutlich, dass willige Akteure gebraucht werden, um der Gestaltung ihre Macht zu geben und Einfluss auszuüben.

Doch neben vergangenen Ereignissen sind aktuelle Problematiken, die Design erzeugt, wichtiger denn je. Waldrodung, Wasserknappheit, Einkommensungleichheit, Armut, Umweltverschmutzung: Diese Themen füllen heutzutage die Nachrichten, werden jedoch schnell wieder durch schrille Werbung des neuesten Markenprodukts oder einer *unfassbaren Preissenkung* für Produkt XY abgelöst. Obwohl der Trend Richtung Nachhaltigkeit und bewussterem Leben in den letzten Jahren deutlich an Fahrt aufgenommen hat und sich immer mehr Menschen Umweltbewegungen wie *Fridays for Future* anschließen, scheint diese Entwicklungstendenz in vielen Bereichen des alltäglichen Lebens immer noch deutlich ausbaufähig zu sein. Wolfgang Fritz

Haug propagierte bereits in den 1970ern eine funktionelle Bescheidenheit und beschrieb das Design als kapitalentwertend und Teil der Antriebsmaschinerie des Kapitalismus (Haug 1971, 175). Obwohl die genannten Problematiken unseren Lebensraum und unsere Lebensqualität deutlich negativ beeinflussen und in diesem Zusammenhang auch unser gesellschaftliches Zusammenleben modulieren, wird immer wieder ersichtlich, dass insbesondere das (Produkt-) Design häufig die Augen vor den Folgen ihrer gestalterischen Entscheidungen und bestimmten Entstehungsprozessen verschließt: Im Vordergrund steht viel eher die oberflächliche Gestaltung, die Innovation und der finanzielle Gewinn als der Gedanke das Produkt nachhaltiger und damit vielleicht aufwändiger und teurer zu entwerfen. Dabei übersehen oder ignorieren sowohl Produzenten als auch Konsumenten das komplexe System des Designs, an dem nicht nur gestalterische Aspekte hängen, sondern auch Entstehungs- und Produktionskontexte welche wiederum teils extreme Auswirkungen auf bestimmte Menschen beziehungsweise Gesellschaftsschichten haben können. Ein Beispiel für diese negativen Effekte des Massenkonsums und dessen abfallerzeugenden Überresten ist *Agbogbloshie*, die größte Elektroschrottdeponie Afrikas, die sich in Ghanas Hauptstadt Accra befindet. Auf der 1.600 Hektor umfassenden Deponie befinden sich Slums, deren Bewohner sich mit dort gefundenen, noch verwertbaren Bestandteilen ihren Lebensunterhalt verdienen. Die Halde gehört zu den zehn verseuchtesten Orten der Welt und beschert den Slumbewohnern eine Lebenserwartung von maximal 40 Jahren (Recklies 2018, 95). Die Tatsache, dass sich Designprodukte im Endeffekt häufig in Müll verwandeln, thematisierte auch die Kuratorin Alice Twem-

low in ihrer Publikation *Stifting the Trash*. Twemlow fordert eine Designkritik, die nicht nur die Altmaterial Problematik aufgreift und kritisch hinterfragt, sondern darüber hinaus auch „Sozialverhalten, Politik, Infrastruktur und wirtschaftliche Verhältnisse zu ihrem Gegenstand macht.“ (Twemlow 2017, 9).

Es wird deutlich, dass die heutigen Designentscheidungen einen zumeist verheerenden Einfluss auf bestimmte gesellschaftliche Schichten, insbesondere Menschen in Entwicklungs- und Schwellenländern haben. Meist führt die räumliche Entfernung oder das Unwissen über den Rattenschwanz der an bestimmten gestalterischen Maßnahmen hängt dazu, dass viele Menschen diese Missstände ignorieren, billigend in Kauf nehmen oder erst gar nicht darüber informiert sind zu einer Stagnation der Lage, mit nur minimalen kleinen positiven Veränderungen oder sogar Verschlechterung der Situation.

Das Begreifen und Anerkennen der Rolle des Designs im großen System des Kapitalismus ist ein erster Schritt in die richtige Richtung und generiert eine ganzheitliche Designkritik, die innerhalb der Designwissenschaften für alle Menschen zugänglich werden kann.

“We don’t need a thought police. We need discussion. We need thinking. We need critical faculties. We need to embrace the dilemmas and conflicts in design, and take responsibility for the outcome of the work. When we use the term ,we’, we don’t mean designers as separate from clients, or as some extra- ordinary class of powerfull oversees. We mean ,we’ as citizens collectively imagining our futures.” (Mau 2004,1 7).

Und so zeigt sich, Mensch und (Produkt-) Design (Artefakt) stehen dem jeweiligen Zeitgeist entsprechend in einer engen Wechselwirkung. Designwissenschaft kann durch Analyse der Lieferant von Informationen sein, auf deren Grundlage sich der Status Quo bewerten und zum positiven verändern lassen kann. Es sollten nicht nur die gängigen Kriterien für *gutes Design* wie Funktionalität, sondern insbesondere dessen Konsequenzen in Betracht gezogen werden (Erlhoff 2021, 20). Dieses Bewusstsein sollte jede gestaltende Person entwickeln, um weiteren Krisen entgegenzuwirken.

LITERATUR

Erlhoff, Michael (2021): Die Macht als Design. Ästhetisierung und Normierung des Alltags, Die Macht der Gestaltung auch im Nationalsozialismus, in: Fezer, Jesko (Hrsg.): Im Schatten von Design. Zur dunklen Seite der Gestaltung, Birkhäuser, Basel, S. 66 – 82

Erlhoff, Michael (2013): Die Theorie des Designs, München

Haug, Wolfgang F. (2009): Kritik der Warenästhetik, Suhrkamp, Frankfurt.

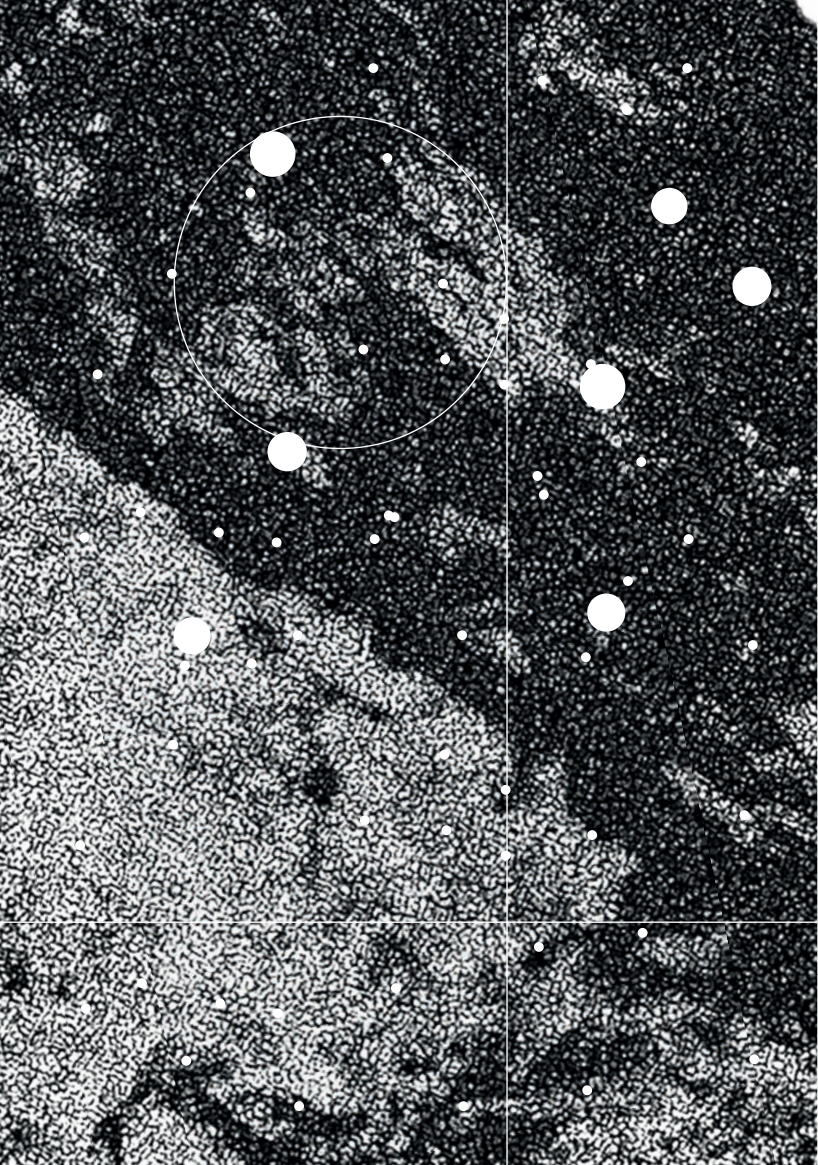
Kracauer, Siegfried (1977): Das Ornament der Masse, Suhrkamp, Frankfurt.

Mau, Bruce (2004): Massive Change. Institutes without Boundaries, Phaidon Press

Recklies, Mara (2018): Ein Plädoyer für mehr politischen Bewusstsein in der Designkritik, in: Gronert, Siegfried, Schwer, Thilo (Hrsg.): Designkritik. Avedition, Stuttgart, S. 93 – 100

Rust, Stephen (2010): Über Designwissenschaft, in: Romero-Tejedor, Felicidad & Jonas, Wolfgang (Hrsg.): Positionen zur Designwissenschaft. Design-wissenschaft. University Press, Kassel.

Twemlow, Alice (2017): Stifting the Trash. A History of Design Criticism, MIT Press, New York.



Elena Schütte

Cyberfeminismus, Social Media und Facefilter

Spekulation ist eine auf Mutmaßungen beruhende Erwartung, dass es etwas eintrifft. Also mögliche Szenarien, die mit und ohne aktive Einflussnahme eintreten können. Es sind gedanklich festgehaltene Geschehnisse, die über die erfahrbare Wirklichkeit hinausgehen.⁰¹ Es gleicht einem Gedankenexperiment, mögliche Ausgänge über mögliche Wege zu un-/bestimmten Ergebnissen.

Spekulation in Bezug auf Design(-praktiken) kann also unterschiedliche Einflüsse durch mögliche Gestaltung bedeuten. Speculative Design beschreibt experimentelle von Gestalter:innen entworfene Projekte, die alternative Zukunftsvisionen aufzeigen und im besten Fall Produkte und Serviceleistungen für jene Szenarien entwickeln. Anthony Dunne und Fiona Raby prägten den Begriff mit ihrem Buch *Speculative Everything: Design, Fiction and Social Dreaming*.⁰² Bereits seit den 90ern beschäftigen sich die beiden britischen Designer:innen mit dem Potenzial neuer Technologien anhand gestalterischer Zukunftsforschung.

01 Dunne, Spekulation

02 *Speculative Everything: Design, Fiction and Social Dreaming*, Anthony Dunne und Fiona Raby, The MIT Press, 2013

Dabei werden folgende Fragen wie „Kann Design die Welt von morgen vorausdenken?“ gestellt. Bei *Speculative Design* geht es aber nicht darum, ausschließlich konkrete Lösungsansätze zu formulieren, sondern viel mehr die Herausforderungen der heutigen Zeit zu veranschaulichen.

„Design widmet sich heute primär kommerziellen und Marketing-Zwecken – dabei könnte es auf einem weit intellektuelleren Level wirken. Design kann technologische Neuerungen in imaginäre, aber glaubwürdige Alltagsszenarien versetzen. Daraus entsteht für uns die Möglichkeit, die Auswirkungen dieser Neuerungen in der Zukunft zu diskutieren, bevor sie tatsächlich eintreffen.“⁰³

Tiefergehend stelle ich mir die Frage: Wie kann Design möglicherweise unsere Gesellschaft mit Blick auf (Cyber-)Feminismus, Gleichstellung und -berechtigung und technologischen Fortschritt formen? Was bedeutet Spekulation im Zusammenhang mit Design, Feminismus und Technologie?

Cyberfeminismus

Cyberfeminismus oder auch Technofeminismus entstand Anfang der 90er Jahre und manifestierte sich 1997 auf *Documenta X* mit der *The First Cyberfeminist International* Konferenz in Kassel.

03 Design for Debate, Anthony Dunne und Fiona Raby

Es beschreibt eine postmoderne Philosophie, die sich mit Feminismus und Cyberspace im Internet beschäftigt.⁰⁴

Der Cyberfeminismus wird vor allem mit Donna Haraway in Verbindung gesetzt, die 1985 mit ihrem Essay *A Cyborg Manifesto* dafür einen Grundstein legte. Mit ihrem Text kritisiert Haraway traditionelle Vorstellungen von Gesellschafts- und Geschlechterrollen, und legt einen Fokus auf Identitätspolitik. Haraway nutzt die Rolle des Cyborgs, um Feminist:innen zu motivieren über die Grenzen von Geschlechtern, Feminismus und Politik hinauszugehen. Schlussendlich fordert sie eine Überarbeitung der Gender-Konzepte, weg von dem westlichen Patriarchalismus und hofft auf eine Welt ohne Geschlechter.

“Gender might not be global identity after all, even if it has profound historical breadth and depth.“⁰⁵

Inspiziert von Haraways Manifest verfasste die australische Künstlerinnengruppe *VNS Matrix* 1991 ihr eigenes Manifest: *Cyberfeminist Manifesto for the 21st Century*⁰⁶ – der Begriff Cyberfeminismus taucht hier das erste Mal auf.

Cyberfeminismus hat aber laut Cornelia Sollfrank, eine von vielen Initiatorinnen der Bewegung, eine historische Anbindung an die Utopien, Fantasien und Wünsche der neunziger Jahre. Das *Old Boys Network*, zu dessen Mitbegründerinnen Sollfrank gehört, verständigte sich darauf, den Begriff Cyber-

04 Wikipedia, Cyberfeminismus

05 A Cyborg Manifesto: Science, Technology, and Socialist-Feminism in the Late Twentieth Century, Donna Jeanne Haraway, 1985

06 The Cyberfeminist Manifesto for the 21st Century, VNS Matrix/Merchant of Slime, 1991

feminismus so unbestimmt wie möglich und somit offen und einvernehmlich zu definieren. Nichtsdestotrotz wurde mit dem Begriff damals „die These aufgestellt, dass diese [zu den Zeiten] neuen, vernetzten, dezentralen Medien mit den flachen Hierarchien automatisch zu einer Feminisierung der Gesellschaft beitragen würden, zu einer [Herrschaft] jenseits des Patriarchats.“⁰⁷

Technologie wurde lange mit der männlichen Herrschaft über Frauen und Natur gleichgesetzt. Sehr viel hat sich daran nicht geändert. Eine Vision des Cyberfeminismus ist es, dass mit der weltweiten Vernetzung ein immaterieller Raum geschaffen wird, in dem die vorherrschenden Regeln über Bord geworfen werden und neue, individuelle Identitätsrollen geschaffen werden können.⁰⁸ Doch „große [von Männern geführte] Firmen wie der Google-Konzern Alphabet, Amazon, Apple und Facebook entstanden und haben das Internet unter sich aufgeteilt.“⁰⁹ Für Cornelia Sollfrank ist klar, „[...] dass Technologie niemals neutral sein kann, und wir müssen uns einmischen in die Gestaltung der Technologien, die uns formen und einen bewussten Umgang damit lernen.“¹⁰

Post-Cyberfeminismus

Post-Cyberfeminismus beschäftigt sich – wie auch schon auch Cyberfeminismus – mit der westlichen Kultur, die vermeintlich

07 Cornelia Sollfrank, 2019

08 Ebd.

09 Ebd.

10 Ebd.

nur weiblich und männlich kennt, den Körper der Frau*¹¹ ausbeutet und deswegen zerstört werden muss. Allerdings stehen Frauen* heute vor neuen Herausforderungen im Zusammenhang mit dem Internet. Sei es (sexuelle) Belästigung via Social Media, Hass im Netz oder Datenschutz von privaten Online-Bildern und personenbezogenen Informationen.¹²

“With the technological landscape vastly changed since the first International, we are living in a time well beyond the imagined future of the first cyber-feminists. Expanding upon this particular genealogy, this convening purposefully constellates thinkers to consider a new vision for post-cyber feminism that is substantive and developed, without being exclusionary of contestation.”¹³

Post-Cyberfeminismus sieht dabei vor allem das Patriachat, in dem wir leben, als Ursache der Umstände.

Patriachat

Der Ursprung des Patriachats liegt weit zurück und kann mit der Erkenntnis in Verbindung gebracht werden, die Fähigkeit die Vaterschaft von Kindern zu identifizieren. Was möglicherweise als

11 Das Sternchen hinter „Frau“ soll verdeutlichen, dass es sich auf alle Personen bezieht, die sich unter der Bezeichnung „Frau“ definieren

12 Helen Hester, *After the Future: n Hypotheses of Post-Cyber Feminism*, 2017

13 Post-Cyber Feminist International, ICA, 2017

wirtschaftlicher Vorteil begann – und auch möglicherweise den Beginn von Kapitalismus und Individualismus mit sich brachte – wurde allmählich zur Kontrolle über Frauen* und ihre Körper. Durch die Vaterschaftsanerkennung wurden Kinder nicht mehr für Gemeinschaftsvermögen, sondern für den Erhalt eines individuellen Vermögens zur Welt gebracht.¹⁴

Der Kampf um das Recht auf Selbstbestimmung und Autonomie hält immer noch an. Über Jahrhunderte haben Männer die Methoden nur verfeinert, Frauen* zu unterdrücken. Sei es das Recht auf Zugang zu sexueller und reproduktiver Gesundheit, sich frei von Angst und Urteil zu kleiden zu können oder sich in der Gesellschaft und bei Nacht sicher zu fühlen.

Patriarchale Ideologien gibt es bereits so lange, dass die meisten Menschen – unabhängig vom Geschlecht – sie verinnerlicht haben. So zum Beispiel auch die Schönheitsideale der weißen, eurozentrischen, schlanken Frau*.

Denn ein großes Thema im Feminismus ist das der Objektifizierung und Sexualisierung von weiblichen gelesenen Körpern. Der männliche Blick – auch *male gaze* genannt – bei dem Frauen*, um den Bedürfnissen der männlichen Betrachter zu entsprechen, als sexuelle Objekte präsentiert und repräsentiert werden, prägt seit Jahrhunderten nicht nur die Kunst, sondern auch die digitale und physische Welt.¹⁵ In diesem Rahmen werden Frauen* einem Schönheitsideal ausgesetzt, das im Vergleich zu dem der Männer viel schwerer und oftmals nur durch chirurgische Eingriffe zu erreichen ist.

14 Reclaiming Women's Bodies – A Fundamental Feminist Struggle, Funmi Balogun for African Feminism

15 Male gaze, Wikipedia

Cyberfeminismus und Social Media

Davor macht auch das Internet keinen Halt. Es ist nicht zu bestreiten, dass das Internet unser Verständnis von Schönheit verändert hat. Es ist eine komplizierte und oft widersprüchliche Entwicklung. Auf der einen Seite gibt es nun mehr Anerkennung für verschiedene Körperformen und Looks sowie die Chance für alle, sich so zu präsentieren, wie sie gesehen werden wollen. Außerdem erlaubt das Internet, mit den Konventionen zu spielen, zu brechen und Fakt und Fiktion zu vermischen. Dies findet allerdings immer noch in gewissen Bubbles oder Nischen statt.

Denn auf der anderen Seite erzwingen immer noch die vorgelebten, crossmedial überpräsenten und eurozentrischen Schönheitsideale der schlanken, weißen Frau*, mit denen wir tagtäglich konfrontiert werden, eine sehr homogene Vorstellung von Schönheit. Das Verhältnis zwischen den sozialen Medien, unserem Aussehen und unserer psychischen Gesundheit nimmt besorgniserregende Ausmaße an. Begriffe wie *Snapchat Dysmorphia* – eine krankhaft verzerrte Wahrnehmung des eigenen Körpers¹⁶ – tauchen auf und erklären psychische Auswirkungen der gefilterten Welt von Instagram und Co.

Obwohl Instagram neue Auflagen und Richtlinien bezüglich der gesichtsverändernden Filter, die man dort benutzen kann, aufgestellt hat, finden wir immer noch genug Beispiele, die auf ganz subtile Art und Weise das Gesicht manipulieren und somit immer noch ein gewisses Schönheitsideal aufdrängen.

16 Körperschemastörung – Online-Lexikon für Psychologie und Pädagogik, Werner Stangl, 2021

Speculative Design und Schönheitsideale auf Social Media

Design trägt dazu bei, dass sich nicht nur das Verständnis von Schönheit, sondern auch die Wahrnehmung und der eigene Konsum davon verändert hat.

Bevor es Filter gab, war nachträgliche Bildbearbeitung durch Programme wie Photoshop das Mittel zum Zweck, um gesellschaftlich vorgegebene Schönheitsideale zu erreichen und übermitteln. Zwar kann man sich die Handhabung solcher Programme autodidaktisch beibringen, doch sind es meist ausgebildete Grafik- oder Mediendesigner:innen, Fotograf:innen oder grundsätzlich in der Medienwelt arbeitende Fachkundige, die diese Arbeit vorwiegend an Computern verrichten. Das hat die meisten Menschen zu passiven Konsument:innen gemacht. Doch die durch *Augmented-Reality* (AR) hervorgerufenen Gesichts- und Körperfilter ermöglichen eine viel schnellere, leichtere und von überall und für jede:n zugängliche, direkte Bearbeitung der eigenen Bilder auf dem Smartphone. Dadurch werden Menschen nicht mehr nur Zuschauer:innen von aufgedrängten Schönheitsidealen, sondern können sie aktiv selbst auf ihren Körpern und Gesichtern anwenden und reproduzieren.

Gefährlich sind vor allem die Filter, die so dezent und subtil manipulieren, dass man kaum noch erkennen kann, was noch Wirklichkeit ist und was nicht. Das perfide daran ist, dass diese Filter unter der Schönheitsnorm *natürlich* deklariert werden und suggerieren, dass man erst mit diesem Filter natürlich schön und *unbearbeitet* aussieht. Ohne das Wissen um die Bearbeitung kann das Bild aber nicht als bearbeitet reflektiert

werden und wird somit als *natürlich* eingestuft.

Die gängigsten Onlinedienste wie Instagram, Tiktok und Snapchat haben keine ernstzunehmenden Altersbeschränkungen. Kinder und besonders junge, weiblich gelesene Heranwachsende werden dort einer unechten, gephotshoppten oder gefilterten Welt ausgesetzt, ohne sich dessen (Konsequenzen) bewusst zu sein. Durch Filter und Modifikationen von Körper und Gesicht erstellen wir manipulierte digitale Avatare von uns selbst – und schaffen so Bildnisse, denen wir im echten Leben nicht gerecht werden können. Laut einer Studie sind zwei von fünf Mädchen* und jungen Frauen* im Alter zwischen 11 und 21 Jahren unzufrieden damit, im physischen Leben nicht so auszusehen wie im digitalen.¹⁷ Die Konsequenzen reichen von einer steigenden Zahl an minimal und maximal invasiven Schönheitsoperationen bereits im Jugendalter bis hin zu langfristigen psychischen Folgen.

„[Doch] das Problem reicht weit über ein paar Filter hinaus und ist außerdem auf eine ganze Reihe an Praktiken und Normen zurückzuführen, die Seiten wie Instagram in unser Leben eingeführt haben. Mit diesen [Filtern] behandeln wir den weiblichen Körper und das Gesicht als Objekte, die auf immer präzisere Weise untersucht und bewertet werden. Alle Beauty-Apps gehen von der Annahme aus, dass unser Körper vervollkommen werden muss, was sie automatisch mangelhaft macht.“¹⁸

17 Girls fear criticism for being themselves, Gurlguiding, 2020

18 Mary McGill, National University of Ireland Galway

Es scheint wenig zielführend derartige digitale Entwicklungen ausschließlich zu verteufeln. Eine Plattform wie Instagram, die von Künstlichkeit und Selbstinszenierung lebt, aufzufordern mehr *realness* und ungefilterte Schönheit zu zeigen, erscheint wenig aussichtsreich. Die Plattform stellt eine durchkommerzialisierte Hochglanzwelt dar, in der Negatives und Unästhetisches kaum Platz findet. Sie blendet die Schattenseiten des Lebens aus und zeigt oftmals sorgsam kuratierte Ausschnitte der *Realität*, die bis hin zur Perfektion inszeniert und nachbearbeitet wurden. Darauf ist Instagram ausgelegt, so funktioniert die Plattform nun mal. Vielleicht sollte man diese Künstlichkeit eher reflektieren, evaluieren und als das zelebrieren, was es ist – ein Ausstellungsort, ein inszeniertes Konstrukt der User:innen als Künstler:innen.

Das Verbot von Gesichtsfiltren im Umgang mit unserem Aussehen und den sozialen Medien kann zwar eine Diskussion anregen und im besten Fall vielleicht helfen. Um aber grundlegende Veränderungen hervorzurufen, muss eine viel komplexere Debatte, und zwar die, wie Schönheit (in der digitalen Welt) konstruiert und aufrechterhalten wird, angestoßen werden.

Es gibt aber auch Filter, die Botschaften verbreiten, der Unterhaltung dienen, interaktiv sind und eine enorme Reichweite generieren können. Durch sie können eben nicht nur Schönheitsideale diktiert, sondern auch visuelle Objekte oder Elemente auf das Gesicht der User:innen gesetzt werden. Viele Firmen und Marken können dies zu ihrem Vorteil nutzen und den potentiellen Kund:innen eine visuelle Testfunktion ihrer Produkte bieten. So können wir in Zeiten von Überproduktion und -konsum Ressourcen schonen. Die Filter können so als –

im besten Fall umweltfreundliches – Marketingtool innovativ genutzt werden.

Genauso gibt es Accounts von Designer:innen oder Künstler:innen, die sich auf künstlerische Art und Weise mit der Selfie-Funktion befassen. Anstatt die Gesichtsform zu verändern, sehen sie die Filter als eine zweite Haut, die an- und wieder ausgezogen beziehungsweise -geschaltet werden kann. Sie verzerren und entstellen das Gesicht so weit, dass es fernab aller Möglichkeiten ist, den *Look* im physischen Leben durch chirurgische Eingriffe zu rekonstruieren.

Schlussendlich lässt sich also festhalten, dass die Schönheitsfilter bei Instagram ein ohnehin bereits vorherrschendes Schönheitsbild bedienen und allen User:innen gleichrangigen Zugang dazu ermöglichen.

Die Filter stellen die Vorstellung von Schönheit bis hin zu Identität in Frage, überspitzen, dekonstruieren sie und zeigen auf, in welche Richtung wir uns mit Vorsicht bewegen sollten. Sie bergen einige Gefahren – vor allem für junge Heranwachsende – und reproduzieren patriarchale Strukturen, die der Feminismus seit Anbeginn versucht zu bekämpfen.

Auf der anderen Seite ermöglichen die Filter mit der Wahrnehmung von Wirklichkeit und Fiktion zu spielen. Sie bieten uns die Möglichkeit Digitalisierung im Rahmen der Selbstinszenierung weiterzudenken und damit zu experimentieren. Sie bieten eine Spielwiese für all jene, die über die vorherrschenden Schönheitsideale hinweg- und in ihnen eine künstlerische Ausdrucksmöglichkeit sehen.

Die Frage, wie die Grenz- und Möglichkeitsräume in Bezug auf Filter begreif- und erfahrbar werden können, ließe sich auch

mit Speculative Design beantworten. Es fordert dazu auf, aus-zuprobieren, Szenarien durchzuspielen – immer auf der Suche, wohin dies führen kann.

Als experimenteller Gestaltungsraum zur Erschließung alternativer Zukunftsvisionen könnte es hier beispielsweise die Funktion übernehmen, verschiedene Entwicklungswege zu imaginieren, diese in gestalterische Narrative zu überführen und kritisch zu hinterfragen. Mit Speculative Design haben wir die Möglichkeit zu navigieren, welche Wege die Filter in Zukunft in unsere Gesellschaft einschlagen könnten. Unstrittig ist, dass die gefilterte Welt schadhafte Auswirkungen auf die Psyche vor allem jüngerer User:innen haben kann. Dem steht entgegen, dass wir gerade erst am Anfang der Möglichkeiten stehen für den Einsatz von Filtern stehen.

LITERATUR

Cyberfeminismus, Wikipedia, <https://de.wikipedia.org/wiki/Cyberfeminismus>

Dunne, Anthony & Fiona Raby (2013): *Speculative Everything: Design, Fiction and Social Dreaming*, MIT Press

Dunne, Anthony & Fiona Raby, *Design for Debate*, <http://www.dunneandraby.co.uk/content/bydandr/36/o>

Girls fear criticism for being themselves, Girlguiding, 2020
<https://www.girlguiding.org.uk/what-we-do/our-stories-and-news/news/girls--fear-criticism-for-being-themselves/>

Haraway, Donna J. (1985): *A Cyborg Manifesto: Science, Technology, and Socialist-Feminism in the Late Twentieth Century*.

Helen Hester, *After the Future: n Hypotheses of Post-Cyber Feminism*, 2017

Körperschemastörung – Online-Lexikon für Psychologie und Pädagogik, Werner Stangl, 2021
<https://lexikon.stangl.eu/2451/koerperschemastoerung>

Male gaze, Wikipedia, https://de.wikipedia.org/wiki/Male_gaze

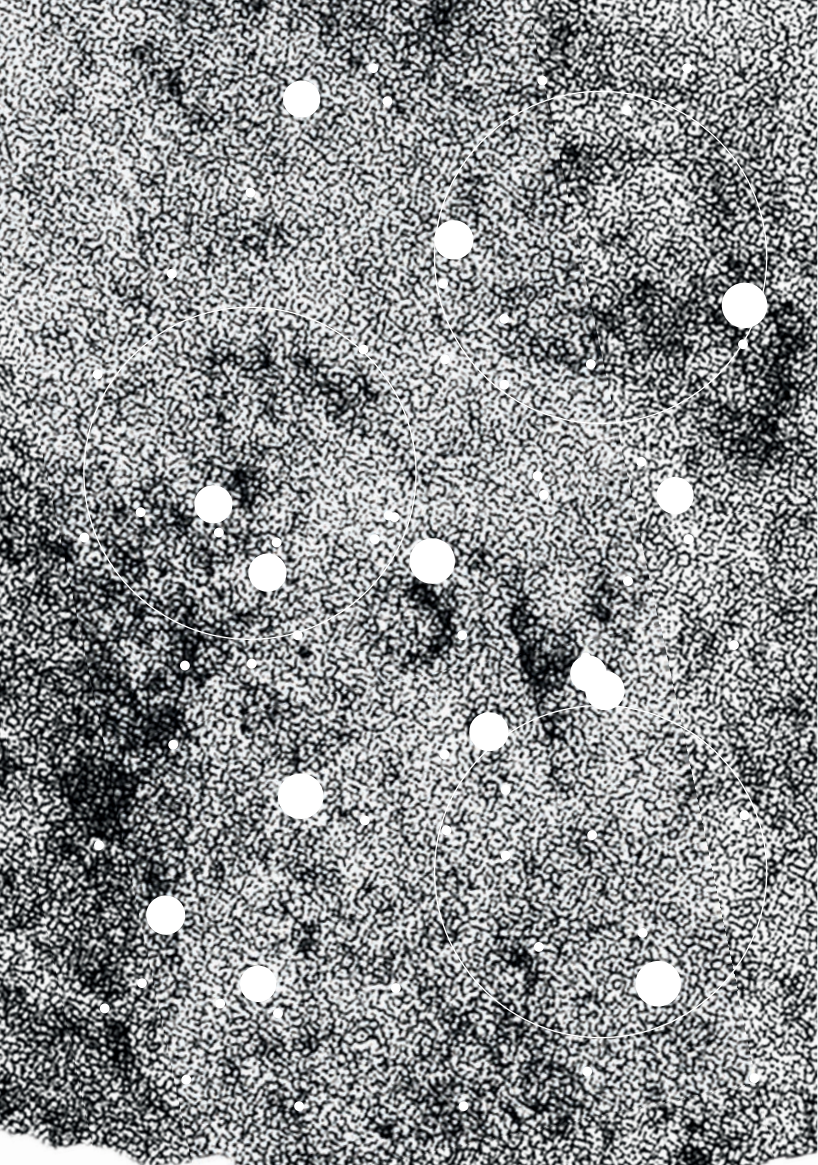
Post-Cyber Feminist International, ICA, 2017
<https://archive.ica.art/whats-on/season/post-cyber-feminist-international>

Reclaiming Women's Bodies – A Fundamental Feminist Struggle,
Funmi Balogun for African Feminism,
<https://africanfeminism.com/reclaiming-womens-bodies-a-fundamental-feminist-struggle/>

Sollfrank, Cornelia (2019) im Interview mit Marlene Halser für die TAZ, 2019

Spekulation, Duden, <https://www.duden.de/rechtschreibung/Spekulation>

The Cyberfeminist Manifesto for the 21st Century, VNS Matrix/Merchant of Slime, 1991



Tayna Kirchner

Ich glaube ich sehe nicht richtig – Anthropomorphismus und Pareidolie

Ein Geständnis: Es kommt vor, mehr als mir lieb ist, dass ich meine Wäsche, nach dem Trocknen nicht gleich falte oder aufhänge und gleich danach an den dafür vorgesehenen Platz lege. Meistens kommt sie auf einen Stuhl, der sich in der Ecke meines Zimmers befindet. Eine neue Ladung Wäsche ist in den letzten Minuten der Fertigstellung und das einzige Wäschegestell trägt noch die trockene Kleidung des letzten Waschgangs. Mir läuft die Zeit davon, denn ich bin mit meiner Schwester, die auch meine Mitbewohnerin ist, in der Stadt verabredet und müsste eigentlich spätestens in den nächsten 10 Minuten meinen Bus bekommen. Jetzt ist die Maschine fertig und die Zeit reicht genau dafür, die Wäsche aufzuhängen. Dafür nehme ich schnell die trockenen Kleidmotten vom Wäscheständer und schmeiße sie in einem Haufen auf mein Bett. Ich schaffe es gerade noch rechtzeitig die nasse Wäsche aufzuhängen und renne aus dem Haus.



Es ist mittlerweile sehr spät am Abend, als meine Schwester und ich uns aus dem Kino auf den Heimweg begeben. Wir sprechen über den Film und über einzelne beängstigende Szenen darin, die noch nachwirken und in dem Moment bin ich froh, nicht alleine auf dem Nachhauseweg zu sein. Zuhause angekommen wird das Licht erstmal im Flur eingeschaltet, das mit seinen Strahlen gerade noch die anderen Zimmereingänge erreicht. Meine Schwester geht in die Küche und schaltet das Küchenlicht an. Die Glühbirne flackert stark. Wir haben vergessen eine neue Glühbirne zu kaufen, da die Lampe uns schon seit einigen Tagen flackernd daran erinnert, sie bald austauschen zu müssen. Wir fangen beide kurz an zu lachen, ob das ein Zeichen ist?

Ich möchte in meinem Zimmer meine Sachen ablegen, doch kurz bevor ich die Türschwelle zu meinem Zimmer überschreiten möchte, erstarre ich und für einen kurzen Moment bleibt mir die Luft weg. Ein Gesicht starrt mich von meinem Bett aus an. Wieso sehe ich jemanden in meinem Bett liegen, wenn ich gerade erst nachhause gekommen bin und sonst niemand anderes einen Schlüssel hat und wieso blinzelt oder bewegt er sich nicht als ich mich erschrecke? Reflexartig schalte ich das Licht in meinem Zimmer an und sehe, wie das Gesicht mit zunehmender Helligkeit der Deckenlampe vor meinen Augen verschwindet. Peinlich berührt hole ich einen tiefen Atemzug und muss lachen.

Auf meinem Bett befindet sich der trockene Wäschehaufen vom Mittag, genauso wie ich ihn hinterlassen habe. Noch etwas benommen, aber neugierig, nähere ich mich dem Bett und versuche mit den Augen das eben noch wahrgenommene

Gesicht nachzuvollziehen. Es ähnelt nicht im Geringsten dem, was ich meine gesehen zu haben, nur noch die zwei Knöpfe einer Bluse erinnern mich an Augen. Noch scheint es mir willkürlich, was ich gerade noch in meinem Wäschehaufen gesehen habe. Nicht mal eine Sekunde hat es gedauert, die Gestalt auf meinem Bett zu sehen, die in mir eine Reaktion ausgelöst hat. Wie konnte ich so schnell erkennen und handeln?

Evolutionäre Überlebenstaktik – Wie (schnell) wir sehen

Es ist eine Adaption, die wir von unseren Vorfahren übernommen haben, der Urinstinkt, sich vor Gefahren zu schützen. Die Aktivierung in unserem Gehirn, Gesichter zu erkennen, befindet sich im *Gyrus fusiformis* und wird auch als fusiformes Gesichtsareal (FFA, *fusiform face area*)⁰¹ bezeichnet. Experimente⁰² zeigen, dass das FFA auf die Gesichtserkennung spezialisiert ist. Auch Objekte, die gesichtsähnliche Strukturen aufweisen, werden von diesem Gehirnnareal erfasst.

Befinden wir uns beispielsweise in einem Wald und meinen das Gesicht eines Wolfes gesehen zu haben, können wir handeln, also beispielsweise wegrennen. Sollte sich im Wald doch ein Wolf befinden und wir könnten diesen nicht als solchen erkennen, könnte es zum Verhängnis werden, dass wir uns auf die Schnelle nicht in Sicherheit bringen können.

01 K.R. Gegenfurtner (Hrsg.), Wahrnehmungspsychologie, DOI 10.1007/978-3-642-55074-4_4, Springer Verlag Berlin Heidelberg 2015, S.87
02 Ebd.

Unser visuelles System ist funktional organisiert und verfügt über spezifische Kortexareale, reich an reizspezifischen Neuronen, die auf bestimmte Reiztypen wie Gesichter, Orte oder Körper ansprechen⁰³, genau die Reize, die uns helfen, uns in unserer Umgebung zurecht zu finden und uns ständig umgeben. Um Gesichter erkennen zu können, ist visuelles Wahrnehmen erforderlich. Für die menschliche Evolutionsentwicklung ist das genannte Hirnareal so wesentlich, dass es schwer vorstellbar ist, wie wir miteinander, ohne das FFA, interagieren würden.



⁰³ Ebd., S.88

Kognitive Verzerrung – Pareidolie und Antropomorphismus

Unser gesamtes bisher erworbenes Wissen beeinflusst Wahrnehmungsprozesse. Wir benennen oder bewerten, um Objekte in unserer Wahrnehmung zu kategorisieren⁰⁴. So können wir sie besser einordnen und bilden seit unserer Kindheit eine Wissensbasis aus. Diesen wissensbasierten Prozess bezeichnet man als Top-down-Verarbeitung⁰⁵.

Neben dieser Verarbeitung, also dem eigenen Wissen, Informationen zu beschreiben, kann der Wahrnehmende aus eingehenden Reizen, der Bottom-up-Verarbeitung (auch als daten- oder reizgesteuerte Verarbeitung bezeichnet)⁰⁶ Informationen verarbeiten. Reize stehen immer am Anfang der Wahrnehmung⁰⁷ und stoßen den Wahrnehmungsprozess an. Ohne eingehende Reize, gibt es auch keine Wahrnehmung⁰⁸.

Stellen wir uns wieder vor, wir gehen im Wald spazieren und hören in der Distanz ein Knacken der Äste. Wir starten mit dem Reizmuster und versuchen, das Geräusch zu lokalisieren und das sich in diesem Bereich bewegendes Gebüsch zu beobachten. Aus ihm huscht ein Eichhörnchen heraus und schnellt an einem Baumstamm die Baumkrone hoch. Sobald diese Bottom-up-Daten die einzelnen Schritte des Wahrnehmungsprozesses ausgelöst haben⁰⁹, greift die Top-down-Verarbeitung.

04 Ebd., S.8

05 Ebd., S.9

06 Ebd., S.8

07 Ebd., S.8

08 Ebd., S.8

09 Ebd., S.9

So können wir auf unser bisheriges Wissen über eine beispielsweise ähnliche Situation oder mögliche Gefahr durch das Geräusch zurückgreifen und durch die Erkennung und Kategorisierung des Eichhörnchens unsere Handlung anpassen. Die Handlung als wahrnehmungsbedingte Reaktion ist gleichzeitig auch eine Entscheidung, die motorische Aktivität einschließt, ob Gefahr ausgeht und wir uns in Sicherheit bringen müssen oder die Situation als ungefährlich einordnen und weitergehen. So wie unsere Wahrnehmung und das Erkennen der Situation eine Handlung auslöst, verändert diese wiederum unsere Wahrnehmung¹⁰. Im Grunde lernen wir die ganze Zeit von unserem Erleben.

In gewissen Situationen jedoch kann diese Art von Prozess zu einem Irrtum führen. Die Top-down-Verarbeitung macht eine Vielzahl menschlicher Wahrnehmungseigenschaften aus. Da Gesichter unser Umfeld bestimmen und unser fusiformes Gesichtsareal genau darauf anspringt sie zu erkennen, sind wir zu Gesichtsexperten geworden. Wir sind fast schon darauf gepolt, sie zu sehen und können nicht anders als uns unbewusst auf sie einzustimmen, auch da, wo sie eigentlich nicht sein könnten. Wie bei mir auf dem Bett.

Genau das ist die Grundlage des Phänomens der Pareidolie, die eine der unzähligen kognitiven Verzerrungen darstellt. Die Fehlannahme, Muster zu erkennen mit unserer Neigung zu anthropomorphisieren, also menschliche Eigenschaften auf das nichtmenschliche zu übertragen¹¹, sodass wir zum Beispiel

10 Ebd., S.4

11 Nach Oxford dictionary,

<https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/anthropomorphism>

beim Essen in unserem Gyros ein Gesicht erkennen und ihm vielleicht sogar Emotionen und Ausdrücke zuschreiben, ihn also vermenschlichen.



Perzeption im Kontext der Umgebung

Mein Handeln nach der Wahrnehmung und Erkennung kann mir dabei helfen, nach dem Lichteinschalten meine Kleidung zu erkennen und den Wäschehaufen als ungefährlich einzuordnen. Auch wenn ich genau aus dieser Situation lerne, ist es ungewiss ob und wann ich wieder, vielleicht sogar am selben Ort, solch eine Situation erlebe – vielleicht mit einem anderen Wäschehaufen oder unter anderen Tages- oder Lichtverhältnissen.

Ist es möglich, dass der Kontext beziehungsweise eine bestimmte Umgebung, Einfluss auf meine Wahrnehmung hat,

also wie ich etwas sehe oder erkenne? Nach dem Kinofilm war ich etwas ängstlich gestimmt, in der Dunkelheit am Abend nach Hause zu gehen. Auch wenn ich in Begleitung war, bewirkte mein Zustand, aufmerksamer zu sein oder sogar vorausschauend meine Umgebung wahrzunehmen. Mein Zuhause ordne ich als einen sicheren Ort ein, dennoch könnte das flackernde Licht in der Küche den Anreiz fördern, wieder an den Film denken zu müssen. Mit meinem gesamten Wissen über flackernde Lichter im Zusammenhang mit meiner befangenen Haltung und dem begrenzten Licht, das aus dem Flur in mein dunkles Zimmer scheint und damit die Gesichtsmerkmale des Klamottenhaufens begünstigt, könnte genau das dazu geführt haben jemanden auf meinem Bett zu sehen.

Obwohl geteilte Umgebungseffekte wie das Schauen eines Films oder der gemeinsame Besuch einer Geisterbahn grundsätzlich generalisierbar¹² sind, ergeben sich dennoch individuelle Unterschiede, die sich in der Wahrnehmung subjektiv manifestieren: Würde also meine Schwester im Vorbeilaufen meines Zimmers das selbe Gesicht im Wäschehaufen sehen?

Sehen wir beispielsweise in Wolken ein Gesicht und haben das Bedürfnis, unsere Entdeckung unserem Umfeld, zu zeigen, kommt es nicht selten vor, die Person auf unsere Sichtposition zu lenken und gegebenenfalls mit unserem Finger, die Silhouette am Himmel nachzufahren. Wie die Person unser angenommenes Gesicht als solches erkennt, bevor es nicht mehr da ist, ist letztlich individuell.

12 Dutton, D. G., & Aron, A. P. (1974). Some evidence for heightened sexual attraction under conditions of high anxiety. *Journal of personality and social psychology*, 30(4), 510.

Auch wenn das FFA auf Gesichtserkennung spezialisiert ist, bedeutet es nicht gleich, dass wir in Objekten die selben Gesichter sehen, geschweige denn überhaupt welche wahrnehmen.

Umwelteinflüsse

Neben der biologischen Reifung, spielt die Erfahrung, wie die der Wahrnehmung unserer Umwelt, eine wichtige Rolle¹³. Die Eigenschaften unserer Kognition werden durch Erfahrung mit Umgebungsreizen beeinflusst. Diese Erfahrung, die unser visuelles System darauf einstellt, am besten auf das zu antworten, was gewöhnlich in der Umgebung vorhanden ist, spielt bei der Wahrnehmungsentwicklung vom Säuglings- bis zum Erwachsenenalter eine Rolle.

Umwelteinflüsse wie Erziehung, Kultur und Wertvorstellungen, wie zum Beispiel religiöse Ansichten, in denen wir aufwachsen, können durch regelmäßig vorkommende Merkmale, also Muster, unser visuelles System in der Entwicklung und die Art, wie wir wahrnehmen, beeinflussen¹⁴. Tendieren also religiöse Leute oder diejenigen, die an das Übernatürliche glauben mehr dazu, Gesichter in Objekten zu erkennen und werden diese dann als Zeichen interpretiert? Neigen Menschen mit bestimmten Persönlichkeitseigenschaften eher dazu, für Pareidolie empfänglich zu sein?

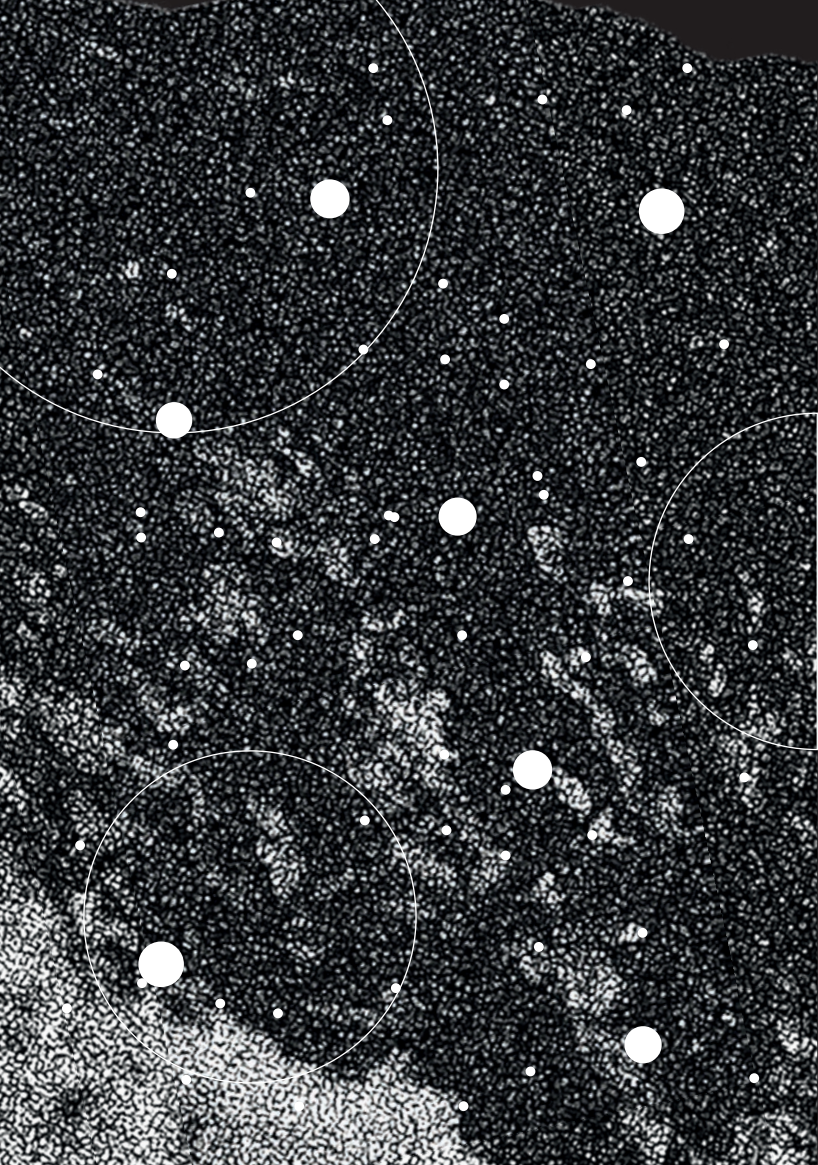
13 K.R. Gegenfurtner (Hrsg.), Wahrnehmungspsychologie, DOI 10.1007/978-3-642-55074-4_4, Springer Verlag Berlin Heidelberg 2015, S.90

14 Ebd.

Vielleicht besteht keine Bedeutung im Gesehenen, sondern eher welche Bedeutung wir diesem beimessen, gefärbt durch unsere eigene Wahrnehmung und das Erkennen. Zeichen zu bewerten und zu interpretieren ist individuell motiviert und hilft uns, unsere Umgebung zu kategorisieren. Ungewiss bleibt jedoch, wann mich das nächste vermeintliche Gesicht anschauen wird. Es steht mir frei zu interpretieren, es als Zeichen dafür zu sehen, meine Wäsche gleich nach dem Trocknen wegzuräumen.



Bei allen Abbildungen handelt es sich um Illustrationen von Tayna Kirchner.



Annika Bartling & Nele Wellmeyer | Buchbesprechung

Zwischenmenschliches Design – Sozialität und Soziabilität durch Dinge

Was ist zwischenmenschliches Design? Oft wird die Frage gestellt, wie sich Design auf die Gesellschaft auswirkt. Bevor sich dies beantworten lässt, muss zunächst die Beziehung einzelner Menschen betrachtet werden. In ihrem 2020 erschienenen Sammelband *Zwischenmenschliches Design – Sozialität und Soziabilität durch Dinge* untersuchen die Herausgebenden Martina Fineder und Johannes Lang mikrosoziologisch die Rolle designter Dinge in zwischenmenschlichen Beziehungen.

Einführend klären sie dabei zunächst die Bedeutung des Begriffs *Social Design*. Aus der Überlegung heraus, wie das Design von Dingen die zwischenmenschlichen Beziehungen beeinflusst, ergeben sich für Fineder und Lang drei Lesarten: die ethische, immaterielle und interaktive Lesart. In der ethischen geht es darum, wie gestaltete Objekte dem Menschen nützen, während bei der immateriellen Lesart der Schwerpunkt auf der Gestaltung von immateriellen Dingen, wie zum Beispiel Netzwerken, liegt. Die interaktive Lesart lässt auch die Beziehung

zwischen und mit Objekten zu, allerdings betonen die Herausgebenden, dass sie sich im Folgenden ausschließlich darauf konzentrieren, wie Dinge die Beziehung zwischen Menschen beeinflussen (vgl. Fineder/Lang 2020, 1–9).

Als Nächstes definieren Fineder und Lang, wie sie die Begriff *Sozialität* und *Soziabilität* gebrauchen und verstehen. *Sozialität* beschreibt bereits existierende, durch Dinge gestaltete soziale Strukturen, an denen man teilnehmen kann. *Soziabilität* beschreibt das Potenzial der Menschen, durch Dinge eine Beziehung zu erschaffen. *Soziabilität* bildet sich aus drei Kompetenzen: dem zwischenmenschlichen Erkennen, Handeln und Erleben. Die Gestaltung von Dingen kann diese Fähigkeiten beeinflussen (vgl. Fineder/Lang, 9–11). Die in dem Band enthaltenen Beiträge werden im Folgenden anhand dieser drei Kompetenzen kategorisiert und zusammengefasst: Beim zwischenmenschlichen Erkennen beeinflussen Dinge, wie man andere Menschen wahrnimmt und welche Erkenntnisse man über eine Person oder einen Zustand erhält (vgl. Fineder/Lang 2020, 11–14). Das zwischenmenschliche Handeln beschreibt, wie durch die Gestaltung von Dingen teils unbewusst ein bestimmtes Verhalten ausgelöst wird (vgl. Fineder/Lang 2020, 14–17). Für das zwischenmenschliche Erleben sind gestaltete Dinge wichtig, da sie beeinflussen, wie sich Personen und Gruppen begegnen und die Gruppenidentität prägen (vgl. Fineder/Lang 2020, 17–20).

Fineder und Lang schließen mit der Äußerung ihres Zieles, „die enorme Bedeutung der Dinge für soziales Erkennen, Handeln und Erleben in den Fokus weiterer Forschungs- und Gestaltungsprojekte zu rücken“ (Fineder/Lang 2020, 20).

Die beiden Herausgebenden bieten einen inhaltlich sinnvoll geordneten Einstieg in das Thema *Zwischenmenschliches Design*, welches erst allgemein gehalten und dann spezifischer behandelt wird. Um die Untersuchungen und Erklärungen anschaulicher zu machen, werden viele Beispiele verwendet, wenngleich diese auch nicht immer zur einfacheren Verständlichkeit beitragen. Die drei Kompetenzen der *Soziabilität* können beispielsweise besser anhand eines einzigen Themas, wie dem Institut *Schule*, verdeutlicht werden: Das zwischenmenschliche Erkennen beginnt damit, dass man anhand der Rucksäcke, Ordner und Etuis erkennt, wer Schüler:in und wer Lehrer:in ist. Zwischenmenschliches Handeln findet man in der Raumgestaltung, denn während Einzeltische und Tischreihen eine konzentrierte, auf die Lehrkraft bezogene Arbeitsweise fördern, führen Gruppentische zu mehr Interaktion mit den Mitschüler:innen. Das zwischenmenschliche Erleben wird durch die Nutzung eines Klassenraumes angesprochen, da durch die gemeinsame Überlegung, wo das Biologie-Plakat und die Matheformeln aufgehängt werden sollen sowie durch das Teilen von Tafel, Tischen und Stauraum bereits unbewusst das Gemeinschaftsgefühl geprägt wird, bevor die eigentliche pädagogische Arbeit innerhalb der Gruppe beginnt.

Neben Beispielen werden außerdem häufig Designer:innen und Wissenschaftler:innen genannt, die ähnliche Thesen oder Ideen aufgreifen. Dazu zählt auch Lucius Burckhardt mit seiner Theorie „Design ist unsichtbar“ (vgl. Fineder/Lang 2020, 7), durch die sich bei uns eine Frage an Fineder und Lang stellt, die nicht ausreichend beantwortet wird: Beeinflusst die Gestaltung von Dingen die zwischenmenschliche Beziehung direkt

positiv oder negativ oder geschieht dies erst durch die Nutzung und Art der Verwendung?

Betrachtet man den Designprozess, der von Burckhardt in die Phasen *Entwurf* und *Konsum* eingeteilt wird, stellt sich Folgendes heraus: Sobald im Designprozess ein Problem erkannt wird, wird im Entwurfsprozess nach einem problemlösenden Objekt gesucht. Dieses ist zunächst neutral, bis es von jemandem eingesetzt wird. Es kann gleichzeitig argumentiert werden, dass Gestaltung durch Interaktion zwischen Menschen entsteht. Deren Einflüsse wirken beim Konsumieren auf die Gesellschaft zurück. Daraus resultiert, dass Gestaltung nicht neutral ist, sondern gesellschaftsfördernd oder -verhindernd wirkt (vgl. Burckhardt 2004, 196f).⁰¹ Folglich wirkt Gestaltung also auf die *Sozialität* und *Soziabilität* der Menschen, indem die drei Kompetenzen – *Erkennen*, *Handeln* und *Erleben* – direkt beeinflusst werden. Laut Burckhardt bedeutet unsichtbares Design, dass das konventionelle Design diese soziale Funktion nicht bemerkt, aber das Design von morgen sich dieser unsichtbaren Gesamtsysteme, dieser Wechselwirkung zwischen Objekt und zwischenmenschlichen Beziehungen, bewusst werden muss, um sie zu berücksichtigen (vgl. Burckhardt 2004, 199).

Fineder und Lang erwähnen kritisch, dass soziales und konventionelles Design nicht getrennt werden können (vgl. Fineder/Lang 2020, 7). Dies ist nachzuvollziehen, denn die Beziehungen zwischen Menschen können nicht nur durch Unsichtbares

01 Burckhardt, Lucius (2004): *Design ist unsichtbar*. In: Fezer, Jesko/Schmitz, Martin (Hg.): *Wer plant die Planung? Architektur, Politik und Mensch*. Berlin: Martin Schmitz Verlag, S. 187 – 199 (gekürzte Fassung). Zuerst erschienen in: Gsöllpointner, Helmuth/Hareiter, Angela/Ortner, Laurids (Hg.) (1981): *Design ist unsichtbar*, Wien, S. 13 – 20.

beeinflusst werden, sondern auch durch die *konventionellen* Objekte, wie im Beispiel des Klassenraums. Allerdings nennt Burckhardt ebenfalls einen wichtigen Kritikpunkt, der auf die Untersuchungsmethode der Herausgebenden übertragbar ist: Er führt an, dass der Einfluss der Dinge nicht immer vorhergesehen werden kann (vgl. Burckhardt 2004, 197ff). Anders formuliert bedeutet das also, wenn beim Design eines Gegenstandes lediglich die mikrosoziologische Ebene der zwischenmenschlichen Beziehung in Betracht gezogen wird oder eine der drei Kompetenzen für *Soziabilität*, es dazu führt, dass es zwar positive Auswirkungen in mikrosoziologischer Sicht, aber negative Auswirkungen auf die Gesellschaft haben kann.

Während Theorien wie die von Burckhardt nur unterstützend erwähnt werden, fassen Fineder und Lang die einzelnen Beiträge der mitwirkenden Autor:innen ausführlicher zusammen. Jene setzen sie miteinander in Beziehung, wodurch die angeführten Argumente der Herausgebenden verständlicher werden. Sie geben allerdings keine expliziten Anweisungen, wie zwischenmenschliches Design auszusehen hat, noch eine Anleitung, wie es zu erreichen ist. Das ist aber auch nicht ihre Intention. Wie Lang in seinem Beitrag verdeutlicht, ist es für ihn wichtiger, „dass diese Methoden weniger unter dem Aspekt einer bestimmten Gestaltungsmethode als vielmehr unter dem Aspekt einer bestimmten Erkenntnismethode beziehungsweise Forschungsmethode betrachtet werden“ (Lang 2020, 120).⁰²

02 Lang, Johannes (2020): Soziales Gestalten für und aus Freiheit. Zur Autonomie im zwischenmenschlichen Design. In: Fineder, Martina/Lang, Johannes (Hg.): Zwischenmenschliches Design. Sozialität und Soziabilität durch Dinge. Wiesbaden: Springer Fachmedien, S.99–121.

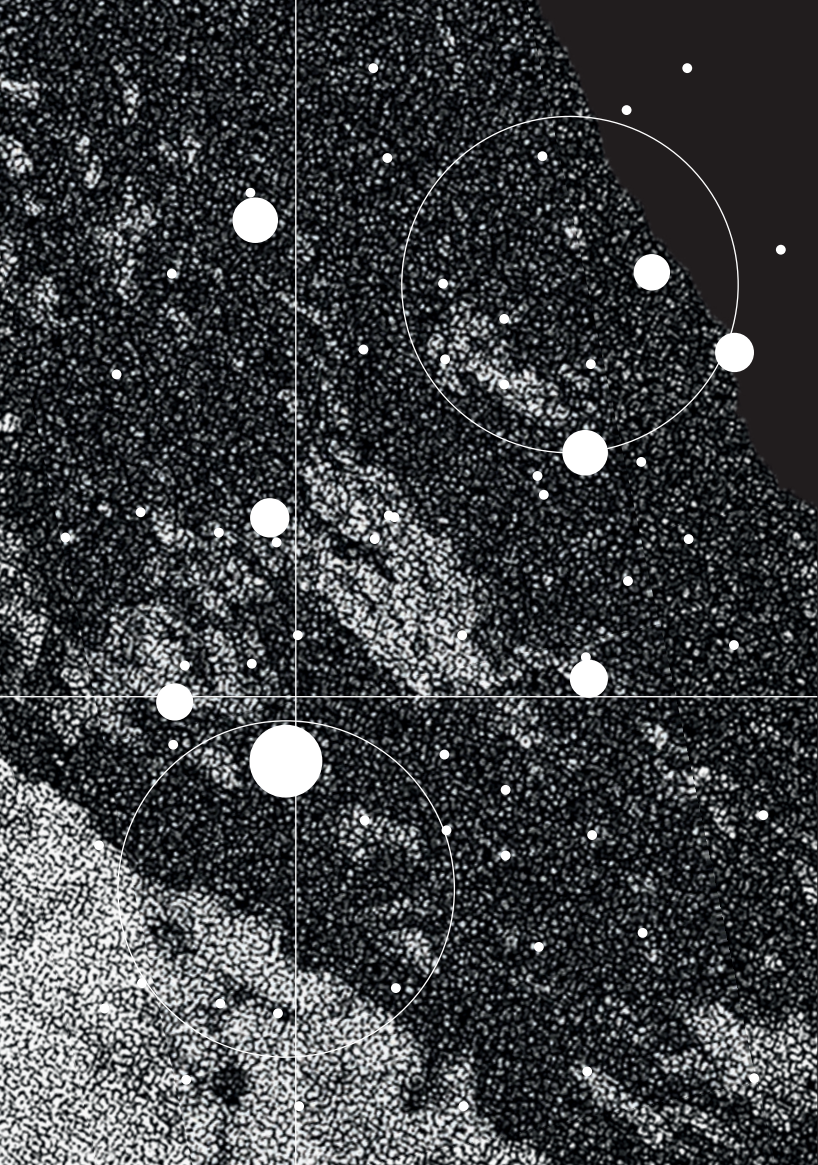
Zusammenfassend lässt sich sagen, dass Fineder und Lang einen guten Überblick über das Thema *zwischenmenschliches Design* bieten, in der Einzelbetrachtung erste Fragestellungen klären und Interesse an einer weiteren Auseinandersetzung wecken. Sie erreichen damit ihr Ziel, die Diskussion über das Thema anzuregen und dessen Relevanz für die Designwissenschaft zu betonen. Der Begriff wird umrahmt statt definiert, indem durch die verschiedenen Lesarten und Beiträge verschiedener Autor:innen Interpretationsmöglichkeiten offengehalten werden.

Martina Fineder
Johannes Lang *Hrsg.*

Zwischen- menschliches Design

Sozialität und Soziabilität
durch Dinge

 Springer VS



Tom Bieling | Buchbesprechung

Kosmologie und Design

Die Allgegenwärtigkeit von Design ist längst nicht mehr von der Hand zu weisen. Alles ist Design. Alle sind Designer:innen. Wenn dem tatsächlich so ist, kann auch die wissenschaftliche Welterschließung davon nicht unberührt bleiben. In seinem jüngsten Buch *Einsteins Marmor – Eine Studie über Kosmologie und Design* rückt Holger van dem Boom hierfür das Konzept der Kosmologie ins Zentrum des Interesses. Das Studium des Kosmos also, als Erforschung der Struktur, Organisation und Anordnung all dessen was da ist. Es geht dabei weniger darum, dass das Design all die damit verbundenen Fragen allein beantworten muss, sondern dass Aspekte des Designs im interdisziplinären Austausch zwischen unterschiedlichen Forschungs- und Praxisfeldern wie z. B. der Soziologie, der Informatik, der Philosophie oder Physik mitberücksichtigt und verhandelt werden. Es geht also um eine breitere, eine kosmologische Perspektive, aus dem Blickwinkel des Designs.

Im Fokus steht dabei die Dreiecks-Konstellation zwischen Design, Kosmos und Gesellschaft. Denn Designer:innen entwerfen Welten. Gestalterisches Schaffen bleibt somit nicht ohne Konsequenzen für gesellschaftliche Realitäten.

Und „jede Gesellschaft projiziert ihr Bild von sich selbst auf eine Kosmologie, deren Reflex wiederum ihre Gestaltungen prägt“ (9).

Design bewegt sich dabei durchaus auf unterschiedlichen Ebenen: Der primär materiellen, also dem im weitesten Sinne *bekannten Universum* (Erde, Sonne, Mond, Sterne), aber auch auf der Ebene des Unbekannten, des Unerklärlichen, des Unbegreiflichen, des Inneren, des *Außerirdischen*. Zwischen den unterschiedlichen Ebenen gibt es immer wieder Überlappungen, die nicht zuletzt durch gestaltete Dinge und Prozesse – etwa im Design, der Architektur oder den Künsten – zum Ausdruck gebracht werden. Dass zum Beispiel unsere Gestaltungen

„seit frühen Menschheitstagen eine Verbindung zum Kosmos suchten, ist [...] bei vielen [...] Zeugnissen der Architektur, besonders bei den Sakralbauten [...] ersichtlich. Die Natur, der Kosmos, sie galten einst – in der Antike, im Mittelalter, besonders aber in der Renaissance – als absolutes Vorbild für Wohlordnung und Perfektion“ (ebd.).

Mit dem titelgebenden Konzept des *Marmors* greift van den Boom eine Überlegung Albert Einsteins auf, der das Symmetriekonzept mit eben jenem harten, geäderten Kalkgestein verglich. Dem Marmor als Synonym für abstrakte symmetrische Formen steht das *Holz* gegenüber, als zellulose, organische, wildwüchsige Form. Das Holz sei so etwas wie der stoffliche Inhalt der Welt, der Marmor die Eleganz ihrer Form. Symmetrischer Mar-

mor gegenüber asymmetrischem Holz. Kontingenter Stoff und nicht-kontingente Form. Aus dieser Gegenüberstellung leite sich die Frage ab, inwiefern das Universum letztlich eher Stofflichkeit, also ein *Material*, oder aber reine Form, also *Geometrie* ist.

Hier schließt sich der Bogen zum griechischen Kosmos (Ordnung), als Zustand in dem alles nach einem System angeordnet und sortiert ist. Das *schön und geordnet ausgestaltete Weltganze* als Grundbauplan des Universums.

Spätestens hier werden die Überlegungen Albert Einsteins bedeutsam, dessen allgemeine Relativitätstheorie sich nicht zuletzt auf das Weltall als Ganzes anwenden lässt. Eine Kerneigenschaft des Urknallmodells etwa besteht darin, dass sich das Universum mit der Zeit verändern muss. Ein immergleiches, unveränderliches, stabiles, starres Universum ist demnach nicht möglich. Dies bedeutet jedoch auch, dass ein, sich gemäß der Urknalltheorie entwickelndes, Weltall nicht nur stetig expandieren, sondern auch in sich zusammenstürzen kann.

Diese Überlegungen gilt es mit Blick auf das *ultimative Große und Ganze*, den *Großen Entwurf* mit zu berücksichtigen, um daraus denkbare, übergeordnete und möglicherweise entscheidende Kriterien, Maßstäbe und Orientierungen neu zu begreifen zu bewerten. Erkenntnis, Ästhetik und Ethik sind demnach untrennbar miteinander verbunden. Die Relevanz der Kosmologie kommt nicht zuletzt dadurch zum Ausdruck, dass sie uns gerade hierauf aufmerksam macht.

Einsteins Marmor liest sich als Vorschlag, die Logik des Designs kosmologisch zu begreifen und die Semantik des Designs im Licht kosmologischer Semantik zu fördern. Das *kosmologische Denken der Physik* und das heutige *Allzweck Denken*

des Designs könnten sich dabei auf tieferer Ebene als verwandt erweisen, denn beide Sparten, so van den Boom, arbeiten vorwiegend im „Bleistift- und -Papier-Labor und entwerfen Modelle und Konstruktionen, über die wir uns die Welt erschließen“.

Im Buch geht es dabei weniger um die *Anwendungen* der Physik, als vielmehr um die Erschließung und Nutzung ihrer Semantik in der Semantik des Designs. Die Studie über die Kosmologie und Design ist somit eine Abhandlung über die Architektur der Relativität, die Un-/Moral der Dinge und über Design als Substitut der Sinne, in dem es um nichts weniger geht als um eine Zukunftsvision für ein anderes (Design-) Denken.

Holger van den Boom

Einsteins Marmor

Eine Studie über Kosmologie und Design

Deutsch, 420 Seiten, Logos Verlag, 2021

ISBN 978-3-8325-5284-8

Holger van den Boom

Einsteins Marmor

Eine Studie über Kosmologie und Design



λογος Z

KURZBIOGRAFIEN



ANNIKA BARTLING, geboren 1999 in Osnabrück, studiert Branding Design an der HAWK Hildesheim. Als ausgebildete Fotografin arbeitet sie zudem in deinem Fotostudio. Im Fokus ihres Interesses: wie durch Gestaltung Wirkung beeinflusst werden kann.



TOM BIELING, Prof. Dr., ist Professor für Designtheorie an der HfG Off nbach und lehrt Designwissenschaft an der HAWK Hildesheim. Zuvor Gast- und Vertretungsprofessuren für Designforschung u. a. am Zentrum für Designforschung der HAW Hamburg, der GUC Cairo und der Universität zu Trient. Mitherausgeber der Buchreihe *Design Meanings* (Mimesis) sowie der *BIRD Reihe* (Birkhäuser) als Teil des Board of International Research in Design. Mitbegründer des Design Research Networks sowie der Initiative Design promoviert. [DESIGNBABILITIES/ designforschung.org](http://DESIGNBABILITIES/designforschung.org) wurde von ihm 2008 ins Leben gerufen. Bücher (Auswahl): *Design (&) Activism* (2019), *Inklusion als Entwurf* (2019), *Gender (&) Design* (2020).

Foto: Kai Hattermann



ANN-CHRISTIN BRANDES, geboren 1997 in Hannover und aufgewachsen in Stadthagen, studiert Branding Design an der HAWK in Hildesheim. Ihr Hauptinteresse liegt in den Bereichen Ideenfindung, Storytelling und Packaging Design.



TAYNA KIRCHNER studiert Kommunikationsdesign an der Hochschule für Angewandte Wissenschaften in Hamburg und setzt sich unter anderem mit Fragestellungen hinsichtlich des Ausdrucks von kognitiven Prozessen, sowie der Wahrnehmung und deren Verzerrung, in Bezug auf Kommunikation und Gestaltung auseinander. Im Rahmen ihres Althebraistik Studiums an der Universität Hamburg beschäftigte sie sich mit der Deutung von Texten im Kontext der Kultur, des Zeitgeschehens und den darin eingebetteten Weltanschauungen, sowie deren Einfluss auf die Informationsaufnahme und -verarbeitung. Mit dem Landeskunstgymnasium Alzei arbeitete sie an einem Buchprojekt der Autorin Cornelia Funke mit, das 2015 veröffentlicht wurde.



ELENA SCHÜTTE ist eine in Hamburg lebende Kommunikationsdesignerin. In ihren Studien an der Münster School of Design und der HAW Hamburg hat sie ein starkes Interesse für Social Design, designtheoretische Auseinandersetzung und eine Vorliebe für Editorial entwickelt. Fragen nach Verantwortung und Ethik mit Blick auf Design und gesellschaftlichen Wandel tauchen in ihren Arbeiten immer wieder auf. Neben der gestalterischen Arbeit schreibt sie gerne.



SONJA STUMMERER + MARTIN HABLES-REITER gründeten 2003 das interdisziplinäre Atelier honey & bunny in Wien. Sie entwickelten und bauten mehrere Dachausbauten, Geschäfte und Wohnungen; Regie bei „food design – der Film“, Ausstellungen u. a. „food design“ (Designforum MQ in Wien), „food|design|humanity“ in Lodz in Polen und „eat|body|design“ in Zürich. Ihre Installation „EAT DESIGN“ ist Bestandteil der permanenten Sammlung des Wiener Museums für Angewandte Kunst. Sie stellten unter anderem im Palazzo Triennale in Mailand, im Londoner Victoria & Albert Museum, im Wiener Museum für Angewandte Kunst, im Museum August Kestner in Hannover und im Museo della Scienza in Mailand aus. Buchauswahl: „food design – von der Funktion zum Genuss“ (2009), „food design XL“ (2013), „eat design“, „Putzen – Eine Kulturtechnik“ (2020) und „wie wir essen: Tischkultur | Geschichte, Design und Klima“ (2021). Lehraufträge u. a. in Bukarest RU, Istanbul TU, Chennai IN, Zlin CZ und Wrocław PL, St. Pölten NDU, Universität Salzburg und Johannes Kepler Universität Linz.



ALINA WEISBROT, geboren 2002, ist in Bremerhaven aufgewachsen. Ihr Interesse an Design entwickelte sich schon bereits früh beim Experimentieren mit Farbe und Form. Heute studiert sie an der HAWK Hildesheim Branding Design und ist nebenbei in einer Agentur im Bereich Social Media tätig. Zu ihren Interessensgebieten gehört neben Markenentwicklung auch Farbe sowie Packaging Design. (Foto: Malin Schmidt)

Foto: Malin Schmidt



Nele Wellmeyer, geboren 2001, studiert Grafikdesign an der HAWK in Hildesheim. Neben ihrem Studium arbeitet sie als Werksstudentin im Verpackungsdesign und der Gestaltung von Social Media Content. Sie lässt sich schnell für gute Ideen begeistern, illustriert gerne und interessiert sich für Typografie. Zwischendurch trinkt sie Kaffee mit Hafermilch, macht Sport oder spielt Gitarre.

IMPRESSUM

DESIGNABILITIES is the name under which we publish special issues or curated compilations of texts from designforschung.org as open access PDF files or printed publications. As an internationally peer assessed journal we invite papers that enrich the discourse on design (research, theory, practice) and welcome submissions from designers, researchers, artists, non-/academics, curators and critics which seek to engage with all areas of research for, about or through design. The journal is concerned with the epistemic potentials of design research, as well as with the question of which ways and practices of knowledge production we can develop and apply in and beyond the design disciplines. This also involves a critical examination concerning the role of design(ers) in relation to societal conditions and hegemonies, and the search for ways to make these visible and transformable. The journal is international in nature but is mindful of cultural differences and encourages diverse local practices. Use of language besides English or German and form of discourse besides academic are welcome.

©2023: DESIGNABILITIES Design Research Journal. Authors retain the rights to their articles, which are published with their permission. Any use of these materials provide proper citation to the author and DESIGNABILITIES, ISSN 2700-5992 (online) / ISSN 2940-0090 (print).

The German National Library lists this publication in the German National Bibliography; detailed bibliographic data is available online via <http://dnb.dnb.de>

ISSN 2511-6274 (Online)
www.designforschung.org

ISSN 2700-5992 (Journal web)
ISSN 2940-0090 (Journal print)
www.designabilities.org

DESIGNABILITIES

Design Research Journal
Issue: Design Co-Existence
05/2023

Editor

Tom Bieling

Editorial Board

Torben Körschkes
Emine Yorgancı
Lisa Lenkersdorf

Editorial Advisory Board

Gui Bonsiepe
Klaus Krippendorff (†)
Juliette MacDonald
Ravi Poovaiah
Maria Cecilia Loschiavo dos Santos

Layout

Lisa Lenkersdorf

Font

Sprat by Ethan Nakache,
Collettivo, 2020
National by Kris Sowersby,
Klim Type, 2007

DESIGNABILITIES

HfG | Tom Bieling
Hauptgebäude, R 311
Schlossstraße 31
63065 Offenbach am Main

twitter | facebook: @dsgnblts
instagram: @designforschung

Cover and Separators

Lisa Lenkersdorf