

Tom Bieling **Vorwort** → 03
John Bingham-Hall **Die Politik des Materials** → 13
Tom Bieling **Wicked Problems mehr denn je?!** → 19
Wim Cuyvers **Inventarspaziergänge und Punktkarten** → 31
Klaus Schwarzfischer **Blicke, Likes und Klicks** → 55
Tom Bieling **Zeichen des Friedens** → 67
Moniek Wiese **Satire als Methode** → 75
Kira Pawlewski **Psychogeografische Spekulation** → 103

ISSN 2940-0090

DESIGNABILITIES Design Research Journal



Design Discomfort 06

Design Research Journal

10/2024

DESIGNABILITIES



Design Discomfort

DESIGNABILITIES

Design Research Journal

Design Discomfort

10/2024

Tom Bieling

Gestaltung und Unbehagen – Eine Einleitung

Komfort und Unbehagen sind wie zwei Seiten derselben Medaille, die das Wesen unseres Lebens ausmachen. Komfort, so mag man glauben, verleiht uns Stabilität und Sicherheit, während das Unbehagen (**Discomfort**) uns einerseits ein mulmiges Gefühl vermitteln mag, uns andererseits aber dazu herausfordert, neue Perspektiven in Betracht zu ziehen. Unbehagen kann eine wichtige Rolle dabei spielen, uns dazu zu bringen, über Dinge nachzudenken, die uns stören oder irritieren. Es gibt uns Hinweise darauf, dass etwas nicht in Ordnung ist oder etwas nicht unseren Erwartungen entspricht. Dieses Unbehagen kann uns motivieren, genauer hinzuschauen, Fragen zu stellen und nach Lösungen zu suchen.

Unbehagen ist somit unweigerlich auch ein verlässlicher Motor für Gestaltungsprozesse, die, wie wir seit Herbert Simon (*The Sciences of the Artificial*) wissen, stets mit der Herausforderung verbunden sind, bestehende Situation in bevorzugte zu überführen. In Bezug auf unser Weltverständnis kann Unbe-

hagen dazu beitragen, dass wir uns mit Themen auseinandersetzen, die uns verwirren oder herausfordern. Es kann uns dazu antreiben, Unbekanntes zu erforschen, alternative Standpunkte zu erwägen und unsere eigene Sichtweise zu überdenken.

Indem wir uns mit unserem Unbehagen auseinandersetzen, können wir auch mehr über uns selbst lernen und unsere eigenen Werte, Überzeugungen und Vorurteile besser verstehen. Überdies kann Unbehagen dazu beitragen, dass wir uns in der Welt besser zurechtfinden, indem es uns dazu drängt, Probleme anzugehen und uns persönlich weiterzuentwickeln. Wenn wir uns unwohl fühlen oder etwas nicht richtig erscheint, können wir versuchen, die Ursachen zu verstehen und versuchen, Veränderungen in die Wege zu leiten. Dieser Prozess des Hinterfragens und der Justierung kann uns helfen, uns besser an verschiedene Situationen anzupassen und diese bewusster zu gestalten. Unbehagen ist also nicht nur ein Meilenstein der Transformation, sondern auch ein Halbzeug der Resilienz.

Die Wechselwirkung aus beidem – Komfort und Unbehagen – ist somit ein ständiges Spiel, welches die Dynamik unseres Lebens beflügelt und es aufregend und unterhaltsam macht. Etwas, das uns wachsen lässt und uns ermöglicht, uns weiterzuentwickeln.

Produktivität des Unbehagens

Unbehagen kann auf verschiedene Arten dazu beitragen, die Welt besser zu verstehen, sei es auf physikalischer, politischer, sozialer oder kultureller Ebene. Unbehagen trägt somit auf

unterschiedlichen Ebenen dazu bei, unser Bewusstsein zu schärfen, bestehende Annahmen zu hinterfragen, Missstände aufzudecken und Veränderungen zu bewirken. Es ermöglicht uns, tiefer in die Funktionsweise der Welt einzudringen und die komplexen Kräfte zu verstehen, die sie beeinflussen. Nicht zuletzt kann Unbehagen auch dazu beitragen, Fortschritte in Wissenschaft, Technologie und Gestaltung voranzutreiben, indem bestehende Grenzen und Normen in Frage gestellt werden.

Um den Begriff Unbehagen besser einordnen und somit besser verstehen zu können, mag es helfen, sich vor Augen zu führen, was – neben Komfort und Behagen – eigentlich das Gegenteil von Unbehagen ist. Man denke an Begriffe wie Wohlbefinden, Zufriedenheit, Harmonie und Gemütlichkeit. Man denke an Entspannung, Frieden, Ruhe und Gelassenheit. Man denke an Gefühle der Leichtigkeit, der Sicherheit oder auch Geborgenheit. Aus der Auseinandersetzung mit den angenommenen oder tatsächlichen Gegensätzen von Unbehagen, schärft sich ein Verständnis dahingehend, was Unbehagen ausmacht.

Die Tatsache, dass Design unweigerlich in gesellschaftliche Prozesse eingreift, impliziert, dass es bewusst oder unbewusst dazu beiträgt, tradierte Wege, Werte und Normen aufrechtzuerhalten oder aber zu überdenken und zu revidieren. Letzteres tut es insbesondere auch dann, wenn es unbehaglich daherkommt, Empörung verursacht, Identitäten und vermeintliche Wahrheiten in Frage stellt, und eben genau nicht die bestehenden Regeln und Bedingungen festigt, sondern ins Wanken bringt. Unbehaglichkeit ließe sich in diesem Sinne als Qualität auffassen, die produktiv ist.

Unbehagen als Forschungsobjekt und Mittel der Gestaltung

Unbehagen lässt sich also auch als Gestaltungsmotor begreifen. Die Auseinandersetzung mit *Unbehagen* kann wichtige Impulse für Forschung und Gestaltung geben, da es ein Signal oder Anzeichen für potenzielle Probleme, Schwächen oder Bedenken in einem System, Produkt oder einer Idee sein kann. Indem wir uns bewusst mit dem Unbehagen auseinandersetzen, können wir tiefergehende Fragen stellen, neue Perspektiven einnehmen und uns stärker auf potenzielle Risiken oder unerwünschte Auswirkungen konzentrieren. Dieses Unbehagen kann als Katalysator dienen, um kritisch zu reflektieren, was verbessert oder neu gestaltet werden muss.

Unbehagen kann aber auch bewusst als gestalterisches Mittel eingesetzt werden, etwa um emotionale Reaktionen hervorzurufen, die zur Reflexion anregen. Durch gezielte Provokation von Reaktionsmustern der Unbehaglichkeit (auf Rezipient:innenseite) können Designer:innen bewusst Spannungen erzeugen. Unter Umständen führt dies dazu, dass Menschen aus dem Erfahrungswissen des Unbequemen heraus, sich dadurch motiviert fühlen, alternative Sichtweisen in Erwägung zu ziehen oder *anders* zu handeln.

Als Beispiele hierfür können das sogenannte **Critical** bzw. **Speculative Design** herhalten, bei denen Unbehagen immer schon als elementarer Bestandteil des gestalterischen Schaffens gelten kann, indem es auf Seiten der Rezipient:innen absichtlich Unbehagen hervorruft.

Mit den Beiträgen des vorliegenden Themenheftes wollen wir der Frage nachgehen, was eigentlich das Unbehagliche am Design ist und im gleichen Zug herausfinden, inwiefern sich Unbehagen tatsächlich *designen* lässt.

In der **Politik des Materials** erkundet John Bingham-Hall die politische Rolle von Material im Design. Er vergleicht das Versagen der gläsernen Kuppel des Berliner Reichstags, die symbolische Transparenz verspricht, aber keine wirkliche politische Teilhabe ermöglicht, mit dem Campo de Cebada in Madrid. Letzterer nutzt recyceltes Holz für Basisdemokratie und Peer-to-Peer-Aktivitäten. Hier offenbart das Material nicht nur pragmatische Eigenschaften, sondern auch eine symbolische Ästhetik der Intimität. Holz wird als symbolisch intim und unmittelbar im Gegensatz zu Glas betrachtet, das einerseits Distanz und andererseits Öffentlichkeitswirksamkeit repräsentiert. Die Frage, ob diese Symbolik eine breitere politische Bewegung (und deren Herausforderungen, Ziele und Probleme) einschränkt oder erweitert, bleibt dabei zentral.

Probleme sind komplex. Geahnt haben wir das schon immer, doch einen Namen dafür haben wir erst durch Horst Rittel bekommen. Mit Melvin Webber prägte der den Begriff der *Wicked Problems*. Der Beitrag **Wicked Problems mehr denn je?!** von Tom Bieling beleuchtet die Komplexität von Problemen, die sich nicht aus einer einzelnen Perspektive lösen lassen. Diese Probleme sind ineinander verflochten, von verschiedenen Blickwinkeln abhängig und involvieren zahlreiche Interessengruppen. Sie sind schwer zu messen und haben keine eindeutigen Lösungen. Zusätzlich thematisiert der Beitrag die Frage, wie Design allein schon dadurch Macht ausübt, indem es das

Leben anderer beeinflusst, und betont die daraus ableitbare Verantwortung von Designer:innen.

In **Punktkarten und Inventarspaziergänge** setzt sich Wim Cuyvers intensiv mit alternativen pädagogischen Ansätzen auseinander, insbesondere mit der Idee, Studierende aus ihren gewohnten Lernumgebungen herauszubringen. Hierzu legt er ein ausgiebig erprobtes Workshop Konzept dar, bei dem Studierende in Gruppen außerhalb ihrer Lehrinstitution Spaziergänge machen und urbane Umgebungen analysieren. Cuyvers betont die Wichtigkeit des direkten Kontakts mit dem öffentlichen Raum und schlägt vor, dass unvorbereitete, ungefilterte Erfahrungen oft die lehrreichsten sind. Spaziergänge sollen dabei nicht als touristische Ausflüge missverstanden werden, sondern Möglichkeiten bieten, das Wesen des öffentlichen Raums und individueller Anforderungen und Bedürfnisse zu erforschen. Diese Art des Gehens wird in diesem Zusammenhang jedoch nicht als Methode verstanden, da das, was bei diesen Wanderungen passiert außerhalb der Kontrolle der Teilnehmenden liegt. (*Es gibt keine Methode für Bildung*).

In **Blicke, Likes und Klicks** erforscht Klaus Schwarzfischer, wie soziale Medien und Influencer:innen funktionieren, indem er verhaltensbiologische Konzepte auf heutige Online-Interaktionen überträgt. Er erklärt, dass Aufmerksamkeit und Anerkennung in sozialen Gruppen, ähnlich wie bei Tiergesellschaften, einen sozialen Status definieren. Likes und Klicks in sozialen Medien sind moderne Äquivalente zu Blicken und signalisieren sozialen Status. Influencer:innen agieren als digitale Alphatiere, während ihre Follower:innen Vorteile aus dieser Beziehung ziehen. Der Beitrag betont die Relevanz dieser

Konzepte für Design, Marketing und das Verständnis der dynamischen Interaktionen in der digitalen Welt und schließt mit einem Gedanken über die Bedeutung von Blickzuwendungen und -abwendungen für ästhetische Erfahrungen und deren Berücksichtigung in Handlungstheorien.

In **Zeichen des Friedens** reflektiert Tom Bieling über die Bedeutung von Symbolen am Beispiel des Peace-Zeichens, welches im vergangenen Jahr seinen 65. Geburtstag feierte. Der Beitrag hebt die identitätsstiftende Rolle von Zeichen und Symbolen in sozialen Bewegungen und politischen Gruppierungen hervor und beschreibt, wie sie Beziehungen und Zugehörigkeit formen. Dabei diskutiert er auch, wie das Peace-Zeichen seinen ursprünglichen politischen Kontext verlor und dennoch weltweit bekannt wurde. Hieraus geht hervor, wie stark Symbole unterschiedlich interpretiert und für verschiedene Zwecke genutzt werden können, wodurch sie ihre Bedeutung wandeln, aber nicht selten auch deswegen ihre Popularität potenzieren.

Moniek Wiese setzt sich mit der Verwendung von **Satire als kritische Methode im Spekulativen Design** auseinander. Ihr Beitrag erläutert, wie Satire in verschiedenen Ausprägungen – horazische und juvenalische Satire – genutzt wird, um Artefakte zu gestalten, die den gesellschaftlichen Status quo hinterfragen. Anhand von Beispielen zeigt sie, wie diese Satireformen eingesetzt werden, um Kritik zu üben und Reflexionen über Technologie, soziale Strukturen und zukünftige Entwicklungen anzuregen. Am Beispiel der von ihr so genannten *Behörde für geistiges digitales Nicht-Ableben* zeigt Wiese mit einem eigenen Projekt auf, wie Satire als Methode im digitalen Raum eingesetzt werden kann.

Kira Pawlewski beschäftigt sich mit der Anwendung **psychogeografischer Spekulation** als Gestaltungs- und Forschungsmethode anhand des filmischen Werks *The City & The City* der Künstlerin Mariam Ghani. Der Beitrag beleuchtet die Verwendung psychogeografischer Konzepte und Methoden in Ghanis Arbeit, die sich mit den *spatial and racial politics* amerikanischer Städte auseinandersetzt. Dabei wird die Verbindung zwischen psychogeografischer Theorie und Ghanis künstlerischer Umsetzung analysiert und mit eigenen experimentellen Erfahrungen in einer ähnlichen Thematik verglichen. Pawlewski untersucht, wie Ghani psychogeografische Elemente nutzt, um eine spekulative Dystopie zu schaffen, die aufzeigt, wie das Unseeing – das bewusste Nicht-Wahrnehmen bestimmter Aspekte der Stadt – die Realität beeinflusst und die sozialen Strukturen widerspiegelt. Durch visuelle und auditive Mittel schafft Ghani eine Desorientierung, die zur Entwicklung von Empathie anregen soll und eine kritische Reflexion über die Wahrnehmung von Städten und Gesellschaft ermöglicht.

John Bingham-Hall

Die Politik des Materials – Transparenz und Intimität

Wo liegen die Grenzen des Designs bei der Bewältigung politischer Herausforderungen? Vielleicht sollten wir uns zunächst fragen: Welche Politik? Die Politik des kleinen *P* des alltäglichen, ausgehandelten, gemeinsam genutzten Raums, wie es die griechische Wurzel des Wortes nahelegt (*politika* – Angelegenheiten der Stadt; oder *politikos* – sich auf die Bürger beziehend)? Bei dieser alltäglichen zwischenmenschlichen Politik im öffentlichen Raum geht es um grundlegend materielle Fragen wie das Recht auf Anwesenheit und Sichtbarkeit im städtischen Raum und auf praktische Einflussnahme darauf. Aber was ist mit der **großen P**-Politik⁰¹ der Parteien, der Gesetzgebung und der Bürokratie, die weniger unmittelbar materiell ist? Offensichtlich gibt es keine klare Grenze zwischen den beiden, und so möchte ich mit der Betrachtung eines Fehlschlags im Design für Politik beginnen, um Fragen für eine materiellere und ästhetischere Diskussion über Design für Politik zu eröffnen.

⁰¹ Im Englischen sei hier die Großschreibung zur besseren Unterscheidung zu beachten.

1999 schlossen Foster and Partners die Renovierung des Reichstags in Berlin ab, einschließlich einer Glaskuppel über dem Plenarsaal, „die es den Menschen ermöglicht, symbolisch über die Köpfe ihrer Vertreter zu steigen“.⁰² Dies ist nur das jüngste in einer Reihe von deutschen Parlamentsgebäuden der Nachkriegszeit, die auf der Grundlage dessen errichtet wurden, was Deborah Barnstone eine *Ideologie der Transparenz* nennt, die von futuristischen Designer:innen aufgestellt und sowohl in der Architektur als auch in der Politik fast unkritisch als materielle Verkörperung des Ideals einer rechenschaftspflichtigen, zugänglichen Regierung übernommen wurde (Barnstone 2004). Anstatt jedoch ein System für eine transparente Demokratie zu schaffen, nimmt dieser Entwurf die wörtliche Bedeutung des Wortes *transparent* und sucht nach seiner materiellen Entsprechung in Glas. Dabei wird eine materielle Tatsache – die Fähigkeit von Glas, ein vollständiges Bild zu vermitteln – mit einer Art und Weise, Dinge zu tun, verwechselt. Wenn Transparenz in der Politik nur insofern Bedeutung hat, als man sehen kann, was die Politiker tun, dann ist die Glaskuppel im Rahmen ihres Rahmens erfolgreich. Wenn sie, wie wir hoffen, ein Instrument sein soll, um das politische System durch Beteiligung zur Rechenschaft zu ziehen, scheitert sie. Die Art von Transparenz, die sie schafft, ist dieselbe, die im Theater zwischen Bühne und Publikum hergestellt wird: Information und Affekt gehen in eine Richtung; die Öffentlichkeit ist eher eine Gruppe von Augen als eine Gruppe von Gesprächspartner:innen. Da wir einen Begriff für Information, die durch Material geleitet wird, übernommen

haben, um uns der Art und Weise anzunähern, in der Informationen zwischen politischen Akteuren und der Öffentlichkeit weitergegeben werden, konnte die Darstellung der Demokratie in Glas zuweilen den Prozess der Demokratie selbst verdrängen.

Der Campo de Cebada in Madrid ist zu einem der bekanntesten Orte für Basisdemokratie geworden. Im Anschluss an eine Reihe von Versammlungen, in denen über die Zukunft des leerstehenden, der Stadt gehörenden öffentlichen Geländes debattiert wurde, wurden leichte Unterstände und Tribünen aus recyceltem Holz gebaut, so dass der Platz für Peer-to-Peer-Bildung, Performances und lokale Demokratie genutzt werden kann. Auf der Grundlage der Notwendigkeit für und von seinen Nutzer:innen gebaut, scheint es auf den ersten Blick der Inbegriff des materiellen Funktionalismus zu sein. Warum aber ist seine Ästhetik so unverkennbar? Warum sind Sperrholz und Holzbretter so ausdrucksstark für das (kleine) Politische? Es gibt offensichtliche pragmatische Gründe: Sie sind billig und langlebig. Aber auch die Art und Weise, wie man Dinge tut, ist in diesen Materialien verschlüsselt. Könnten ergonomische Eigenschaften von Material politisch werden? Nehmen wir das Gewicht: Wie viele Menschen und/oder Nichtmenschen braucht man, um eine Glasplatte im Vergleich zu einem Holzbrett zu heben? Lagen und Gerüste können von Nichtfachleuten manipuliert werden, was uns eine *DIY-Ethik/Ästhetik/Politik* beschert. Selbst in dieser scheinbar pragmatischen Beziehung zu den Werkstoffen gibt es eine Verschmelzung der Sprache, die das Funktionale und das Symbolische miteinander vermischt. Politische Basis- oder Do-it-yourself-Organisationen verwenden buchstäblich die gleichen Werkzeuge und Materialien wie

02 <http://www.fosterandpartners.com/projects/reichstag-neues-deutsches-parlament/>

Heimwerker, indem sie sich eine materielle Arbeitsweise aneignen und damit eine symbolische Ästhetik der Intimität des häuslichen Bereichs übernehmen.

Holz ist intim. Es dient dazu, eine Hütte zu bauen, nicht ein Parlament. Es gehört zur Welt der Gemeinschaftlichkeit und des physischen Affekts, die Hannah Arendt klar von der Welt des Politischen unterscheidet. (Arendt 1987) Aber Holz enthält auch Dinge in sich und hält sie fest: Es überträgt keine Informationen. Es hält Affekte auf der Ebene des Intimen und Unmittelbaren fest. Glas ist mit den Technologien der Massenmedien verwoben. Es erlaubt, dass vermittelte Affekte durch es hindurchgehen, während es die Körper auseinander hält. So wie der Reichstag bei der politischen Transparenz an seiner buchstäblich symbolischen Interpretation scheitert, gelingt ihm anderes, wie die Kommunikation von Macht aus einem Zentrum heraus. Nur weil seine Symbolik nicht mit seiner Funktion übereinstimmt, heißt das nicht, dass wir seiner Funktionalität keine Beachtung schenken sollten. Umgekehrt verhält es sich mit dem Holz auf dem Campo de Cebada: Es ist hocheffektiv, wenn es darum geht, DIY-Politik zu machen, wirtschaftlich und ergonomisch, aber dabei symbolisiert es eine Gemeinschaftlichkeit und eine Unmittelbarkeit, die es in einen ästhetischen Gegensatz zur Politik stellt. Das mag ja das Ziel sein, aber wie kann sie sich dann vergrößern, expandieren und als Bewegung wachsen, während sie an den materiellen Symbolen festhält, die sie für sich selbst geschaffen hat? Schließt Holz das Politische symbolisch in den Bereich des Intimen ein, den die Eingeweihten dieses Bereichs miteinander teilen, und schließt es eine breitere Öffentlichkeit aus?

LITERATUR

Arendt, Hannah (1987): *The Public Realm: The Common*, in *The Public Face of Architecture*, ed. Mark Lilla und Nathan Glazer: London & New York: The Free Press, 4-12.

Barnstone, Deborah Ascher (2004): *The Transparent State: Architecture and Politics in Postwar Germany*, Routledge.

Übersetzung: Tom Bieling. Erstveröffentlichung im Original (Englisch) in *Designing Politics: The Limits of Design*, *Theatrum Mundi* - LSE Cities - Fondation Maison des sciences de l'homme, 2016

Tom Bieling

Wicked Problems mehr denn je?! – Gedanken zu Horst Rittel

Das alte Bild vom Designer als Problemlöser mag punktuell noch zutreffen, ist bei genauerem Hinsehen jedoch unzureichend. Denn längst wissen wir, dass es sich bei Problemen (jedweder Art) stets um hochkomplexe Sachverhalte handelt, die sich aus einer singulären Perspektive weder erschließen noch beheben lassen. Geahnt haben wir das schon immer, doch einen Namen dafür haben wir erst durch Horst Rittel bekommen. Gemeinsam mit Melvin Webber prägte er den Begriff der „wicked problems“.

Denken wir an Probleme, so stellen wir sie uns häufig als losgelöste, separiert zu betrachtende und somit auch separat zu lösende Phänomene vor, wie z. B. einem *technischen Problem*. So einfach ist das jedoch nicht. Welche Lösung für ein Problem ist die richtige? Was überhaupt ist eigentlich das Problem? Nicht nur Gestalter:innen geraten da schnell ins Dilemma, wie

der *Indie-Urbanist* Ton Matton anschaulich schildert: Stinken die Füße, müssen Socken mit Nanopartikeln her, die die geruchserzeugenden Bakterien vernichten. Doch beim Waschen der Socken werden die Nanopartikel ausgespült und gelangen über die Kanalisation in die Abwasserkläranlage der Stadt, wo sie die Bakterien töten, die dafür sorgen sollen, dass das Abwasser wieder sauber wird. Nicht stinkende Füße verursachen also stinkende Städte. (vgl. Bieling 2019a)

Probleme sind demnach grundsätzlich nur unter Entstehung neuer Probleme zu lösen (vgl. Brock 2011). Zumindest aber lassen sie sich aus einer singulären Perspektive weder erschließen, noch beheben (Bieling 2019b, 85). Horst Rittel prägte hierfür ab Mitte der 1960er Jahre den Begriff der **wicked problems**, mit dem er die unüberblickbare Zahl an sich gegenseitig bedingenden Faktoren beschreibt, die jeden Planungs- und Entwurfsprozess erschweren. Objektive, endgültige Antworten sind in diesem Dickicht unmöglich, weshalb es auch keine Lösungen geben kann.

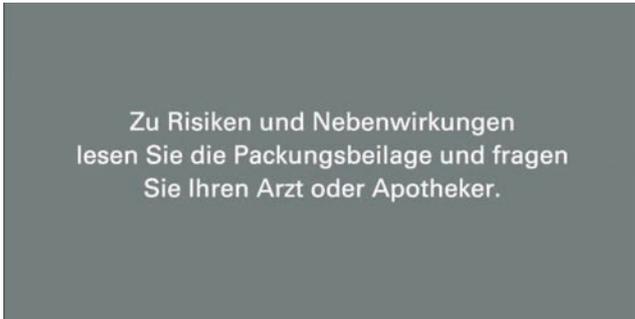


Abbildung 1. Kopfschmerz bekämpfen, auf die Gefahr hin, Durchfall oder Herzrasen zu bekommen.

Ein wicked problem ist also ein Problem, dass in unzählige weitere, größere Problem-Verstrickungen eingebettet ist, was nicht selten auch mit den unterschiedlichen Perspektiven zu tun hat, aus denen man es betrachten kann. Und was noch viel häufiger mit den Interessensfeldern und -vertreter:innen zu tun hat, an die diese Perspektiven gekoppelt sind. Ein wicked problem ist somit immer (mindestens) auch ein soziales oder kulturelles *Problem*⁰¹, welches aus drei Gründen schwierig oder unmöglich zu lösen ist: es kollidiert mit unvollständigem oder widersprüchlichem Wissen, es ist einer (nicht selten unendlich anmutenden) Anzahl beteiligter Instanzen, Personen und Meinungen ausgeliefert, und unterliegt somit einer weiteren Verflechtung der eigenen Problematik mit anderen Problemen.

Armut ist mit Bildung verbunden, Bildung mit Wohlstand, Wohlstand mit Ernährung, Ernährung mit Klima und so weiter. Probleme dieser Art werden in der Regel auf politische Entscheidungsträger:innen abgewälzt oder als zu schwerfällig abgeschrieben, als dass sie massenhaft behandelt oder gar global gelöst werden könnten. Dennoch handelt es sich um Probleme – Armut, Nachhaltigkeit, Gleichberechtigung, Gesundheit und Wohlbefinden –, die unsere Städte und unsere Welt prägen und die jede/n einzelne/n von uns tangieren.

Horst Rittel, der als einer der ersten eine Theorie der wicked problems formuliert hat, nennt zehn Merkmale⁰² dieser komplexen Sachverhalte:

-
- 01 Die zentralen Problemstellungen menschlichen Zusammenlebens stellen sich insofern als unlösbar dar, als sie „prinzipiell jede individuelle Lebenswelt tangieren und dadurch ihre Aktualität schöpfen.“ (Brock 2007; zitiert nach Unteidig 2013, 160)
 - 02 Hier zum Teil frei übersetzt und erläuternd ergänzt. Zur ursprünglichen Formulierung vergleiche die unten genannten Rittel Quellen (insbesondere Rittel 1971, 2013 und Rittel/Webber 1973).

1. Wicked problems haben keine definitive Formulierung. Das Problem der Armut in Texas ist dem Problem der Armut in Nairobi zwar ähnlich, unterscheidet sich aber dennoch von dem in Nairobi, so dass keine praktischen Merkmale *Armut* beschreiben.
2. Es ist schwer, vielleicht sogar unmöglich, den Erfolg von wicked problems zu messen oder zu beanspruchen, weil sie ineinander fließen, einander bedingen, im Gegensatz zu den Grenzen traditioneller Gestaltungsprobleme, die vergleichsweise klar artikuliert oder definiert werden können.
3. Lösungen für wicked problems können nur gut oder schlecht, nicht wahr oder falsch sein. Es gibt keinen idealisierten Endzustand, den es zu erreichen gilt, und deshalb sollten Ansätze für wicked problems tragfähige Wege sein, um eine Situation zu verbessern, anstatt sie zu lösen.
4. Es gibt keine Schablone, an die man sich halten kann, wenn man ein wicked problem angeht, wenngleich die Geschichte als Leitfaden dienen kann. Teams, die sich mit wicked problems auseinandersetzen, müssen buchstäblich Dinge erfinden, während sie voranschreiten.
5. Es gibt immer mehr als eine Erklärung für ein wicked problem, wobei die Angemessenheit der Erklärung stark von der individuellen Perspektive des/r Gestaltenden abhängt.

6. Jedes wicked problem ist ein Symptom für ein anderes Problem. Die vernetzte Qualität sozioökonomischer politischer Systeme veranschaulicht, wie z. B. eine Veränderung in der Bildung zu einem neuen Ernährungsverhalten führt.
7. Keine Abmilderungsstrategie für ein wicked problem verfügt über einen definitiven wissenschaftlichen Test, weil wicked problems mit Menschen zu tun haben und die (Natur-) Wissenschaft insbesondere darauf ausgerichtet ist, natürliche Phänomene zu verstehen.
8. Das Anbieten einer *Lösung* für ein wicked problem ist häufig ein *One-Shot*, weil eine signifikante Intervention den Gestaltungsraum so weit verändert, dass die Fähigkeit zum Ausprobieren minimiert wird.
9. Jedes böse Problem ist einzigartig.
10. Konstrukteure, die versuchen, ein wicked problem zu lösen, müssen die volle Verantwortung für ihre Handlungen übernehmen.

Anhand dieser Eigenschaften wird auch deutlich: nicht alle schwer zu lösenden Probleme sind *wicked*, sondern nur solche mit unbestimmtem Umfang und Ausmaß. Daher sind die meisten sozialen *Probleme* – wie Ungleichheit, politische Instabilität, Tod, Krankheit oder Hungersnot – böse. Sie können nicht *repariert* werden. Aufgrund der Rolle, die jedoch Design

bei der Entwicklung von Infrastrukturen spielt, können Designer:innen eine zentrale Rolle dabei spielen, die negativen Folgen von wicked problems zu mildern und den – seinerseits nicht ganz unproblematischen – Versuch wagen, Dinge in neue und wünschenswertere Richtungen zu lenken.

Klar ist dabei auch: Solche Formen der Abmilderung sind wohl eher nicht in einfachen, schnellen Lösungen zu finden. Während man den (technischen) Innovationssektor gern mit Schnelligkeit und Beweglichkeit assoziiert, sind im Kontext sozialer Innovation mitunter andere Iterationsprozesse von Bedeutung. Diese sind allein schon dadurch *schwerfälliger*, da sie sich transdisziplinär vollziehen und – neben (beispielsweise) wissenschaftlichen, ökonomischen, technischen, medizinischen, politischen Expertisen – vor allem den unmittelbaren, oft unberechenbaren Miteinbezug von *echten Menschen* erfordern. Dies beinhaltet auch Dinge, die dem technokratischen Höher-Schneller-Weiter bisweilen entgegenstehen: Empathie, Zusammenarbeit und Beharrlichkeit zum Beispiel.

Gestaltung als Machtfrage

Eine Auswertung kann sich hierbei durchaus als aufwendig und nicht immer ganz eindeutig herausstellen. Gleichwohl dürfte längst klar sein, wie partizipative Forschungs- und Gestaltungsprozesse zu neuartigen Gestaltungsansätzen führen können, anhand derer sich landläufige Problemdefinitionen und Lösungsansätze kritisch reflektieren lassen. Die damit einhergehende Frage, wer für wen gestaltet bzw. wer über wen forscht, impliziert

zudem auch die Offenlegung von Machtverhältnissen zwischen Gestaltungsinitiatoren (*Designer:innen*) und Gestaltungsrezipienten (*Nutzer:innen*).

Rittel fasst den Machtbezug und die damit einhergehende politische Dimension von Design folgendermaßen zusammen:

„Was der Designer weiß, glaubt, fürchtet, wünscht, geht in seine Denkweise bei jedem Schritt des Prozesses ein und beeinflusst seinen Gebrauch der epistemischen Freiheit. Er wird sich – natürlich – den Standpunkten verschreiben, die zu seinem Glauben, seinen Überzeugungen, Vorlieben und Wertvorstellungen passen, wenn er nicht von jemand anderem – oder aus eigener Einsicht – überredet oder überzeugt wird. Design ist mit Macht verbunden. Designer planen, Ressourcen zu binden, und beeinflussen dadurch das Leben anderer. Designer sind aktiv in der Anwendung von Macht. Daher ist Design bewusst oder unbewusst politisch.“
(Rittel 1971)

Hort Rittel greift hier vorweg, was heute – zumindest in Teilen des Designdiskurses – vielfach Common Sense ist. Nämlich, dass Design von politischen Bedingtheiten, Machtansprüchen und sozialen Setzungen durchzogen ist (vgl. Rosenstein 2011). Die Dinge, die uns umgeben, fungieren – mitunter unabhängig von ihrem intendierten Funktionsradius – als Medien der Kultur und sind damit einhergehend stets auch Teil der gesellschaftlichen Konstitutionsprozesse. Design reagiert gestalterisch auf gesellschaftliche Prozesse, die es seinerseits mitbeeinflusst.

Indem also Design gleichermaßen Kultur reflektierend und Kultur bildend operiert, hat es unweigerlich bei gesellschaftlichen Vergemeinschaftungsprozessen oder auch Ausgrenzungs- und Marginalisierungsprozessen seine Finger im Spiel.

Design mischt also federführend – und tat dies immer schon – im Kontext sozialer Transformation mit. Die Frage ist, wie wir damit umgehen. Was begreifen wir als sozial erstrebenswert? Und für wen? Und wer hat an den damit verbundenen Entscheidungsfindungen ein Mitspracherecht? Wie organisieren wir den Prozess? Horst Rittel, wies bereits früh darauf hin, dass Entwurfsprozesse immer auch und zuallererst als soziales Verhandlungssystem unter Stakeholdern zu verstehen ist (vgl. Rittel 2013, 6). Dreißig Jahre nach seinem Tod scheint diese Erkenntnis zeitgemäßer denn je.



Abbildung 2. Planung, Technik, Politikgestaltung als spezifische Formen des Designs.

Horst Rittel (1930 – 1990)

Von 1958 bis 1963 fungierte Rittel als an der HfG Ulm Dozent für Design-Methodologie, Wissenstheorie und Theorien der Kommunikation. Von 1963 bis 1990 hatte er eine Professur für Science of Design an der University of California, Berkeley (College for Environmental Design, Department of Architecture and Department of City and Regional Planning) inne. Zusammen mit Christopher Alexander, Bruce Archer und John Chris Jones war er Mitbegründer der **Design Methods Movements**. Die Bewegung florierte von etwa 1962 bis 1972. Ihre Mitglieder setzten sich für eine systematische Sichtweise von Designprojekten ein und führten eine Reihe von Methoden ein, die eine strenge, rationale oder wissenschaftliche Herangehensweise an das Entwerfen unterstrichen. (Die meisten Modelle des Designprozesses – zum Beispiel: Definition, Prototypisierung, Evaluation – gehen auf das Design Methods Movement zurück). Innerhalb weniger Jahre gerieten die Thesen der Gruppe unter Beschuss – insbesondere was ihren Anspruch auf Rationalität und Objektivität betraf, woraufhin sich einige Gründer und Vertreter von ihren einstigen Ansichten distanzieren. Auch Rittel übte ernsthafte Kritik an den Entwurfsmethoden der **ersten Generation** und schlug eine Reihe von neuen Prinzipien vor. Als Reaktion auf das vermeintliche Scheitern früherer Versuche eines systematischen Entwurfs führte er das Konzept der **Entwurfsmethoden der zweiten Generation** (Rittel 1984) ein, sowie eine Planungs- und Entwurfsmethode, die als Issue-Based Information System (IBIS) bekannt wurde und der Behandlung **bösartiger Probleme** dienen soll.

Wicked Problems

Der im deutschen bisweilen als **bösartige**, **böse** oder auch **verzwickte Probleme** übersetzte Begriff, kann als Versuch aufgefasst werden, die große Bandbreite undefinierter Probleme der Planung und Gestaltung zu beschreiben. Gemeint ist damit, dass jeder noch so simpel erscheinende Sachverhalt mit einem hochkomplexen Netz an neuen (sich möglicherweise erst daraus ergebenden) Problemen verbunden sein kann, die sich wiederum aus einer singulären Perspektive weder erschließen, noch beheben lassen (vgl. Rittel/Webber 1973). Die Unauflösbarkeit dieser Probleme leitet Rittel aus seiner Theorie der komplexen sozialen Systeme ab, welche durch eine unüberblickbare Zahl an sich gegenseitig bedingenden Faktoren gekennzeichnet sind und somit jeden Planungs- und Entwurfsprozess erschweren. In seiner Abhandlung über die *Dilemmas in einer allgemeinen Theorie der Planung* (Im Original: *Dilemmas in a General Theory of Planning*) kommen Rittel und Webber zum Schluss, dass es demnach „keine *Lösungen* im Sinne von endgültigen und objektiven Antworten“ gebe (Rittel/Webber 2013, 20). Rittel und Melvyn Webber veröffentlichten die wegweisende Schrift 1973 in der Zeitschrift *Policy Sciences* (Rittel/Webber 1973). Fälschlicherweise wird der Begriffsursprung **wicked problems** heute häufig den Sozialwissenschaften zugeschrieben.

LITERATUR

- Bieling, Tom (2019a): *Im Zweifel performative Stadtplanung. Buchbesprechung*. In: DESIGNABILITIES Design Research Journal, (03) 2019. <http://tinyurl.com/mv72xt4k>
- Bieling, Tom (2019b): *Inklusion als Entwurf. Teilhabe orientierte Forschung über, für und durch Design*. B.I.R.D. – Board of International Research in Design. Basel: Birkhäuser/DeGruyter.
- Brock, Bazon (2007): *Gesellschaftliche Konflikte – Privatisierung des Öffentlichen*, Vortrag auf der Public Design Conference der Köln International School of Design am 19. Januar 2007; zitiert nach Unteidig (2013).
- Brock, Bazon (2011): *Für einen neuen Umgang mit komplexen Problemen - Bazon Brock im Gespräch mit Stephan Karkowsky*; Deutschlandradio Kultur, Sendung vom 7.12.2011
- Rittel, Horst (1971/2012): *Die Denkweise von Designern*. Studienhefte Problemorientiertes Design, Heft #1, Adocs, Hamburg.
- Rittel, Horst (1984): *Second-Generation Design Methods*. In: *Developments in Design Methodology*, N. Cross (Editor), John Wiley & Sons, UK pp. 317 – 327.
- Rittel, Horst / Webber, Melvin (1973): *Dilemmas in a General Theory of Planning*. In: *Policy Sciences*, Vol. 4, p 155 – 169. Elsevier, Amsterdam (Neuaufgabe) in: Nigel Cross (Hg.) (1984): *Developments in Design Methodology*. J. Wiley & Sons, Chichester. S. 135 – 144.
- Rittel, Horst / Webber, Melvin (2013): *Dilemmas in einer allgemeinen Theorie der Planung*. In: Horst Rittel (2013): *Thinking Design – Transdisziplinäre Konzepte für Planer und Entwerfer*. Herausgegeben von Wolf D. Reuter und Wolfgang Jonas, BIRD, Birkhäuser, Basel. S. 20 – 38.
- Rittel, Horst (2013): *Thinking Design – Transdisziplinäre Konzepte für Planer und Entwerfer*. Herausgegeben von Wolf D. Reuter und Wolfgang Jonas, BIRD, Birkhäuser, Basel. S. 20 – 38.
- Rosenstein, Kai (2011): *Concerned Design*. Vortrag auf dem Symposium: *Design theoretisch – Entwerfen, Wissen, Planen*. 8. Juli 2011, Kunsthochschule Kassel.
- Unteidig, Andreas (2013): *Jenseits der Stellvertretung – Partizipatorisches Design und designerische Autorschaft*. In: Claudia Mareis / Matthias Held / Gesche Joost (Hg.): *Wer gestaltet die Gestaltung? Praxis, Theorie und Geschichte des partizipatorischen Designs*. Transcript, Bielefeld. S. 157 – 163.

Wim Cuyvers *

Über Inventarspazier- gänge und Punktkarten

„In order to feel something, You've got to be there.“
William Burroughs,
Words of Advice for Young People, 1989

Nachdem ich seit 1995 mit Studierenden (Kunst, Design, Architektur, Pädagogik) außerhalb ihrer Schulen (Design Academy, Eindhoven – Fakultät für Architektur der KU Leuven, Campus Sint-Lucas Gent – Labor für Bildung und Gesellschaft, KU Leuven – École Nationale Supérieure d'Architecture de Paris-Malaquais, etc.) im und am öffentlichen Raum in verschiedenen städtischen Gebieten (Sarajevo, Belgrad, Tirana, Kinshasa, Brazzaville, Paris, Rio de Janeiro, Athen usw.) gearbeitet habe, möchte ich versuchen, einige Leitlinien für Workshops zu definieren. Ich glaube, dass es eine Inflation von Workshops gibt, dass viele Lernende unter dieser Inflation leiden und dass die Lehrenden oft vergessen haben, warum sie diese Workshops überhaupt veranstalten, anstatt auf herkömmliche Art und Weise in Räumen zu unterrichten, die für diesen Zweck entwickelt wurden (Klassen oder Hörsäle). Ich wollte wirklich mit den Studierenden

spazieren gehen, oder besser gesagt, ähnliche Spaziergänge machen, wie ich sie von den Studierenden verlangte. Ich habe das Gefühl, dass wir die Möglichkeit nutzen sollten, kurze Momente des Kontakts zwischen Jung und Alt, zwischen den Generationen, zwischen Lehrenden und Lernenden zu schaffen.

I. Leitlinien für Workshops mit Studierenden

a) Außerhalb der Lehrinstitution

- Gehen Sie raus mit den Studierenden (außerhalb des Gebäudes, außerhalb der Institution).
- Sagen Sie ihnen genau das: dass Sie sie auf einen Spaziergang außerhalb der Institution mitnehmen.
- Es empfiehlt sich, Studierende aus (sehr) verschiedenen Fachgebieten, und Studierende aus verschiedenen Institutionen, Studierende, die verschiedene Sprachen sprechen, Studierende, die sich nicht kennen, zu mischen.

b) Wohin soll's gehen?

- Keine exotischen Orte: je unattraktiver die Orte sind, desto besser.

c) Praktische Organisation der Workshops

- Weder Studierende noch Lehrende sollten sich auf die Reise vorbereiten. Lesen Sie keine Reiseführer, schauen Sie keine Filme über den Ort, an den Sie reisen. Je unvorbereiteter Sie ankommen, desto besser. Der Mangel an Wissen ist kein Problem, sondern eine Eigenschaft.
- Organisieren Sie keine Vorlesungen, Kurse usw. während der Workshops mit den Studierenden: Diese werden sich zu Recht getäuscht fühlen, wenn man ihnen sagt, dass sie außerhalb ihrer Institution begeben werden.
- Kombinieren Sie die Arbeit mit Studierenden in den Straßen einer Stadt nicht mit der Arbeit in einer örtlichen Schule oder Universität.
- Akzeptieren Sie keine lokalen Spezialist:innen oder Studierende als Führer:innen.
- Sorgen Sie dafür, dass alle Teilnehmenden am selben Ort untergebracht sind.
- Übernachten Sie nicht in einem Hotel. Das würde bei den Studierenden den Eindruck erwecken, sie befänden sich auf einer Tourismusreise. Suchen Sie sich die preiswerteste, einfachste Unterkunft.

- Bereiten Sie während der Workshops Ihre eigenen Mahlzeiten zu, das hilft, dem Touristenreflex zu entkommen.
- Eine Lehrperson für eine ganze Gruppe von Studierenden ist viel besser als zwei. Zwei Lehrende wirken wie zwei Polizisten.
- Vermeiden Sie es, sich wie Tourist:innen zu verhalten. Keine Zeit für Souvenirs.

d) Suche nach Öffentlichkeit im Raum

Rein öffentliche Räume und rein private Räume gibt es nicht. Wir können nicht einmal hoffen, dass wir in der Lage sind, uns einen rein öffentlichen oder rein privaten Raum vorzustellen, zu erfinden oder zu gestalten. Der rein öffentliche Raum – und in der Tat auch der reine private Raum – ist wie der Wasserstoff, ein chemisches Element, das nicht in isolierter Form existiert, sondern immer Verbindungen eingeht. Doch das Verhältnis von Öffentlichkeit und Privatheit kann sehr unterschiedlich ausfallen. Ich bin auf der Suche nach Räumen mit einem hohen Grad an Öffentlichkeit. Räume mit einem sehr hohen Grad an Öffentlichkeit sind die besten Räume, Orte der Bildung. Zumindest solange wir Bildung als eine Zeit der Ausnahme akzeptieren können, jenseits wirtschaftlicher Belange, eine Zeit ohne Gewinn. Solange wir den Unterschied zwischen Bildung und Berufsausbildung erkennen können. Orte mit einem hohen Maß an Öffentlichkeit sind zeitgenössische Kunst.

Im Laufe der Jahre, in denen ich mit oder ohne Studierende in verschiedenen Städten und Regionen auf der ganzen Welt gearbeitet habe, habe ich in dem Versuch, mit anderen über Raum und Öffentlichkeit zu sprechen, verschiedene Beobachtungen in eine Art Definition von Räumen mit einem hohen Grad an Öffentlichkeit übersetzt:

- Das Öffentliche im Raum ist das Gegenteil von dem, was im Raum privat ist.
- Die Privatisierung des Raumes wird durch Verkäufe und Erbschaften organisiert, sie wird durch Gesetze, Gewohnheiten und Macht geschützt.
- Der privatisierte Teil des Raumes ist das, was im Raum kontrolliert wird. Das Öffentliche im Raum ist das, was unkontrolliert ist.
- Je weniger Macht man hat, desto mehr sucht man nach Räumen mit einem hohen Grad an Öffentlichkeit.
- Der öffentliche Teil des Raumes ist das, was ökonomisch bedeutungslos ist.
- Wir suchen nach Räumen mit einem hohen Grad an Öffentlichkeit, wenn wir bedürftig sind.
- Der öffentliche Teil des Raumes bietet Möglichkeiten zur Transgression.

- Ein vollständig öffentlicher Raum wäre ein Raum, in dem jeder zu jeder Zeit alles tun könnte. Der öffentliche Raum ist also eine platonische Idee: ein 100-prozentig öffentlicher Raum ist nicht denkbar.
- Der Grad der Öffentlichkeit eines Raumes wird durch Schmutz angezeigt.
- Der Straßenraum ist viel weniger öffentlich, als man denken könnte; Straßen trennen verschiedene Verkehrsbebewegungen, sie vermeiden Konflikte zwischen diesen Bewegungen, man braucht ein Auto, um auf einem Teil der Straße fahren zu dürfen, ein Fahrrad auf einem anderen.
- Plätze sind keine sehr öffentlichen Räume. Kneipen- oder Ladenbesitzer:innen eignen sich den Platz für ihre Terrassen oder zur Auslage ihrer Waren an und räumen den angesammelten Schmutz sorgfältig weg.
- Räume mit einem hohen Grad an Öffentlichkeit sind durch Verschwendung gekennzeichnet: in einer Gesellschaft, die eindeutig auf Profit ausgerichtet ist, sind Orte, an denen sich Abfall ansammelt, ignorierte Orte.
- Räume mit einem hohen Grad an Öffentlichkeit sind Räume des Verlustes, nicht des Gewinns; Räume, um (persönliche) Energie zu verschwenden, nicht um sie sorgfältig zu sparen.

- Räume mit einem hohen Grad an Öffentlichkeit sind per Definition in der Nähe von frequentierten Räumen mit einem hohen Grad an Privatheit.
- Der Moment des Verstoßes gegen die Regeln der Gesellschaft ist der Moment der Konfrontation mit sich selbst und der Welt.
- Die wirkliche Verletzung der gesellschaftlichen Regeln findet in Räumen mit einem hohen Grad an Öffentlichkeit statt: Kinder, die mit Feuer spielen, die ersten sexuellen Begegnungen, Drogen ...
- Für einen Moment können wir die Regeln der Gesellschaft in einem Raum mit einem hohen Grad an Öffentlichkeit überschreiten.
- Der Raum mit einem sehr hohen Grad an Öffentlichkeit ist der Raum des Seins (der Raum des nicht-habens), der existenzielle Raum.
- Der Raum mit einem hohen Grad an Öffentlichkeit ist der Raum, in den die Bedürftigen gehen, in dem sich die Bedürftigen treffen.
- Freizeit tötet die Öffentlichkeit im Raum.
- Die Bedürftigen hinterlassen ihre Spuren in Räumen mit einem hohen Grad an Öffentlichkeit (Abfall durch Abfall)

wie Körperflüssigkeiten: Tränen, Blut, Sperma und Urin. Kaum jemand wischt sie weg. Ihre Spuren zeigen an, wie öffentlich dieser Raum ist.

- Menschen verschiedenen Alters, verschiedener Ethnien oder Kulturen, Menschen mit völlig unterschiedlichen Bedürfnissen suchen und besuchen Räume mit einem hohen Grad an Öffentlichkeit. Ihre Bedürfnisse sind unterschiedlich, aber sie lesen den Raum auf die gleiche Art und Weise: das Kind, der alte Mann, die Drogenkonsumentin und Menschen, die Begegnung suchen. Diejenigen, die ihrem Bedürfnis nachgeben, lesen den Raum auf dieselbe Weise: sie scheinen ein Gleichgewicht zu halten, wie lady justice, ein Gleichgewicht mit Öffentlichkeit auf der einen Seite und Privatheit auf der anderen.
- Diejenigen, die ihr Bedürfnis akzeptieren, sehen, lesen, erkennen und verstehen Räume mit einem hohen Maß an Öffentlichkeit.
- Wir alle brauchen Räume, um Regeln zu verletzen, um die Normen unserer Gesellschaft zu überschreiten. Wir sind alle bedürftig und verletzlich.
- Wenn ein:e Schriftsteller:in ein Buch schreibt, werden die Leser:innen ein anderes Buch lesen, und andere Leser:innen werden wieder etwas anderes lesen, aber wir alle lesen den Raum eindeutig, ohne Lärm oder Störungen, von dem Moment an, in dem wir unser Bedürfnis akzeptieren

und die Macht, das Wissen, die Erkenntnisse und die Kontemplation vergessen.

- Durch Räume mit einem hohen Grad an Öffentlichkeit ist ein nonverbales oder besser 'präverbales' Sprechen möglich.
- Wenn ich in der Lage bin, Räume mit einem hohen Grad an Öffentlichkeit so zu lesen wie viele andere auch, kann ich mit den anderen über mich selbst, über die anderen, über unsere Bedürfnisse, unsere Angst und die Welt sprechen, durch Räume mit einem hohen Grad an Öffentlichkeit.
- Je höher der Grad der Öffentlichkeit des Raumes ist, desto grösser ist die Chance, dass ich Dich durch diesen Raum einen Moment lang berühren kann. Man könnte meinen, dass Gemeinschaftlichkeit ein besseres Wort für Öffentlichkeit ist, aber das ist nicht wahr.

Durch oder seit oder mit dem Einzug des Digitalen – seit das Digitale sich selbst installiert hat – hat die Öffentlichkeit des Raumes in kürzester Zeit enorm abgenommen. Die permanente Kontrolle, die uns durch das Digitale auferlegt wird, bedeutet das Ende echter Offenheit. Verbunden zu sein, permanent verbunden zu sein, bedeutet, dass wir – permanent – die Normen inkorporieren, dass das Überschreiten der Normen, selbst für einen kurzen Moment, immer unmöglicher wird. Wenn ich von Räumen mit einem hohen Grad an Öffentlichkeit spreche, den-

ke ich an diese informellen Treffpunkte, diese Orte, die auch und oft gleichzeitig von Kindern zum Feuermachen, von Drogenkonsument:innen, von Trinker:innen genutzt werden. Aber wenn jeder permanent mit den Werkzeugen zum Fotografieren, Filmen, Aufzeichnen und Telefonieren ausgestattet ist, wird jeder zu einer Wächterin, einem Kontrolleur, einer Polizistin, einer Autorität. Wir werden in und durch unser digitalisiertes Leben (Telefon, Computer, Kreditkarte, Kontrollkameras, DNA-Bestand, Iris-Kontrolle, soziale Netzwerke und so weiter und so fort) permanent überwacht.

Wenn wir die Verringerung der Öffentlichkeit des Raums seit der Einführung des Digitalen betrachten und wenn wir feststellen, dass die digitale Entwicklung immer schneller voranschreitet, wie eine Parabel, dann wissen wir, dass der Zusammenbruch des öffentlichen Raums mit hohem Grad an Öffentlichkeit in großem Tempo weitergehen wird. Ich habe vorhin gesagt, dass der Raum, der reale Raum, nicht ohne Aspekte des Privaten und des Öffentlichen existieren kann. Sie verstehen mich gut: Im digitalen Zeitalter kann ein hohes Maß an Öffentlichkeit nicht existieren, und wir müssen uns darüber im Klaren sein, dass wahrscheinlich sogar der Raum, der reale Raum, sehr schnell verschwinden wird.

e) Protokollierte Bestandsaufnahmen

→ Die einzige Vorbereitung könnte darin bestehen, die *zugrundeliegende Karte* zu suchen und die Karte ausdrucken zu lassen (Anzahl der Teilnehmenden des Work-

shops plus Anzahl der festgelegten Indikatoren oder Parameter). Die Wahl der zugrunde liegenden Karte ist ein Schlüsselement für den Workshop. Versuchen Sie, sich der Grenzen jeder Karte bewusst zu sein, bevor Sie sich für eine entscheiden, achten Sie auf den äußeren Rahmen der gewählten Karte und versuchen Sie, sich bewusst zu machen, was in der Karte enthalten ist und was nicht. Ein Beispiel: Stadtpläne sind oft für Tourist:innen konzipiert, sie schließen große Teile der Stadt aus, in denen es keine kommerziellen Touristenattraktionen gibt.

→ Teilen Sie den Gesamtplan in gleiche Teile für alle Teilnehmenden auf. Wie Sie die Karte aufteilen, hängt von der Zeit ab, die Sie für die Spaziergänge aufwenden können. Es gibt verschiedene Möglichkeiten, dies zu tun: Falten Sie die Karte in der gleichen Anzahl wie der Teilnehmenden des Workshops: Jede:r Teilnehmende muss alle Straßen in dem Teil der Karte ablaufen, den er oder sie bekommt. Bei einem größeren Gebiet kann es sinnvoll sein, die Karte in Teile zu unterteilen, indem man Linien nachzeichnet, z. B. Linien von Norden nach Süden oder radiale Linien von der Mitte zum Rand der Karte. Die Teilnehmenden des Workshops gehen so nah wie möglich an diesen Linien entlang.

→ Während ihrer Spaziergänge werden die Teilnehmenden gebeten, das Vorkommen bestimmter vordefinierter Elemente (Parameter oder Indikatoren) aufzulisten.

Aus Erfahrung weiß ich, dass es für die Teilnehmenden schwierig ist, nach mehr als einem Dutzend Parametern auf einmal zu suchen. Wählen Sie nur Parameter aus, über die nicht diskutiert werden kann oder muss, Parameter, die sehr, sehr offensichtlich sind. Es gibt zwei Arten von Parametern: Parameter, die auf einen Raum mit einem hohen Maß an Öffentlichkeit hinweisen, und Parameter, die auf Kontrolle und extreme Privatheit hindeuten. Einige Beispiele für erstere sind: Obdachlose (man könnte zwischen Orten, an denen sie betteln, und Orten, an denen sie schlafen, unterscheiden), informeller Handel, Geldautomaten im Freien, Graffiti, Prostitution, Drogenhandel, informelle Siedlungen (*Reisende Gemeinschaften*, Geflüchtete usw.), verlassene Gebäude, Bänke im Freien, Abstellplätze, Müllplätze usw. Und einige Beispiele für den letztgenannten Typus: Kontrollkameras, Polizeikabinen, private Wächter usw. Geben Sie den verschiedenen Parametern Nummern und stellen Sie sicher, dass alle Workshop-Teilnehmenden dieselben Nummern für dieselben Parameter verwenden. Zeigen Sie ihnen, wie sie ihre Daten aufschreiben können: Sagen Sie ihnen, dass sie kleine Karten in ihre Notizbücher zeichnen sollen, schnell und skizzenhaft, kleine Teile der größeren Karte, die sie ablaufen müssen – genug für, sagen wir, eine halbe Stunde Spaziergang – sie können kleine Anmerkungen machen, damit sie den Weg leicht finden, wenn sie später ihre Notizen durchgehen. Wenn sie bei ihren Spaziergängen durch das untersuchte Gebiet auf Phänomene oder Parameter stoßen, notieren sie diese

systematisch auf den kleinen Kartenskizzen in ihrem Notizbuch (Angabe eines Punktes mit einer Nummer). Oft ist es besser, die Dinge nicht sofort aufzuschreiben, sondern dies erst einige Straßen weiter zu tun, wenn man allein und in Ruhe ist.

- Beginnen Sie mit der Arbeit und der Inventarisierung, sobald Sie am Ort des Geschehens ankommen, und setzen Sie diese bis zum letzten Moment fort.
- Alle inventarisierten Elemente müssen am Abend des Tages, an dem die Bestandsaufnahme durchgeführt wurde, in die Karten eingezeichnet und auf diese Weise für alle Teilnehmer des Workshops sichtbar gemacht werden – da alle das gleiche Protokoll verwenden, sind die Daten leicht austauschbar.
- Bitten Sie alle Workshop-Teilnehmenden, auf eine Polyesterfolie zu zeichnen, die über eine Kopie des ausgewählten Plans der Stadt oder des Gebiets, in dem Sie arbeiten, gelegt wird. Für jeden Parameter muss es eine Polyesterfolie geben und für jeden Parameter eine zugrunde liegende Karte. Wenn die Teilnehmenden des Workshops die Daten in den Computer eingeben möchten, können sie dies tun, aber Sie müssen darauf bestehen, dass sie dies zunächst auf dem Transparentpapier tun. Die Teilnehmenden werden überrascht sein, wie viel Zeit es kostet, die verschiedenen Phänomene zu trennen und auf die verschiedenen Karten zu zeichnen.

- Halten Sie die Präsentationen so kurz und so öffentlich wie möglich.
- Unterstützen Sie die Studierenden, indem Sie genau die gleichen Wege gehen wie sie, indem Sie eine Bestandsaufnahme machen, wie sie es tun; die Lehrperson muss genau die gleiche Arbeit machen wie die Studierenden, muss ihre eigenen Bedürfnisse und Schwächen erfahren, wie es die Studierenden tun.
- Sehr oft werden die Teilnehmenden während des Workshops, meist gegen Ende des Workshops, feststellen, dass sie einige Parameter übersehen haben, Parameter, die für den Bereich, an dem sie arbeiten, sehr angemessen und spezifisch erscheinen. Für jede:n der Teilnehmenden wird dies frustrierend sein; gleichzeitig zeigt es den Einblick und das Verständnis für die Stadt oder das Gebiet, in dem sie gearbeitet haben.
- Schreiben Sie zu Beginn des Workshops ein vollständiges Protokoll, z. B.: *Punktkarte, erstellt nach Bestandsbegehungen von ... (Namen der Teilnehmenden) von ... bis ... (Datum)*, mit einem Hinweis darauf, wie die Bestandsbegehungen gesteuert wurden (zugrunde liegende Karte, Wahl der zugrunde liegenden Karte, Organisation der Begehungen: z. B. von Norden nach Süden so nah wie möglich an den auf der zugrunde liegenden Karte eingezeichneten Nord-Süd-Linien oder Begehungen und Bestandsaufnahmen aller Straßen

- der zugrunde liegenden Karte oder radiale Begehungen vom Zentrum der Karte aus ...).
- Bestehen Sie auch darauf, die Bestandsaufnahme am Abend und in der Nacht vorzunehmen. Achten Sie darauf, dass die Momente der Bestandsaufnahme gut notiert werden.
- Nehmen Sie Momente, in denen niemand spricht (was nicht unbedingt Momente der Stille bedeuten muss) in das Programm und das Protokoll auf.
- Vereinbaren Sie all diese Dinge im Voraus, bevor Sie abreisen, mit den Teilnehmenden.
- Das Einzige, was Sie mit den Spaziergängen und den Punktkarten erreichen wollen, ist das Verständnis, die Kenntnis und der Respekt vor der Öffentlichkeit im Raum. Es geht nie darum, sich bei Übertretungen anzuschleichen. Erklären und zeigen Sie den Teilnehmern der Workshops, dass Spuren für ihre Arbeit viel interessanter sind als die Menschen, die diese Orte tatsächlich nutzen. Spuren sind Sprungbretter in Richtung Öffentlichkeit.
- Verwenden Sie keine Interviews: Diese fragen immer nach dem, was man schon weiß.

f) Was nutzen

Bei täglichen Spaziergängen:

- kleiner Rucksack
- Wasserflasche
- Wanderschuhe
- Regenmantel
- Notizbuch
- Bleistifte
- Fotoapparat
- Regenschirm

Im gesamten Workshop:

- Rolle transparentes Polyesterpapier (wasserfest und formstabil) / Pauspapier
- Radiergummi
- Bleistifte
- Bleistiftanspitzer
- Klebeband

g) Was man nicht mitnehmen sollte

- Telefon

II. Spaziergänge

„Bevor ich im Kunstkontext gearbeitet habe, habe ich Gedichte geschrieben. Meine ersten Arbeiten in einem künstlerischen Kontext waren Aktivitäten auf der Straße: Dieser Ausflug auf die Straße könnte als ein Versuch gesehen werden, das Zuhause zu verlassen, ein Zuhause, das durch den Kontakt von schreibender Person und Schreibtischplatte, durch Papier und Stift geformt und durch die Grenzen des Lichts definiert wurde. Das Blatt Papier, das auf dem Schreibtisch lag, war analog zum Grundriss eines Hauses; auf die Straße zu gehen war eine Möglichkeit, die Grenzen buchstäblich zu durchbrechen, aus dem Haus auszubrechen und das Papier zurückzulassen.“

Vito Acconci, Projektionen von Zuhause

Die Art des Gehens, die von den Teilnehmenden an diesen Workshops verlangt wird, ist schwer zu definieren. Es ist etwas ganz anderes als das Gehen als Sport, es ist kein Wandern. Es ist auch nicht das Schlendern oder die sanfte Bewegung eines Flaneurs. Es ist etwas anderes als der Spaziergang, den man vielleicht mitten im Arbeitstag macht, um frische Luft zu schnappen. Mit Wandern ist in der Regel die Konnotation des Vergnügens verbunden, und es wäre nicht richtig zu sagen, dass die Spaziergänge des Inventars zum Vergnügen sind. Ich kann nicht einmal das Wort Wandern verwenden, obwohl es mir besser gefällt, wahrscheinlich weil es dem Staunen (im Sinne von Fragen) so nahekommt, aber Wandern ist immer entspannt, und ich würde lügen, wenn

ich diese Inventurspaziergänge entspannt nennen würde. Man kann es nicht Expedition nennen, denn was wir tun, ist viel zu banal, zu wenig. Es ist kein Kreuzzug: Es gibt nichts zu erobern, nichts zu erkämpfen, und die Teilnehmenden sind nicht von einem Gott umarmt worden. Irren ist näher am Geist, aber da die Teilnehmenden aufgefordert werden, einer auf einer Karte gezeichneten Linie zu folgen oder alle Straßen einer Karte abzulaufen, werden sie von dieser auf einer Karte gezeichneten Linie oder von diesem Stück einer gedruckten Karte geleitet. Es gibt nicht die Illusion von Originalität oder Kreativität.

Der amerikanische Schriftsteller und Naturphilosoph Henry David Thoreau war der Meinung: „Man muss in die Familie der Wanderer hineingeboren werden. *Ambulator nascitur, non fit.*“⁰¹ Ich glaube das nicht. Ich bin davon überzeugt, dass Studierende kein besonderes und seltenes Talent brauchen, um an solchen Workshops teilnehmen zu können. Man muss nicht lange studieren, um laufen zu können. Im Gegenteil, das Wandern, solange es nicht durch den Tourismus verunreinigt ist, ist eine perfekte Bedingung, eine perfekte Situation, um zu studieren, um zu lernen. Ich schätze, das wird nicht jedem passieren, aber ich habe es sehr oft bei Studierenden erlebt. Diese langen Bestandswanderungen sind eine verstärkte Konfrontation mit der Realität – eine Konzentration auf die Welt, aber auch auf sich selbst. Diese Art des Gehens ist eine Möglichkeit, in der Gegenwart zu sein, ohne Projektion, was ein echtes Studium ausmacht. Das Gehen ist eine perfekte pädagogische Bedingung. Auf diesen anstrengenden, oft langweiligen Spa-

ziergängen durch Expansionsviertel und Industriegebiete, bei denen man auf Müll, verängstigte Obdachlose oder Spielkasinos stößt, wird man manchmal von verständnislosen Bauarbeitern angeschrien. Gelegentlich trifft man auf Aggression, aber meist nur auf Aphasie, die einen an die eigene Aphasie erinnern kann. Historische Architektur, Museen und selbst die schönsten Naturschauplätze werden gezielt gemieden, dies ist Teil der Stadt der Feste und des Tourismus geworden und wird von ihr absorbiert. Die gesammelten Daten werden nicht zu einem kognitiven Mapping führen. Das Bewusstsein und die Erfahrung dieser vernachlässigten Orte, durch die man gegangen ist, stärkt die Überzeugung, dass es nicht die Teilnehmenden des Workshops sind, sondern die Welt des Kaufens und Verkaufens, die Zweck und Mittel vermischt hat. Das ist wohl das Wichtigste, was man aus dieser Inventurarbeit an diesen Orten *lernen* kann: dass man sein eigenes essentielles und existentielles Bedürfnis erfährt und dass dieses an jedem Ort mit einem hohen Grad an Öffentlichkeit zu finden ist und dass sich diese Erfahrung an jedem Ort mit einem hohen Grad an Öffentlichkeit aufbaut, an dem man war.

Es ist weder ein Training noch eine Übung, man wird nicht technisch besser, nachdem man oft teilgenommen hat – darin sehe ich nicht das Lernen. Die Teilnehmenden dieser Art von Workshops gehen buchstäblich nirgendwo hin – beim Lernen gibt es kein Projekt – und dennoch werden sie sich enttäuscht oder, genauer gesagt, traurig fühlen, wenn ihr Teil der Landkarte abgearbeitet ist, wenn die Linie abgearbeitet ist.

Thoreau schrieb auch: „Man kann auf der alten Marlborough Road um die Welt gehen“. Und das glaube ich auch. Man

⁰¹ Henry David Thoreau, *Walking*, Atlantic Monthly 9 (Juni 1862).

kann die Welt an einem sehr begrenzten Ort erleben. Die ganze Welt zu besuchen ist nicht der einzige Weg, um einen Einblick in die Welt zu bekommen.

Wenn Menschen diese Inventarisierungsspaziergänge machen, suchen sie nach ganz gewöhnlichen Dingen, diesen Parametern, sie suchen nicht nach Unterhaltung, nach Ablenkung, es gibt kein Ziel bei ihren Spaziergängen, sie werden nichts während ihres Spaziergangs entdecken, sie gehen einfach nur, eine lange Zeit, es ist wichtig, dass die Spaziergänge lang sind, sie suchen nach den Parametern, schauen ab und zu auf den Plan und schreiben auf, was sie sehen. Am Ende überkommt sie diese seltsame, süchtig machende Mischung aus Abscheu und Zufriedenheit (ja, gleichzeitig), ich glaube, das ist Einsicht. Einsicht ist nicht dasselbe wie Wissen. Während der Wanderungen enthüllt sich ihnen die Welt. Man könnte denken: 'Diese Art des Gehens ist also eine Methode! Das ist es definitiv nicht, denn das, was bei diesen Wanderungen passiert, liegt außerhalb Ihrer Kontrolle und es gibt keinerlei Garantie. Es gibt keine Methode für Bildung.

Auf Mülldeponien herumzulaufen, über staubige Straßen zu schlurfen, ist nicht gewinnbringend. Echte Wanderungen, wie auch echte Bildung, haben nichts mit Profit zu tun: Sie haben Auswirkungen.

Indem sie die Öffentlichkeit im Raum lesen, und indem sie erkennen, dass sie in der Lage sind, die Öffentlichkeit im Raum zu lesen, werden die Studierenden mehr und mehr davon überzeugt, dass sie durch den Raum sprechen können, dass es (direkt) neben der Welt des Kaufens und Verkaufens Momente echter Kommunikation gibt, Kommunikation durch den Raum (nicht durch die Sprache), dass es das ist, was sie gemeinsam haben.

III. Punktkarten

Wir können die städtebaulichen Karten und Pläne, wie wir sie kennen, nicht lesen. Sie enthalten zu viele verschiedene Elemente: Wohnen, Industrie, Straßeninfrastruktur, Grünflächen, Religion usw. Sie sind zu komplex für uns alle.

Das Grundprinzip der Punktkarten ist, dass es nur ein Element, einen Parameter auf jeder Karte gibt: Die Karte zeigt nur, wo die Teilnehmer des Workshops ein Phänomen gesehen haben. So gibt es z. B. eine Karte, die zeigt, wo Obdachlose gesehen wurden, eine andere, wo informelle Siedlungen gesehen wurden, und wieder eine andere für Geldautomaten usw. Es gibt keine anderen Hinweise, keine Flüsse, keine Straßen, keine wichtigen Gebäude, keine Seen. Aber natürlich gibt es immer die zugrundeliegende Karte, die, falls gewünscht, zu einem bestimmten Zeitpunkt einen Hinweis geben kann. Da sie physisch von der Punktkarte selbst getrennt ist, wird man auf die Beschränkungen, die Codes und Fallen der zugrunde liegenden Karte aufmerksam gemacht. Eine weitere Karte ist die Karte der Spaziergänge, auf der die Aufteilung der Karte und der Weg verzeichnet sind, den die Teilnehmenden zurückgelegt haben. Um die Punktkarten lesen zu können, braucht man diese Informationen darüber, wie die Basiskarte aufgeteilt war und wohin die Menschen gegangen sind. Die am einfachsten zu lesenden Karten sind die, die erstellt wurden, nachdem die Teilnehmenden alle Straßen der Karte abgegangen sind. Bei Karten, die aus bedeutenden Querschnittsbegehungen resultieren, muss sich betrachtende Person darüber im Klaren sein, dass die Bestandsaufnahme nur auf den Begehungen der Querschnitts-

begehungen beruht und nicht das gesamte Gebiet der Karte begangen wurde. Aus Erfahrung wissen wir jedoch, dass, wenn uns die Karte ein Konglomerat von Punkten in einem bestimmten Teil der Karte zeigt, man fast sicher sein kann, dass es in der Zone zwischen den Punkten weitere Phänomene zu finden gibt.

Jede Beobachtung ist ein Punkt auf der Karte. Da verschiedene Personen auf dem Transparentpapier markieren werden, ist es für eine korrekte Karte wichtig, dass jeder Punkt die gleiche Größe hat, da die Karte sonst nicht lesbar ist. Eine Vorlage kann sehr nützlich sein. Wenn alle Spaziergänge erledigt sind und der Stadtplan fertig ist, geschieht etwas Seltsames: Die Stadt entfaltet sich vor den Augen aller Teilnehmenden. So wie Eisenspäne auf einem Blatt Papier mit einem Magneten darunter das Magnetfeld zeigen, erscheinen Konzentrationen oder Dispersionen, klar definierte Punkte. Manche Städte, vor allem alte, kristallisierte Städte, scheinen Öffentlichkeit zentrifugal auszustoßen; neue, schnell entstehende Städte scheinen Öffentlichkeit oft zentripetal zu konzentrieren. In Städten nach einem Trauma, kurz nach Konflikten (Krieg, Bürgerkrieg, abrupter Regimewechsel etc.), zeigt die brutale Privatisierung des Raumes in einem konkaven Spiegel die fortschreitende Reduktion der Öffentlichkeit im Raum westlicher Städte.

Die Punktkarten zeigen sich sofort – jeder kann sie lesen.



Klaus Schwarzfischer

Blicke, Likes und Klicks: Zur verhaltens- biologischen Basis von Social Media.

Seltsamerweise wird nirgends erklärt, *warum* Soziale Medien und vor allem sogenannte **Influencer** überhaupt funktionieren. Die empirische Forschung und gängige Lehrbücher konzentrieren sich eher auf die Frage, *wie* das Phänomen für den Werbetreibenden nutzbar gemacht werden kann. Die Perspektive des Wirkmechanismus bleibt dabei meist völlig im Dunkeln – und wird als Frage auch gar nicht aufgeworfen.⁰¹

⁰¹ So liefert etwa das Heft 4/2020 von *Transfer* (der Zeitschrift der Deutschen Werbewissenschaftlichen Gesellschaft [DWG]) einen Themenschwerpunkt zu *Influencer*, der acht Beiträge mit insgesamt 40 Seiten umfasst. Doch die Frage nach der Wirkungsgrundlage taucht dort nicht auf – vgl. Karsten Kilian (2020) sowie Situm, Sorrentino & Grüner (2019). Typisch ist ebenfalls der Zugang von Marlies Jahnke (2018: S. 2), die zwar das Phänomen *Influencer* bis ins Jahr 1760 zurückverfolgt, dabei aber jede psychologische Erklärung für *Meinungsmacher* vermeidet. Ähnlich ins Leere läuft die Suche bei Ole Nymoen & Wolfgang Schmitt (2021), wo aus einer soziologischen Perspektive die Rolle der *Influencer* im Spätkapitalismus beleuchtet wird – nämlich jene, einen *Aufstiegstraum* in der *Abstiegsgesellschaft* vorzuleben. Auch die Experten in der Sendung von Stefan Römermann (2021: ab Minute 52:30) hatten keine Antwort die Frage, warum sich Menschen überhaupt an *Influencern* orientieren, sondern →

Eben diesen Wirkmechanismus will mein kurzer Essay fokussieren und ein paar Konsequenzen skizzieren.

Unterschieden werden muss zwischen zwei Fragen:

„Wem wird die Aufmerksamkeit zuteil?“

Dazu äußert sich die Fachliteratur ausführlich (siehe Fußnote 01). Hier beantwortet werden soll die zweite Frage:

„Was bedeutet es für eine Person, wenn ihr Aufmerksamkeit zuteil wird oder ihr diese verweigert wird?“

Um dies wirklich zu verstehen, müssen wir den Fokus erweitern. Denn weder die Designtheorie noch die Werbewirkungsforschung haben hier fruchtbare Ansätze zu bieten. Jedoch finden wir in der Verhaltensbiologie eine spannende Perspektive, die ich kurz aufzeigen will.

Blicke in der Verhaltensbiologie

Natürlich gehört der Mensch als Spezies zur biologischen Ordnung der **Primaten**. Das hat er mit Schimpansen und Gorillas gemeinsam – aber auch mit anderen Arten wie Lemuren und Makaken (die uns vielleicht nicht als erste beim Stichwort **Primaten** einfallen würden). Allen Primaten gemeinsam ist, dass sie ein komplexes Sozialverhalten entwickelt haben. Sie leben zumeist

thematisierten nur, wer sich als *influencer* mehr eignet als andere Personen.

in Gruppen, weswegen eine organisierte Entscheidungsfindung nötig ist, um als Gruppe handlungsfähig zu bleiben. Eine differenzierte Rangordnung erleichtert Entscheidungen, insofern sich die Gruppenmitglieder am kräftigsten, erfahrensten und aktivsten Tier der Gruppe (dem sogenannten **Alphatier**) orientieren. So wird einerseits verhindert, dass die Gruppe zerfällt. Andererseits ermöglicht es ein soziales Lernen, wovon vor allem die jüngeren Tiere profitieren (statt gleich beim ersten Fehlversuch zu sterben). An welchem Individuum sollen sich die Jungtiere aber orientieren? Woran können sie und wir das Alphatier erkennen?

In der Verhaltensforschung ist schon lange bekannt, wie das Alphatier eindeutig bestimmt werden kann. Überraschend einfach gelingt dies durch genaue Beobachtung der Gruppe, die etwa durch minutiöse Video-Analysen mit mehreren Kameras geschehen kann. Denn allzu leicht übersieht man sonst die kurzen Seitenblicke, mit denen sich die Tiere gegenseitig im Auge behalten. Doch ist die Häufigkeit, wer wen anblickt keineswegs gleichmäßig über alle Gruppenmitglieder verteilt: Dem Alphatier wenden die meisten Tiere der Gruppe die meisten Blicke zu. Entsprechend hängt der soziale Status direkt davon ab, wie oft und wie viele Blicke ein Individuum von anderen Gruppenmitgliedern erhält.⁰² Was macht die Position des Alphatieres so attraktiv? Norbert Bischof (2016: S. 538) nennt drei wesentliche Aspekte:

02 Siehe Irenäus Eibl-Eibesfeldt (1997: S.736), der schildert, dass diese Ergebnisse auch für den Menschen gelten, wie ein Forschungsprojekt mit Kindergartenkindern an seinem Institut zeigte. Die ursprünglichen Untersuchungen mit nicht-menschlichen Primaten hierzu stammen von Michael Chance & Clifford Jolly (1970).

1. Dem Inhaber der Alpha-Position wird bei beschränkten Ressourcen widerstandslos die Priorität zugestanden.
2. Das Alphetier kann seinem affektiven Zustand ungehemmt Ausdruck verleihen.
3. Die anderen Gruppenmitglieder wenden ihm bevorzugt ihre Aufmerksamkeit zu.

Die Zuwendung der Aufmerksamkeit durch Blicke repräsentiert damit die beiden anderen genannten Vorteile. Entsprechend wird diese Blick-Zuwendung selbst schon positiv erlebt.

Blicke, Likes und Klicks

Der moderne Mensch lebt in unseren Industriegesellschaften nicht mehr im unmittelbaren Kontakt mit allen Gruppenmitgliedern. Wir sind in soziale Gefüge integriert, die weitaus größer sind als Stammesgesellschaften. Ohne kommunikative Medien wäre die Integration in funktionierende Staaten nicht denkbar. Mindestens eine Briefpost muss vorausgesetzt werden, damit ein Staat funktionieren kann, der größer ist als eine einzelne Stammesgesellschaft (wo sich noch alle Mitglieder persönlich kennen).⁰³

Klassische Massenmedien wie Radio, Fernsehen und Zeitung synchronisieren Wertvorstellungen, indem sie vorbildliche *Helden* und abschreckende *Antihelden* präsentieren. Sofort ist

⁰³ Vgl. etwa Knut Hieckethier (2002)

deutlich, dass nur die *Helden* sich als potenzielle Alphetiere eignen. Zwar ziehen auch die abschreckenden Beispiele viele Blicke auf sich. Doch lebt man/frau als positives Vorbild entspannter, weil statt einer lebensbedrohlichen Strafe nur die angenehme Bewunderung droht.

Im Internet als modernem Dialogmedium hat sich eine neue Währung etabliert, welche den Primaten-Blick erstaunlich gut ersetzen kann – der Klick! Speziell in Social Media (wie Facebook, Instagram, etc.) wird das als **Likes** auch für die Urheber/innen der Posts sichtbar. Längst ist bekannt, dass hier ein großes Sucht-Potenzial lauert. Denn jede Nachricht und jeder Like wird vom Belohnungszentrum des Gehirns als positiv bewertet.⁰⁴ Aber das Ausbleiben von erhofften oder erwarteten Likes wird entsprechend negativ empfunden. Evolutionär basiert dies auf sehr alten Strukturen, wie unser Exkurs in die Verhaltensbiologie der Primaten verdeutlichte. Damit hat jede Blick-Zuwendung das Potenzial für eine Erhöhung des sozialen Status – und jede Blick-Abwendung ist potenziell eine Erniedrigung.⁰⁵

Eben dies ist auch die funktionale Grundlage für jenen Effekt, den wir wohl Alle kennen: Wir erleben es irgendwie *unschön*, wenn wir z.B. beim gemeinsamen Essen sitzen – und plötzlich wendet sich das Gegenüber von uns ab und seinem Smartphone zu. Diese *Missachtung* kann als unhöflich bezeichnet werden, wenn wir einfach von Konventionen ausgehen.

⁰⁴ Siehe etwa die Studie von Ofir Turel (2015). Dass sich diese Suchtproblematik bis zur Selbstmordgefahr steigern kann, dokumentieren Brailovskaia, Teismann & Margraf (2020).

⁰⁵ Aus Platzgründen gehen wir hier nicht auf den Spezialfall ein, wenn eine Blickzuwendung den Charakter von sozialer Kontrolle hat. Dabei können Beobachtungen durchaus als Sanktion für vergangene oder erwartete Delikte verstanden werden – vgl. etwa den Abschnitt über *Panoptismus* bei Michel Foucault (1993: S.251ff).

Doch erst unsere verhaltensbiologische Erklärung der Blick-Bewertung macht die eigentliche Dynamik deutlich. Erkennbar handelt es sich um einen Konflikt um die soziale Rangordnung, bei dem wir uns unterlegen fühlen.

Influencer in der Alpha-Position

Die Influencer/-innen selbst erleben ihren Erfolg bzw. Misserfolg auf der Basis der verhaltensbiologischen Blick-Zuwendung: Jeder Klick und jeder Like fördert den sozialen Aufstieg innerhalb ihrer Community. Entsprechend fühlt sich ein Like gut an für sie. Soweit, so einfach. Was aber veranlasst die **Follower** dazu, einem Influencer zu folgen und diese zu liken?

Hier greift die Verhaltensbiologie der Alphatiere, die zwei Aspekte liefert. Aus Sicht des Alphatieres selbst ermöglicht diese Position große Freiheiten, wie oben beschrieben. Die Perspektive des unterlegenen Gruppenmitgliedes legt eine andere Motivation nahe: Das Alphatier bietet den unterlegenen Gruppenmitgliedern auch die Vorteile seines Erfahrungswissens, wo es Ressourcen und Zuflucht gibt. Außerdem bietet das Alphatier schwachen Gruppenmitgliedern bisweilen sogar selbst Schutz vor Übergriffen.⁰⁶ Dies ist analog zum elterlichen Schutzverhalten gegenüber von deren Kindern (die als schwächste Gruppenmitglieder dann *Omegatiere* sind, z.B. als Säuglinge).⁰⁷ Hier ist es lebenswichtig, dass die unterlegenen

⁰⁶ Dazu ausführlicher Irenäus Eibl-Eibesfeldt (1997: S. 422ff.), wo zudem zwischen einer repressiven, einer fürsorglichen und einer prosozialen Dominanz unterschieden wird.

⁰⁷ Siehe Norbert Bischof (2016: S.541f.), der zwischen *Alpha-Hierarchie* (wo das →

Gruppenmitglieder zumindest hin und wieder vom Alphatier etwas Beachtung bekommen. Entsprechend positiv wird die Aufmerksamkeit durch wichtige Gruppenmitglieder von den unterlegenen erlebt.

Beobachtungsmanagement als Designproblem

In Design und Marketing sind uns diese Phänomene geläufig, selbst wenn sie selten so explizit in einen verhaltensbiologischen Zusammenhang gebracht werden. Häufiger ist ein kulturwissenschaftlicher Ansatz zu finden, vor allem, wenn es um den zentralen Marketing-Traum geht, eine *Kultmarke* zu gestalten.⁰⁸ Eine solche Kultmarke kann als virtuelles bzw. symbolisches Alphatier verstanden werden. Die *Fans* einer Kultmarke sind dann vergleichbar mit den Followern der Influencer. Natürlich werden die Influencer zumindest teilweise von den Followern in deren Verhalten imitiert, um sich so dem Erfolg nahe zu fühlen.⁰⁹ So wie sich die Fans mit Produkten und Symbolen der Marke umgeben, um ihren Status zu erhöhen. Diese sollen dafür sorgen, dass sie mehr Blicke auf sich ziehen als es ohne diese Produkte und Symbole der Fall wäre. Folglich sind zwei Effekte zu unterscheiden, von welchen die unterlegenen Gruppenmitglieder profitieren, wenn sie sich zu einem Alphatier (bzw. einer

stärkste Individuum herrscht) und *Omega-Hierarchie* (wo das schwächste Gruppenmitglied das Handeln bestimmt) differenziert.

⁰⁸ Hierzu gibt Helene Karmasin (2004: S.514ff.) einen semiotisch fundierten Einblick, inwiefern *Marken als Ausdruck kultureller Orientierung* zu verstehen sind. Dabei berücksichtigt sie unter anderem die Unterschiede zwischen hierarchisch orientierten Kulturen und individualistisch geprägten Gesellschaften.

⁰⁹ Vgl. etwa Stefan Kunze (2017), Barbara Russ (2017) oder Hans-Georg Häusel (2012: S.203).

führenden Organisation oder Marke) bekennen: Einmal erhalten sie selbst mehr Blick-Zuwendungen als ohne diese Attribute. Und sie fühlen sich als Teil einer Gruppe, die von einem erfolgreichen Alphetier angeführt wird. Wie Irenäus Eibl-Eibesfeldt (1997: S. 439) zeigt, ist es keine Besonderheit der modernen Industriegesellschaften, dass Erfolg zur Schau gestellt wird. Denn der *Wettstreit um Ansehen* ist recht verbreitet und findet sich bereits bei sehr alten Kulturen. Beispielsweise werden die Ergebnisse von Ernte oder Jagd so inszeniert, dass sie die bewundernden und mitunter neidischen Blicke der anderen Gruppenmitglieder provozieren. Dabei wird eine besondere Beherrschung der Natur vorgeführt. Eben dies geschieht in unserer aktuellen Konsumkultur auf eine ähnliche Weise: Wir zeigen unsere Erfolge im Geld-Erwerb stolz vor in Gestalt von Status-Objekten, die wir zumeist käuflich erwerben (denn singuläre Einzelstücke erhöhen das Risiko, dass dessen Wert/Preis gar nicht erkannt wird). Das Spezifische beim modernen Konsum-Menschen ist dann nur, dass er gewisse Medien und Codes bevorzugt, um seinen Reichtum und seine Überlegenheit zu demonstrieren – sowie vor allem, um Blicke auf sich zu ziehen.¹⁰

¹⁰ Vgl. das *Dominanz-System* bei Hans-Georg Häusel (2011: S. 36f., S.66 sowie 2012: S. 43f) und die Differenzierung repressiver, fürsorglicher und prosozialer Dominanz bei Irenäus Eibl-Eibesfeldt (1997: S. 422ff).

Ein methodischer Schlussgedanke

In der Argumentation zeigte sich, warum die Blick-Zuwendung in zweierlei Hinsicht so zentral ist. Denn es gibt etwas zu gewinnen und etwas zu verlieren. In der Handlungstheorie wird auch von **Annäherungszielen** gesprochen (wenn es etwas zu gewinnen gibt) und von **Vermeidungszielen** (wenn man befürchtet, etwas zu verlieren).¹¹ Diese beiden Typen finden sich auch im Bereich der Social Media, wie wir gesehen haben. Für die Designtheorie ist eine einheitliche Rahmentheorie von Vorteil, die es ermöglicht, beide Arten von Erfahrung zu thematisieren: Positive ästhetische Erfahrungen und negative ästhetische Erfahrungen – seien sie nun durch Blick-Zuwendungen und Blick-Abwendungen verursacht oder durch andere Phänomene. Wie ein solcher handlungstheoretischer Ansatz auf einem verhaltensbiologischen Fundament aussehen kann, wird in Schwarzfischer (2019) ausführlich vorgeführt. Dabei wird gewissermaßen eine **Kopernikanische Wende** vollzogen. Denn es zeigt sich, dass nicht die beobachteten Gegenstände der sogenannte *Ort der ästhetischen Erfahrung* sind. Ganz im Gegenteil beobachtet sich der Beobachter selbst beim Beobachten – und bewertet dabei primär seine eigenen Beobachtungs-Handlungen (und nur in zweiter Linie den situativen Anlass, welcher sich aus den beobachteten Objekten zusammensetzt).

¹¹ Siehe hierzu auch die weiterführenden Literaturangaben bei Schwarzfischer (2019: S. 297).

LITERATUR

Bischof, Norbert (3. völlig überarb. und erw. Aufl. 2016): *Struktur und Bedeutung. Einführung in die Systemtheorie*. Bern: Hogrefe.

Brailovskaia, Julia; Teismann, Tobias & Margraf, Jürgen (2020): *Positive mental health mediates the relationship between Facebook addiction disorder and suicide-related outcomes*. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, Vol. 23 (2020), No. 5, pp. 346–50.

Chance, Michael & Jolly, Clifford (1970): *Social Groups of Monkeys, Apes Men*. New York: Dutton.

Eibl-Eibesfeldt, Irenäus (3. erw. Aufl. 1997): *Die Biologie menschlichen Verhaltens. Grundriss der Humanethologie*. Weyarn: Seehamer Verlag.

Foucault, Michael (1993): *Überwachen und Strafen: Die Geburt des Gefängnisses*. Frankfurt/Main: Suhrkamp.

Häusel, Hans-Georg (2011): *Die wissenschaftliche Fundierung des Limbic Ansatzes*. München: Nymphenburg Gruppe. Online unter URL: https://www.haeusel.com/wp-content/uploads/2016/03/wiss_fundierung_limbic_ansatz.pdf

Häusel, Hans-Georg (3. Aufl. 2012): *Brain View. Warum Kunden kaufen*. Freiburg: Haufe.

Hickethier, Knut (2002): *Mediengeschichte*. In: Rusch, Gebhard (Hrsg.) (2002): *Einführung in die Medienwissenschaft. Konzeptionen, Theorien, Methoden, Anwendungen*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag. (pp. 171–188)

Jahnke, Marlies (2018): *Ist Influencer-Marketing wirklich neu?* In: Jahnke, Marlies (Hrsg.) (2018): *Influencer Marketing: Für Unternehmen und Influencer: Strategien, Plattformen, Instrumente, rechtlicher Rahmen*. Wiesbaden: Springer Gabler. (pp. 1–13)

Karmasin, Helene (3. erw. Aufl. 2004): *Produkte als Botschaften*. Frankfurt/Main: Redline.

Kilian, Karsten (2020): *Influencer optimal systematisieren, strukturieren und selektieren*. *Transfer – Zeitschrift für Kommunikation und Markenmanagement*, Vol. 66 (2020), No. 4, pp. 18–22. [Der Themen-Schwerpunkt des Heftes mit acht Beiträgen ist »Influencer« (pp. 18–58)]

Kunze, Stefan (2017): *Farbentaumel – Über die Konjunktur der Fankultur*. *Sachjournal*. Online unter URL: <https://sachjournal.blog/2017/07/farbentaumel-ueber-die-konjunktur-der-fankultur/>

Nymoer, Ole & Schmitt, Wolfgang M. (2021): *Influencer – Die Ideologie der Werbekörper*. Frankfurt/Main: Suhrkamp.

Römermann, Stefan (2021): *Was beeinflusst mündige Verbraucher?* Deutschlandfunk, Sendung »Marktplatz« vom 30.12.2021 um 10:08 Uhr. Online unter URL: https://ondemand-mp3.dradio.de/file/dradio/2021/12/30/marktplatz_30122021_was_beeinflusst_muendige_verbraucher_dlf_20211230_10o8_552o6613.mp3

Russ, Barbara (2017): *Fankultur trifft Mode – Spiel oder Stil?* *Frankfurter Allgemeine Zeitung*. Online unter URL: <https://www.faz.net/aktuell/stil/mode-design/fankultur-trifft-mode-so-beeinflusst-der-fussballschal-die-modebranche-15266339.html?printPageArticle=true&pageIndex=2>

Schwarzfischer, Klaus (2019): *Ästhetik der Wirklichkeits-Konstruktion. Wie sind konkurrierende ästhetische (Design-)Präferenzen möglich? Ein kognitiv-semiotischer Ansatz*. Würzburg: Königshausen & Neumann Verlag. Online unter URL: http://www.indukt.de/Volltext_Schwarzfischer_2019.pdf

Situm, Mario; Sorrentino, Guiseppe & Grüner, Annalena (2019): *Effekte der Influencer-Wahrnehmung auf den Follower unter Berücksichtigung von Sponsored Posts*. *Transfer – Zeitschrift für Kommunikation und Markenmanagement*, Vol. 65 (2019), No. 4, pp. 48–53.

Turel, Ofir (2015): *An Empirical Examination of the »Vicious Cycle« of Facebook Addiction*. *Journal of Computer Information Systems*, Vol. 55 (2015), No. 3, pp. 83–91.

Letzter Zugriff auf alle aufgeführten Links am 30.4.2022

Tom Bieling

Zeichen des Friedens – 65 Jahre Peace Symbol

Vor 65 Jahren wurde eines der wohl weltweit berühmtesten Zeichen geboren. Was hat es damit auf sich und warum brauchen wir Symbole überhaupt?

In sozialen Bewegungen und politischen Aktionsfeldern fungieren Symbole als Geste einer fiktiven oder auch faktischen Gemeinschaft. Ferner sind sie Ausdruck von Zugehörigkeit, sei es in dem Sinne, dass man sich einer bestimmten Community zugehörig fühlt oder einer bestimmten Idee, einem Glaubenssatz, einem Werteverständnis anhängt. Symbole schaffen überdies ein Gefühl der Identifikation – entweder mit einer Gruppe Gleichgesinnter oder auch als Form der Selbstidentifikation: Wer bin ich, wer will ich sein, wofür stehe ich, wem oder was fühle ich mich zugehörig? Nicht zuletzt eröffnen Symbole Möglichkeitsräume um Handelnde Akteur:innen sofort zu identifizieren: „Ah, das ist einer von uns!“ Oder: „Ah, zu denen will ich auch gehören“.

Ein Prinzip, das sich auch Unternehmen, PR-Agenturen ebenso wie totalitäre Regime längst zu eigen gemacht haben. Und das häufig in – manchmal etwas peinlich-durchschaubaren,

manchmal subtilen und somit vielleicht erfolgreichen Versuchen mündet, eine undefinierte Masse hinter sich zu scharen und ihnen ein Symbol als identitätsstiftendes Ermächtigungswerkzeug an die Hand geben. Je nach Kontext handelt es sich dabei wahlweise um einen NIKE-Swoosh, den ausgestreckten Arm zum Hitler-Gruß, oder das PEACE Zeichen als Friedenssymbol. Das Prinzip dahinter bleibt dasselbe.

Wie finden Symbole ihre Verbreitung?

Symbole finden insofern Verbreitung, als sie grundsätzlich mit *Beziehung* zu tun haben. Sie *stehen* in Beziehung zu etwas. Aber sie *setzen* auch Dinge oder Menschen in Beziehung zueinander. Sie stellen Beziehungen entweder *dar* oder *her*. Das bedeutet nicht, dass sie unweigerlich versöhnlich wirken. Im Gegenteil: Auch Hierarchien und Machtverhältnisse, Ausgrenzung und Diffamierung sind Beziehungsformen. Auch diese werden durch Symbole repräsentiert. Der Grundgedanke bleibt dabei immer bestehen: dass das Symbol als Projektionsfläche dient, sich hinter einer Idee zu vereinen – für oder gegen etwas zu stehen. Wenn es sich sowohl bei der Idee um eine große Idee handelt – ob gut oder schlecht – und das Symbol einprägsam und prägnant wirkt, dann ist zumeist auch der Weg für seine starke Verbreitung geebnet. Die digitalen Information- und Kommunikationskanäle fungieren hier heute häufig als rasanter Multiplikator.

Es geht dabei im Übrigen bei weitem nicht allein um visuelle Zeichen, sondern um alles mögliche. Dinge können Zeichen sein. Situationen können Zeichen sein. Körperbewegungen, Gesten,

Wörter, Sprache, Interaktionen. Also letztlich alles, was wir uns vorstellen können. Aus Perspektive der Designforschung sind freilich die *artifiziellen*, die *künstlich* geschaffenen Dinge am spannendsten. Diejenigen also, die von Menschen ausgedacht und (nicht selten für sie) angefertigt wurden – Gestaltete Dinge also, mit z. B. visuellen oder materiellen Erscheinungsformen. Diese bringen nicht nur (Un-) Ordnung in unseren Alltag, sondern sind dabei ihrerseits Gegenstand von Ordnungsprozessen. Sie sind Geschaffenes und Schaffendes zugleich.

Wenn der Mensch beispielsweise ein Symbol der Freiheit oder auch der Unterdrückung entwickelt, das einer bestimmte Art der Weltanschauung entspringt und das für eine bestimmtes Handlungsverständnis steht, so kann es sein, dass dieses Symbol sich seinerseits aktiv in unsere Handlungsweisen einmischt und sich auf unsere Alltagspraxis auswirkt. Es kann also sein, dass wir mit gestalterischen Mitteln Dinge entwickeln, die ihrerseits bestimmte Sachzwänge generieren, denen wir dann selber gewissermaßen ausgeliefert sind. Was wir gestalten, gestaltet uns immer auch ein Stück weit zurück.

Wie entfremdete sich das Peace-Zeichen von seinem ursprünglichen Kontext?

In seiner gesamten Bandbreite an unterschiedlichen Erscheinungsformen auf Postern, Stickern, T-Shirts, Plattencovern, Malereien, Performances und dergleichen, nimmt das Peace Zeichen einen prominenten Platz im visuellen Kulturerbe ein. Der Grenzverlauf zwischen Underground und Popkultur ist und war

dabei stets fließend. Früher oder später läuft so etwas immer auch Gefahr, beliebig zu werden und seine Drastik zu verlieren. Ein Peace Zeichen auf einem handgemalten Plakat, das vom Wasserwerfer weggefegt wird, ist etwas anderes, als eines, das auf einem Hochglanz Plakat auf dem Billboard einer weltmarktführenden Parfümmarke zu sehen ist. Die Popularisierung einer Idee geht immer auch mit der Entwertung ihrer Kernmotivation einher. Ein Dilemma, das vielleicht selten so deutlich wurde wie beim Peace Zeichen.

Was führte schließlich dazu, dass es politisch verblasste?

Wie bei den meisten sozialen Bewegungen, die sich zunächst dadurch auszeichnen, scheinbar machtlos zu sein, spielen Symbole eine nicht unbedeutende Rolle, dieses Gefühl der Machtlosigkeit in sein Gegenteil zu verkehren und als Machtinstrument zu etablieren. Das funktioniert nachvollziehbarerweise nur so lange, wie es wirklich für oder gegen etwas steht. In dem Moment, wo das Symbol zur bloßen Staffage verkommt, zum Gimmick oder Maskottchen wird, läuft es schnell Gefahr seine Wirkmacht zu verlieren. Das zerrissene T-Shirt im Punk als Ausdruck einer DIY-Ästhetik und Medium der Konsumkritik wird in dem Moment ad absurdum geführt, wenn ich es für 7,99€ bei H&M kaufen kann. Einen ähnlichen Entwicklungsverlauf konnten wir sicherlich auch beim Peace Zeichen beobachten, wobei man auch festhalten muss, dass es sich derart tief in unser kulturelles Zeichenrepertoire eingepägt hat, dass seine Kernidee

immer noch transportiert wird – wenn auch vielleicht nicht mit derselben Vehemenz wie einstmals.

Wie wurde es zum bekanntesten Symbol weltweit?

Das Zusammenspiel aus einem allgemein friedensbewegten Zeitgeist vor dem Hintergrund der großen Weltkriege und einer nachwachsenden Generation die sich von den ihnen vorausgehenden Strukturen abgrenzen wollte einerseits, und neu aufkeimenden Krisenherden andererseits, gepaart mit einem global in Erscheinung tretenden popkulturellen Phänomen einer Jugend- und Protestkultur hat sicherlich maßgeblich zur Erfolgsgeschichte des Peace Zeichens beigetragen.

Bemerkenswert ist in diesem Zusammenhang ist, dass die Grenzen zwischen „politisch-revolutionärer und künstlerisch-avantgardistischer“ Gestaltung (Bieber 2012, 85) zunehmend fließend sind. Denn einerseits scheinen sich politische Protestformen – etwa in Bezug auf Kommunikationsstrategien – den Mitteln der Kunst und des Designs anzunähern (vgl. Bieling 2019, 9ff), andererseits zeichnet sich die (insbesondere Werbe-) Industrie nicht zuletzt darin aus, selbst die radikalste Form von Gegenbewegung zu inkorporieren, etwa indem sie sich die **Ästhetik der Revolution** aneignet. Das haben wir u. a. bei Flower Power und insbesondere auch bei Punk beobachten können. So dass ein Dilemma schnell deutlich wird: Angesichts von Kommerzialisierung, Medialisierung und Globalisierung gehen alternative, kritische Wertesysteme (wie z. B. solche, bestimmter sozialer Bewegungen, Jugend- und Popkulturen) früher oder später in den kulturellen Mainstream

über und werden in die **Ästhetik des Alltags** integriert. Und nicht zuletzt: popularisiert. So geschehen auch beim Peace Zeichen.

Kann man Symbole neu interpretieren?

Grundsätzlich kann man mit Symbolen alles mögliche machen. Denn sie selber sind in den seltensten Fällen wirklich festgeschrieben, sondern immer auch an unterschiedliche Bedeutungszuschreibungen geknüpft. Die Bedeutung, die wir einem Symbol zuschreiben, hat jedoch zumeist weniger mit dem Symbol als solchem, sondern vielmehr mit uns selber zu tun. Welches Erfahrungswissen bringe ich mit, welche Anforderung stelle ich an eine Sache, was sind meine Wünsche, Ängste, Hoffnungen? Und diese können von Mensch zu Mensch und von Zeit zu Zeit stark divergieren. Das Symbol wird dabei zu einer Art Verhandlungsmasse. Es erzeugt seine Bedeutung nicht aus sich selbst heraus, sondern wird mit Bedeutung aufgeladen. Es ist folglich nicht festgeschrieben, sondern variabel und interpretierbar.

Ein Symbol kann folglich von unterschiedlichen Gruppen ganz unterschiedlich gelesen und für eigene Zwecke instrumentalisiert wird, woraus sich wiederum bestimmte Codes der Zugehörigkeit oder des Ausschlusses ergeben. Dabei kommt es mitunter zu Bedeutungs-überlagerungen, die sich gegenseitig verstärken können oder aber sich konträr zueinander verhalten, wodurch es abermals zu Deutungs- und Aushandlungsprozessen kommt. Ein Phänomen, das gerade im digitalen Kontext – Stichwort: **Remix Culture** – nochmal ganz eigene Dynamiken entwickelt. Auch das Peace Zeichen hat hier diverse Prozesse der Abwandlung, Neu-

interpretation, Verfremdung und Fortentwicklung durchlaufen, die einerseits vielleicht zu seiner Demontage beigetragen haben, andererseits dabei aber immer auch seine Popularität untermauert und fortgeschrieben haben.



LITERATUR

Bieber, Alain (2012): *Gesellschaftliche Utopien. Oder: Wie politisch ist die Kunst? Ein Essay*. In: Besand, Anja (2012) (Hg.): *Politik trifft Kunst. Zum Verhältnis von politischer und kultureller Bildung*. Bonn, S. 83 – 93

Bieling, Tom (2019): *Designing Activism*. In: Tom Bieling (Ed.): *Design (&) Activism – Perspectives on Design as Activism and Activism as Design*. Design Meanings / Mimesis International, Milano, 9 – 34.

Der Text basiert teilweise auf Passagen eines Interviews mit dem Autor, das am 6.12.2022 im Zuge einer ARTE Produktion von Frédérique Veith geführt wurde. Urheber des auch als CND-Zeichen bekannten Friedenssymbols ist der britische Grafiker Gerald Holtom (1914 – 1985). Im Auftrag der britischen Kampagne zu nuklearer Abrüstung *Campaign for Nuclear Disarmament (CND)* gestaltete er das prägnante Symbol zum 21. Februar 1958. Im Zeichensatz Unicode ist es als U+262E PEACE SYMBOL zu finden.

Moniek Wiese

Satire als Methode im Kontext des Spekulativen Designs

„Every joke is a tiny revolution“ (George Orwell, 1945)

Satire und Humor sind schon weit vor dem Mittelalter ein beliebtes künstlerisches Mittel zur Ausübung von Kritik an hierarchischen Strukturen oder der Gesellschaft als solches. Nicht zuletzt ausgeübt vom Hofnarren am König persönlich, können sie den kleinen Aufstand von Unten ermöglichen oder zumindest zum Nachdenken über den Status Quo anregen.

Auch wir als Designer:innen üben in Arbeiten Kritik, ob gegen unsere eigene Disziplin, politischen Strukturen oder aktuelle technologische und soziale Entwicklungen. Karikaturen und politische Plakate sind dabei nur einige wenige Artefakte, die an dieser Stelle genannt werden sollen. Spätestens seit der Entstehung kritischer Designpraxen, wie dem **Kritischen** oder **Spekulativen Design** erhält die Satire als Methode zur Äußerung von Kritik eine größere Rolle als Forschungsmethode. Sie bietet durch Zuspitzung, oder Übertreibung einer Begebenheit die Möglichkeit

den experimentellen Charakter spekulativer Szenarien zu unterstreichen und in den Vordergrund zu stellen und lenkt damit den Blick nicht nur auf die Gegenwart, sondern auf eine mögliche Zukunft. Und das nicht nur anhand physischer Artefakte, sondern auch im Hinblick auf neue Technologien und deren mögliche kulturelle Implikationen.

Immer mehr Designer:innen, wie zum Beispiel der britische Industriedesigner Matt Malpass, appellieren daher an die Designwelt, sich mehr mit den forschenden Designgebieten, wie dem Kritischen oder Spekulativen Design auseinanderzusetzen und selbst zum Narren zu werden. (Malpass 2021) Doch welchen Nutzen hat Satire als Methode eigentlich für uns als Designer:innen und für die Rezipient:innen? Und können wir mit Hilfe von Satire wirklich kleine Revolutionen auslösen, wie Orwell propagiert?

Die folgende Ausarbeitung setzt sich daher mit der Fragestellung auseinander, welchen Nutzen Satire als Methode im Kontext des Spekulativen Designs hat und stützt sich dabei auf aktuelle Forschungsergebnisse von Matt Malpass in diesem Gebiet. Dazu werden anfangs die Begriffe des Spekulativen Designs, sowie der **Satire** – speziell die horazische und juvenalische Satireform – erläutert und anhand von Anwendungsbeispielen veranschaulicht und untersucht. Im Anschluss folgt ein Vergleich, sowie die Untersuchung mit einem eigenen Designprojekt, welches sich ebenfalls der Satire als Methode im Spekulativen Design bedient. In einem Fazit werden die Erkenntnisse kritisch gegenübergestellt.

Der Begriff des Spekulativen Designs

Spekulatives Design ist eine forschungsorientierte und kritische Designpraxis, die auf die beiden Designer:innen Anthony Dunne und Fiona Raby zurückzuführen ist.⁰¹ Der Ursprung des Spekulativen Designs liegt in der Praxis des Kritischen Design, in dem auch Dunne und Raby ihre ersten Arbeiten in den 1990er Jahren einordnen. Spekulatives Design setzt sich in seiner Praxis mit den Potenzialen, als auch Risiken neuer Technologien und wissenschaftlicher Errungenschaften im Hinblick auf nahe und ferne Zukunftsfragen auseinander. Dabei konzentriert es sich – im Gegensatz zu kommerziellem Design – nicht auf das Lösen von Problemen oder dem Styling von Produkten, sondern auf die kritische Auseinandersetzung mit unterschiedlichen Themen und dessen möglichen soziokulturellen und politischen Implikationen. Dieser kritische Diskurs erfolgt durch das gezielte Aufstellen von zukunftsgerichteter Fragen und durch das Gestalten von Artefakten, die mit Hilfe gezielter Modifikationen im Umgang und der Benutzung neuer Technologien den Status Quo hinterfragen. (Matt Malpass 2017, 56, Malpass 2021, 09:45) Dadurch verschiebt sich die Rolle der Designpraxis von konventionellem, kommerziell ausgerichtetem Design hin zu fragendem, forschendem und experimentellem Design.

Spekulatives Design hat im Grunde zwei Ziele. Es kann zum einen als Praxis dienen, um aktuelle technologische und wissenschaftliche Entwicklungen und ihre eventuellen Zukünfte durch spekulative Artefakte greif-, diskutier- und vorstellbar zu

⁰¹ Vgl. Anthony Dunne und Fiona Raby, *Speculative Everything*, MIT Press 2013

machen. Zum anderen ist es auch in der Lage die Funktionen und den soziokulturellen Nutzen neuer Technologien zu hinterfragen und dadurch Rückschlüsse auf die Gegenwart ziehen zu können. (Matt Malpass 2017, 56)

Dabei bedient sich Speklatives Design dem Mittel der Narration, indem begleitende Szenarien erdacht werden, welche die Artefakte in einen Kontext des Alltäglichen setzen und somit Informationen und wissenschaftliche Erkenntnisse sowohl über das Setting, als auch die Artefakte selbst vermitteln und die Rezipient:innen zur kritischen Reflexion motiviert.

„Speculative Design makes the choice between these paths of technological progression visible. It is used to identify and probe the values that user audience hold in relation to scientific and technological progression and to propose alternative value systems dominant technological ideology, envisioning technological futures based on different sociopolitical values.“ (Matt Malpass 2017, 58)

Spekulativ arbeitende Designer:innen gestalten demnach nicht in Hinblick auf das Produktergebnis, sondern als ästhetisch-forschende Praxis als Mittel zur Erschließung neuer Technologien, soziokultureller Zukünfte und ihrer Alternativen.

Der Begriff der Satire

„Satire has long been used in art, design, and literature as a method of speaking truth to power – of pricking people’s consciences, particularly in times of political strife or authoritarian rule.“⁰² (Meg Miller, 2019)

So war es im Mittelalter z. B. der Hofnarr der als Einziger das Recht genoss mittels Satire den König sowohl direkt anzusprechen, zu verspotten und dadurch Kritik an seiner Person zu äußern. (Malpass 2021, 23:10) Eine allgemeingültige Definition zum Begriff der Satire zu finden gestaltet sich jedoch – vielleicht auch im Hinblick ihrer langen Geschichte – als herausfordernd. So gibt es verschiedene, teils divergierende und konkurrierende Definitionen in den Rechtswissenschaften, der Kunst, Literatur, sowie dem Design. Daher greife ich an dieser Stelle auf die allgemeine Definition des Dudens zurück, welcher den Begriff der Satire wie folgt beschreibt:

„Kunstgattung (Literatur, Karikatur, Film), die durch Übertreibung, Ironie und [beißenden] Spott an Personen, Ereignissen Kritik übt, sie der Lächerlichkeit preisgibt, Zustände anprangert, mit scharfem Witz geißelt“ („Satire“ auf Duden online⁰³)

⁰² <https://eyeondesign.aiga.org/whats-the-state-of-satire-in-graphic-design/>

⁰³ <https://www.duden.de/node/125754/revision/125790>

Ergänzend zur übergeordneten Definition des Dudens beschreibt Matt Malpass in einem Paper von 2013 die Funktionsweise von Satire im Kontext der kritischen Designpraxis wie folgt:

„In design’s various critical practices, satire functions as constructive social criticism. In achieving this, the designers use wit as an instrument to afford critical reflection and engage a user audience through humour.“
(Malpass 2013: 343)

Satire findet im Bereich des Kritischen und auch Spekultativen Designs häufig Verwendung indem – gerade im Produkt- und Industriedesign – Produkte oder Artefakte durch den oft spielerischen Umgang mit ihrer Materialität, Charakteristika oder der Art ihrer Verwendung eigenartig, fragwürdig oder paradox erscheinen (Malpass 2017: 67).

Dies schaffen die Designer:innen in vielen Fällen vor allem dadurch, dass sie den Artefakten ihre eigentliche Funktionalität berauben. Die satirisch arbeitenden Designer:innen bedienen sich in ihrer Kritik unter anderem der Ironie, Paradoxie, Gegensätzlichkeit, Enttäuschung, Obszönität, Gewalt und der Übertreibung in ihren Artefakten oder begleitenden Szenarien. (Malpass 2017: 68)

Satire ist demnach ein Mittel zum Ausüben konstruktiver Kritik, mittels Schock und/oder Humor, mit der Absicht durch das gezielte Verspotten von Personen, Institutionen, der eigenen Disziplin oder auch der Gesellschaft als Ganzes, eine kritische Reflexion seitens der Rezipient:innen zu bewirken.

Horazische und juvenalische Satire

Malpass unterteilt Satire im Kontext von Kritischem und Spekulativem Design in zwei Kategorien: der horazischen und juvenalischen Satire, benannt nach den römischen Satiredichtern Horaz und Juvenal, welche den jeweiligen Satirestil geprägt haben. (Malpass 2017: 68) Die Bedeutung dieser Unterteilung wird vor allem in der unterschiedlichen Anwendung von Satire als Methode im Spekultativen, sowie Kritischen Design deutlich. Daher wird an dieser Stelle kurz auf die unterschiedlichen Charakteristika des jeweiligen Satirestils eingegangen.

Horazische Satire ist in ihrer Stilistik eher leicht, spielerisch, humorvoll und weniger politisch. Dabei bedient sie sich vor allem Stilmittel wie der Parodie, Übertreibung, Enttäuschung, Metaphern und der Umgangssprache. (Malpass 2013: 343, Malpass 2017: 68)

Juvenalische Satire stellt in ihrer Stilistik hingegen das Gegenteil der horazischen Satire dar. So zeichnet sie sich durch ihren spitzen – oder auch bösen –, oftmals politischen und schonungslosen Stil aus und bedient sich narrativer Techniken der Gegensätzlichkeit, Obszönität und der Gewalt. (Malpass 2013: 343, Malpass 2017: 68)

Die Verwendung von horazischer und juvenalischer Satire in der Designpraxis

Die jeweilige Übersetzung der oben benannten satirischen Stile in die Designpraxis, sowie ihre Konsequenzen für die Narration der Artefakte, möchte ich anhand zweier Beispiele verdeutlichen.

Horazische Satire am Beispiel von „24 Star Generic Office Chair“, Ralph Ball und Maxine Naylor

Die im Rahmen eines Forschungsprojekts entstandene Serie *Archeology of the Invisible* aus dem Jahr 2004 von Ralph Ball und Maxine Naylor, beschäftigt sich im Allgemeinen mit der Alltagsnutzung und Allgegenwärtigkeit herkömmlicher Stuhltypen und den beinahe unsichtbaren Besonderheiten ihrer jeweiligen Konstruktionen.⁰⁴ Ziel der Serie war die Untersuchung der Wirkung von reflexiven (Design-)Artefakten als rhetorisches Mittel, zur kritischen Auseinandersetzung mit Themen wie Nachhaltigkeit und Wertschätzung von Besitz.⁰⁵ In ihrer Serie nutzen Ball und Naylor in mehreren ihrer Artefakte das Stilmittel der horazischen Satire, am deutlichsten erkennbar ist dies im Artefakt **24 Star Generic Office Chair** (2003), gerade auch im Hinblick auf die Geschichte des genutzten Stuhltypens.

Das Artefakt 24 Star Generic Office Chair (Abb. 1) kann als Parodie der Geschichte des herkömmlichen Bürostuhls und die Kritik an ihm gelesen werden. Der erste in Serie gegangene Entwurf des Bürostuhls besaß lediglich drei Beine, wodurch schnell Kritik an der Stabilität des Stuhls aufkam. Der Gestalter, eigentlich Architekt, besserte daraufhin nach und entwarf ein Modell mit vier Beinen, um der Kritik zu begegnen und für mehr Stabilität zu sorgen. Doch auch mit vier Beinen verstummte die Kritik – der Stuhl sei instabil und dadurch nicht sicher – nicht, wonach ein neuer fünfbeiniger Bürostuhl entworfen wurde. (Malpass 26:25)

04 Vgl. <http://studioball.co.uk/index.php/archaeology/#pic6>

05 Vgl. <https://ualresearchonline.arts.ac.uk/id/eprint/1061/>



Abb. 1: 24 Star Generic Office Chair, Archeology of the Invisible 2005, Ralph Ball and Maxine Naylor, <http://studioball.co.uk/index.php/archaeology/#pic6>

Ball und Naylor bedienen sich dem Mittel der Übertreibung, indem sie einen überstabilen Stuhl mit 24 Beinen gestalten, welcher sich so introspektiv und reflexiv mit der eigenen Disziplin, der Eitelkeit der Designer:innen und der von außen kommenden Kritik an der Funktionalität auseinandersetzt. Die Kritik ist durch die ad absurdum geführte Stabilität humorvoll und durch die Introspektive wenig politisch. Des Weiteren nutzt dieses Artefakt keine zusätzlichen Narrative, wie eine filmische oder textliche Ebene, sondern ist durch den Gebrauch eines für die Rezipient:innen gewohnten Gegenstandes, selbsterklärend. Durch die Übertreibung der eingangs beschriebenen Kritik, wird der Stuhl als Artefakt zusätzlich dysfunktional, da die 24 Beine und dazugehörigen Rollen, den Weg zur Sitzschale versperren. Aufgrund der benutzten Mittel der Parodie durch die Zuspitzung, der nach innen auf die eigene Disziplin gerichtete Kritik, sowie die nichtvorhandene zusätzliche Narration, ist dieses Artefakt eindeutig der horazischen Satire zuzuordnen.

Ralp Ball sagte in einem Interview mit Matt Malpass aus dem Jahr 2009 folgendes über seine Arbeit *Archeology of the Invisible*:

„We put together something which creates a contradiction, creates a paradox, or creates some form of visual resonance, which is different to conventional expectation but which throws light on the object that we are dealing with.“⁰⁶

Ball und Naylor nutzen also bewusst satirische Mittel zur Ausübung von Kritik, um Rezipient:innen durch Verwunderung und Humor für diese empfänglich zu machen und zur Reflexion aufzurufen.

Juvenalische Satire am Beispiel von „Hydrogen Energy Future – Is This Your Future“, Anthony Dunne und Fiona Raby

Die Serie *Is this your Future* ist als Auftragsarbeit für das Science Museum in London von Anthony Dunne und Fiona Raby im Jahr 2004 entstanden. Sie setzt sich kritisch mit der Frage nach Alternativen in der Produktion von Energie auseinander. Dabei entstanden sind drei unterschiedliche Szenarien, die einen spekulativen Einblick in die Zukunft der Energieerzeugung und ihre möglichen sozialen, ethischen und politischen Auswirkungen geben.⁰⁷

Dabei nutzen alle drei Szenarien in ihrer Narration Aspekte der juvenalischen Satire, durch den Einsatz von Obszönität und Gewalt und ihrer klaren politischen Kritik.

So wird z. B. im Szenario *Hydrogen Energy Future* (2004) wird die Energieerzeugung dezentralisiert und jeder Energieverbraucher kann dabei gleichzeitig zum Energieerzeuger werden. Familien nehmen im Szenario so die Rolle eines wettbewerbsfähigen Energieproduzenten ein, vermarkten und branden sich selbst (Abb. 2) und beuten zu guter Letzt, getrieben durch den entstehenden Konkurrenzdruck, ihre eigenen Kinder aus.

⁰⁶ Matthew Malpass, Perspectives on critical design: a conversation with Ralph Ball and Maxine Naylor, Nottingham Trent University 2009

⁰⁷ Vgl. Bill Moggridge, Designing Interactions, MIT Press 2007

eigenen Disziplin übt und damit ihre Rezipient:innen verwundert, oder sogar zum Lachen bringen kann, ist das vorherrschende Mittel in der juvenalischen Satire das Schockieren oder Aufbringen der Rezipient:innen durch Obszönität und Gewalt und somit das Ausüben von Kritik im politischen und ethischen Kontext.

Sowohl während der Recherche zu Satire im Spekultativen Design als auch im Rückblick auf die Vorträge⁰⁹ fällt auf, dass Speklatives Design sich häufig in physisch erlebbaren Artefakten oder in Form von filmischen Dokumentationen wiederfindet. Daher stellt sich zusätzlich zum Nutzen von Satire als Methode im Spekultativen Design auch die Frage, ob Satire auch im Kontext von reinen Digitalartefakten Verwendung finden kann.

Satire im virtuellen Raum am Beispiel der Projektarbeit „Behörde für geistiges digitales Nicht-Ableben“

Im Designkurs *Interface of Things*, unter der Leitung von Benedikt Rottstege und Stella Friedenber, beschäftigten Theresa Balbach (ebenfalls Masterstudentin der HAW im Bereich Kommunikationsdesign) und ich uns ebenfalls mit der Thematik des Spekultativen Designs, allerdings speziell im Hinblick auf

⁰⁹ Ringvorlesung *Potentials of Speculation (2020 – 2022)*, interdisziplinäre Vorlesungsreihe zu Positionen, Interpretationen und Praktiken des Spekultativen, kuratiert von Tom Bieling, Torben Koerschkes und Petja Ivanova am Zentrum für Designforschung der HAW – Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg, Department Design, Fakultät Design Medien und Information. Der hier beschriebene Teil der Vorlesungsreihe bezieht sich auf *Potentials of Speculation II* im Sommersemester 2021. Vortragsgäst:innen waren u. a.: Matt Malpass, Julia Grillmayr, Patricia Reed, Mariam Ghani und Deepa Butolija.

Interfaces im digitalen Raum. Entstanden ist ein spekulatives, rein digitales Artefakt, welches sowohl Elemente der horazischen als auch juvenalischen Satire nutzt.

Während unserer allgemeinen Recherche stießen wir auf die Thematik des Hochladens des menschlichen Bewusstseins in digitale Speicher (kurz: **Mind Uploading**) im Zusammenhang mit der Bewegung des Transhumanismus. Mind Uploading ist ein populärer Begriff für einen Prozess, bei dem der Geist, eine Sammlung von Erinnerungen, die Persönlichkeit und Eigenschaften eines bestimmten Individuums, von seinem ursprünglichen biologischen Gehirn auf ein künstliches Computersubstrat übertragen wird und das Individuum dadurch digital unsterblich machen soll. (Klaus Mathwigh, 2008)

Der Wissenschaftler Robert McIntyre (MIT) forschte bis vor einigen Jahren in diesem Feld und entwickelte 2016 ein Verfahren zur vollständigen Konservierung des Gehirns – der Aldehyd-stabilisierten Kryokonservierung (ASC). Hierbei wird das Gehirn, während der Vitrifikation in einen glasähnlichen Zustand versetzt wodurch das Gehirn, im Gegensatz zu früheren Kryokonservierungen, außerordentlich gut erhalten bleibt. Zwar ist die Technologie und Forschung noch nicht so weit, dass diese konservierten Gehirne scann- und hochladbar sind, dennoch wurde mit diesem Verfahren der Grundstein hin zur digitalen Ewigkeit gelegt. Der Prozess der ASC hat allerdings einen bedeutenden Haken – wurde die Konservierung einmal vollzogen ist das Gehirn unwiderruflich tot und kann mit keinen traditionellen biologischen Mitteln wiederbelebt werden.¹⁰ (Keith Wiley, 2018)

¹⁰ Vgl. <https://www.brainpreservation.org/implications-of-the-bpf-large-mammal-brain-preservation-prize/>

Robert McIntyre gründete kurz vor seinem Durchbruch in der Kryonik bereits das Startup Nectome, mit Sitz in San Francisco (USA). Dieses Startup ist für den Vertrieb der ASC bestimmt und lud kurz nach der Entwicklung potenzielle Kunden ein, sich gegen eine Anzahlung von 10.000\$ auf eine Warteliste einzutragen, um den möglichen Markt für solche Konservierungsvorhaben zu testen.¹¹ Das Ziel ist also langfristig die Kommerzialisierung dieser neuen Technologie.

Als Designerinnen stellten sich uns in der tieferehenden Recherche viele kritische Fragen ethischer, moralischer und soziologischer Natur. Wenn es möglich sein sollte, dass Menschen die digitale Unsterblichkeit erreichen, wer legt dann fest wer digital unsterblich werden kann oder darf? Diejenigen mit dem meisten Kapitalvermögen – also der Kapitalismus? Der Staat? Ein Zufallsprinzip? Inwieweit muss unser geltendes Rechtssystem – gerade im Hinblick auf unsere physischen Körper verändert werden? Welchen Stellenwert haben Religionen in einer Gesellschaft, in der die Angst vor dem Tod obsolet wird? Gibt es ein Mindestalter für das Uploading? Und kann es generell überhaupt einen gerechten Umgang mit der digitalen Unsterblichkeit geben?

Die Leitfrage für die Konzeption unseres Artefakts hieß also: Was wäre, wenn die geistige digitale Unsterblichkeit durch die Technologie des Mind Uploadings möglich wäre?

Die Konzeption eines digitalen, interaktiven Artefakts erwies sich anfangs als schwierig, da das Thema in sich zu komplex erscheint, um einen einfachen Zugang zu ermöglichen. Ziel

¹¹ Vgl. <https://www.technologyreview.com/2018/03/13/144721/a-startup-is-pitching-a-mind-uploading-service-that-is-100-percent-fatal/>

der Arbeit sollte es eben nicht sein, eine umfassende Religionskritik zu üben oder eine tiefschwarze Dystopie zu entwerfen. Im Laufe der Konzeption wurde uns bewusst, dass wir eine Metaphorik für unsere Kritik finden mussten, die genug Identifikationspotenzial bietet, dass die Rezipient:innen sich in gewisser Art *heimisch* fühlen und durch welche wir ein so komplexes Thema greifbarer machen können. Die Verwendung von Satire als Methode für unsere Erzählung und Kritik erschien uns daher als geeignet. Wir mussten dieses durchaus diskussionswürdige Thema humorvoll zuspitzen und herunterbrechen, um es für uns, als auch für die Rezipient:innen erfahrbar und verständlich zu machen und so Anreize zur Reflexion schaffen.

Entgegen der Entwicklung diese Technologie zu kommerzialisieren und nur einer bestimmten Anzahl von Menschen zur Verfügung zu stellen, wie Nectome es z. B. geplant hat, entschieden wir uns für einen staatlich geregelten Weg in die geistige digitale Unsterblichkeit. Diese grundlegende Entscheidung, die vor allem für die spätere Erarbeitung eines narrativen Szenarios wichtig war, gab uns die Möglichkeit die allseits bekannten bürokratischen Strukturen einer Behörde als Metapher zu nutzen.

Fast jede in Deutschland lebende Person hatte in seinem oder ihrem Leben mindestens einmal Kontakt mit einer oder mehreren Behörden. Sei es, um einen neuen Personalausweis oder Fördergelder zu beantragen, den Wohnsitz umzumelden, oder ähnliches. Dabei ist der Behördengang, oder der Briefwechsel aufgrund von langen Wartezeiten oder nachzureichender Unterlagen oft mit einem erhöhten Zeitaufwand verbunden. So dauert der durchschnittliche Behördengang laut einer Studie

von Bitkom aus dem Jahr 2018 im Schnitt 114 Minuten.¹² Jede:r Zweite (49 Prozent) benötigte hingegen zwischen zwei und drei Stunden und jede:r Zehnte (11 Prozent) drei Stunden und mehr.¹³

Was würde es also für die potenziellen Antragsteller:innen auf dem Weg in die digitale Unsterblichkeit bedeuten, wenn wir diese Wartezeit potenzieren und sie – genau wie den Wunsch nach persönlicher Ewigkeit – unendlich werden lassen? Sie würden im Zweifel reale Lebenszeit für den bloßen Versuch digital unsterblich zu werden verschwenden, bevor sie merken, dass es lediglich bei dem Versuch bliebe. Übrig bleibt ein Paradoxon geschaffen durch Gegensätzlichkeiten – ganz im Sinne der von Matt Malpass beschriebenen juvenalischen Satire.

Diese Form der Satire bildet mit dem einleitenden Szenario den Kern unserer Kritik, getragen durch die behördliche Metapher, die durch die Übertreibung und Parodie der horazischen Satire zuzuordnen ist.

Entstanden ist die Behörde für geistiges digitales Nicht-Ableben¹⁴ (kurz: BfgdNA) im Jahr 2100 ein spekulatives Artefakt in Form einer interaktiven Webanwendung. Innerhalb dieser digitalen Behörde bedienen wir uns behördlicher und bürokratischer Klischees und Artefakte, wie Öffnungszeiten (Abb. 6), Wartenummern und dem dazugehörigen Warteraum (Abb. 7), Formulare (Abb. 8), Fotoautomaten (in unserem Fall ein Facescanner), oder Beschwerdeschalter und überspitzen und parodieren ihre Handhabung. So flieht z. B. der Bildausschnitt des Facescanners (ein Livebild der Webcam) vor Gesichtern,

¹² <https://de.statista.com/infografik/14993/dauer-eines-behoerdengangs/>

¹³ <https://de.statista.com/infografik/14993/dauer-eines-behoerdengangs/>

¹⁴ <https://www.bfgdna.de/>



Abb. 6: Aktuell Geschlossen, <https://www.bfgdna.de/>



Abb. 7: Wartebereich, <https://www.bfgdna.de/>

logy in Stockholm, fasten nach einer solchen Studie zum Thema im Jahr 2018 die möglichen Auswirkungen von Humor im Kontext von Gestaltung in ihrem Paper gut zusammen:

„While humor can incite empathy and understanding, it can also lead to alienation and disengagement.“¹⁶

Dennoch bietet Satire als Methode im Spekulativen Design durchaus das Potenzial, einige Rezipient:innen – durch Humor oder Schock – zur kritischen Reflexion des Status Quos oder der Zukunft zu bewegen. Des Weiteren – so haben wir es in unserer Projektarbeit empfunden – vereinfacht es vor allem auch den Umgang und die Aufbereitung komplexer wissenschaftlicher und technologischer Forschungsstände in der eigenen Arbeit. Wodurch anfängliche Berührungsängste, mit für uns, fachfremden Gebieten und der kritischen Auseinandersetzung mit ihnen deutlich reduziert wurden und uns den Einstieg erleichterten.

Die Mischung von horazischer und juvenalischer Satire erlauben uns ein so komplexes und ethisch fragwürdiges Vorhaben wie das Mind Uploading greif- und diskutierbar zu machen. So konnten wir uns in der Konzeption dem Thema auf spielerische Art und Weise nähern und den Rezipient:innen unseres interaktiven Artefakts – fast beiläufig – Informationen und Forschungsstände vermitteln, ohne uns als Gestalterinnen in eine belehrende, oder offensichtlich wertende Position zu bringen. Mit Hilfe von Frustration, Humor und Übertreibung schaffen wir es bei einigen Rezipient:innen durch das Hervorrufen starker

Emotionen, zur näheren kritischen Auseinandersetzung mit dem Thema Digitale Unsterblichkeit – und nebenbei behördlichen bürokratischen Strukturen – und ihren möglichen Implikationen anzuregen, überlassen ihnen aber dennoch die Bildung einer eigenen Positionierung zu oben genannten Themen.

Satire hat also einerseits das Potenzial den Rezipient:innen von Spekulativem Design zu helfen komplexe technische und wissenschaftliche Bewegungen und Ergebnisse, sowie ihre möglichen sozialen und/oder ökologischen Implikationen zu (be)greifen und zu hinterfragen. Andererseits birgt Satire als Methode das Potenzial, Designer:innen zu helfen sich humoristisch an hochkomplexe kritische Themengebiete zu wagen und wie Malpass sagen würde, den Narren zu mimen, spekulativ zu forschen und dadurch womöglich einen positiven Einfluss auf die Gesellschaft der Gegenwart, sowie der Zukunft, jenseits von Kommerzialisierung und Konsum auszuüben. Folglich lässt sich auch die eingangs zitierte These Orwells bestätigen. Denn allein die Abkehr der Designer:innen von der primär kommerziell ausgerichteten hin zur forschenden, humoristischen Gestaltung wird mancherorts bereits als eine Art Revolution in der Designpraxis verstanden.

¹⁶ Karey Helms, Ylva Fernaeus, Humor in Design Fiction to Suspend Disbelief and Belief, KTH Royal Institute of Technology Stockholm, 2018

LITERATUR

Ball R., Naylor M. (2005): *Archeology of the Invisible*, <http://studioball.co.uk/index.php/archaeology/#pic6> (Abrufdatum 09.08.2021)

Ball R., Naylor M. (2004): *Archeology of the Invisible Collection: ‚Sustaining Desire, the Chair as Cultural, Ecological and Visual Narrative‘*, Last Modified: 11 Aug 2014 10:54, URL: <https://ualresearchonline.arts.ac.uk/id/eprint/1061/>

Dunne A., Raby F. (2013): *Speculative Everything*, MIT Press

Dunne A., Raby F. (2004): *Is This Your Future?*, <http://dunneandraby.co.uk/content/projects/68/o> (Abrufdatum 11.08.2021)

Dudenredaktion (o.J.): *Satire auf Duden online*. <https://www.duden.de/node/125754/revision/125790> (Abrufdatum 08.08.2021)

Helms K., Fernaeus Y. (2018): *Humor in Design Fiction to Suspend Disbelief and Belief*, KTH Royal Institute of Technology Stockholm

Malpass M. (2009): *Perspectives on critical design: a conversation with Ralph Ball and Maxine Naylor*. Nottingham Trent University

Malpass M. (2013): *Between Wit and Reason: Defining Associative, Speculative, and Critical Design in Practice* in: *Design and Culture* Volume 5, Issue 3 PP 333–356, Bloomsbury Publishing PLC 2013

Malpass M. (2017): *Critical Design in Context, History, Theorie and Practice*. Bloomsbury Publishing

Malpass M. (2021): *Playing fools and engaging idiots: the Function of speculative critical Design*. Vortrag vom 11.05.2021. HAW Hamburg. Zentrum für Designforschung. Ringvorlesung: Potentials of Speculation II (Lecture 1). Seminar: Potentials of Speculation (Leitung: Tom Bieling, Torben Körschkes, Petja Ivanova). Script. Video: <http://www.speclog.xyz/news/matt-malpass-video> (Abrufdatum: 13. Juli 2023)

Mathwigh K. (2008): *Mind Uploading Neue Substrate für den menschlichen Geist?* In: Band 57 des 1. Deutsch-japanisch-koreanisches Stipendiatenseminar 12.-13.07.2007 (8. Treffen von DAAD-Stipendiaten) S. 79–83 URL: <http://lvps176-28-14-56.dedicated.hosteurope.de/veroeffentlichungen/tagungsbaende/band-57/> (Abrufdatum 08.08.2021)

Miller M. (2019): *Is Satire Possible in Art and Design Today?*, URL: <https://eyeondesign.aiga.org/whats-the-state-of-satire-in-graphic-design/> (Abrufdatum 08.08.2021)

Moggridge B. (2007): *Futures and Alternative Nows, Interviews with Tony Dunne and Fiona Raby* in: *Designing Interactions*, MIT Press

Orwell G. (1945): *Funny, but not Vulgar First published: Leader*. — GB, London. Reprinted: 'The Collected Essays, Journalism and Letters of George Orwell'. — 1968. Machine-readable version: O. Dag Last modified on: 2019-12-29 URL: https://orwell.ru/library/articles/funny/english/e_funny (Abrufdatum 13.08.2021)

Regalado A. (2018): *A startup is pitching a mind-uploading service that is „100 percent fatal“*, MIT Technology review. URL: <https://www.technologyreview.com/2018/03/13/144721/a-startup-is-pitching-a-mind-uploading-service-that-is-100-percent-fatal/> (Abrufdatum 10.08.2021)

Wiley K. (2018): *A Taxonomy and metaphysics of Mind-Uploading Brain Preservation Foundation Fellow*, URL: <https://www.brainpreservation.org/implications-of-the-bpf-lar-ge-mammal-brain-preservation-prize/> (Abrufdatum 10.08.2021)

Wagner P.(2018): *Odysee im Bürgerbüro, Statista*. URL: <https://de.statista.com/infografik/14993/dauer-eines-behoerdengangs/> (Abrufdatum 13.08.2021)

Kira Pawlewski

Psychogeografische Spekulation als Gestaltungs- und Forschungsmethode

„I have lived here in this city for 20 years. Not expecting anything to go in a different direction which I have been accustomed to. I thought this way of life was supposed to be. One group here, one group there.“
(„The City & The City“, RT 07:28)

Dieses Zitat ist Teil eines Klangskripts in der Audioinstallation **The City & The City** der US-amerikanischen Autorin, Künstlerin und Filmemacherin Mariam Ghani. Ihm wohnt eine Doppeldeutigkeit inne, mit der sich wahrscheinlich ein überwiegender Teil unserer urbanen Gesellschaft identifizieren kann: Zum einen beinhaltet es die geografischen, ökonomischen und sozialen Dynamiken einer Stadt, die unsere allgemeinen Vorstellungen und unser Tun in eben dieser Stadt beeinflussen. Zum anderen lässt es sich auch auf die ganz konkreten Routen und Straßen beziehen, denen wir tagtäglich immer wiederholend folgen, ob zur Arbeit, zum Einkaufen oder zurück nach Hause. Inwieweit

werden dabei unsere Wege durch die Dynamik der Stadt gelenkt? Und glauben wir, unsere Stadt wirklich zu kennen, wenn wir ebenso handeln wie im genannten Zitat? Das britische Künstlerkollektiv Wrights & Sites fordert in seinem Manifest für eine neue Kultur des Gehens diese Denk- und Verhaltensweise hinaus, indem es in einem von mehreren Appellen fordert:

„Nr. 6 Gehen: Gewohnte Gangmuster aufgeben, zum Beispiel den immergleichen Zuhause–Arbeit–Zuhause–Weg; jene blinden Bewegungen, bei denen der Kopf anderswo und ‚anderswann‘ ist. [...]“ (Wright & Sites in Lubkowitz 2020: 207)

An dieser Stelle lässt sich eine interessante Parallele feststellen: Sowohl Ghani Kunstwerk *The City & The City*, welches sich mit der Korrelation von **spatial and racial politics** in amerikanischen Städten auseinandersetzt, als auch das Manifest des Kollektivs Wrights & Sites, das mit Methoden der Psychogeografie britische Großstädte als unkonventionellen Performance Space nutzt, arbeiten mit dem Motiv der Blindheit (bei Ghani Unseeing) im urbanen Raum. Bei genauerer Betrachtung des Kunstwerks lässt sich mutmaßen, dass Ghani – ob bewusst oder unbewusst – ebenso Methoden der Psychogeografie anwendet, die ihre Arbeit in einer spekulativen Dystopie münden lassen.

Die folgende Ausarbeitung setzt sich mit der Fragestellung auseinander, ob und mit welchen Mitteln Ghani psychogeografische Spekulation in ihrem Werk *The City & The City* künstlerisch verarbeitet und was dadurch auf Seiten der Rezipient:innen ausgelöst wird. Dazu wird anfangs der Begriff der Psychogeografie

erläutert und das die besagte Arbeit Ghani im Allgemeinen vorgestellt. Im Anschluss folgt die Untersuchung der künstlerischen Umsetzung auf psychogeografische Aspekte sowie anschließend ein Vergleich mit einem eigenen Designprojekt, das sich mit einer ähnlichen Thematik auseinandersetzt. Die Ausarbeitung endet mit der Beantwortung der oben genannten Fragestellung und betont die Idee, dass die psychogeografische Betrachtung nicht nur als künstlerisches Konzept fungiert, sondern auch als Werkzeug für die Entwicklung von Empathie und die Umgestaltung urbaner Räume und sozialer Strukturen genutzt werden kann.

Der Begriff der Psychogeografie

Die Psychogeografie erforscht die Gesetze, Dynamiken und Auswirkungen der geografischen Umwelt und ihren direkten Einfluss auf das psychische Verhalten sowie die Emotionen von Individuen. Dabei spielt es keine Rolle, ob die räumliche Umgebung bewusst gestaltet ist oder nicht. (Adamek-Schyma 2008: 413)

Eine wichtige Rolle in der Entwicklung der Psychogeografie als explorative Wissenschaft spielt dabei die Situationistische Internationale (im Folgenden SI genannt), eine revolutionäre Bewegung, die unter anderem durch den Marxismus, Dadaismus sowie den Surrealismus beeinflusst wurde und sich hauptsächlich auf intellektuelle und künstlerische Milieus beschränkte. Ge gründet in den 1950er Jahren in Frankreich, kritisierte die SI den Verlust von Pariser Stadtraum zum unmittelbaren (Er-)Leben und die Transformation moderner Städte zu Zentren des Kapitalismus,

welche das Leben der Individuen vom eigentlichen Sein entfremde und auf Produktion und Konsum reduziere (Caves 2006: 371f, Adamek-Schyma 2008: 409).

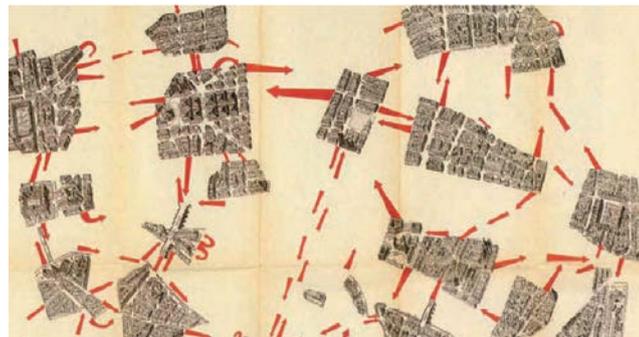
Ein einflussreiches Gründungsmitglied der SI war Guy Debord, der mit dem *dérive* (französisch, eng. drift, dt. das Umherschweifen) eine der wichtigsten situationistischen Praktiken begründete. Er definiert das *dérive* wie folgt (Debord in Lubkowitz 2020: 35):

„Eine oder mehrere Personen, die sich dem Umherschweifen widmen, verzichten für eine mehr oder weniger lange Zeit auf die ihnen im Allgemeinen bekannten Bewegungs- bzw. Handlungsabläufe, auf ihre Beziehungen, Arbeits- und Freizeitbeschäftigungen, um sich Anregungen des Geländes und den ihm entsprechenden Begegnungen zu überlassen. [...] Vom Standpunkt des Umherschweifens aus haben die Städte ein psychogeografisches Bodenprofil mit beständigen Strömen, die den Zugang zu gewissen Zonen oder ihr Verlassen sehr mühsam machen.“

Ziel des Umherschweifens ist zum einen das Erforschen von Terrain, zum anderen die **emotionale Desorientierung**⁰¹. Beides kann nie ganz getrennt voneinander betrachtet werden und eröffnet den Gehenden oftmals innerstädtische Widersprüche und neuartige Perspektiven.

01 Eigene Übersetzung, Website Situationist International Online <https://www.cddc.vt.edu/sionline/index.html> [zuletzt abgerufen: 26.04.2023]

In Bezug auf das Umherschweifen sollte auch die Erstellung von psychogeografischen Karten kurz erwähnt werden, welche ebenfalls bereits in den 1950er Jahren in Paris als eine nachbereitende Methode der SI angewandt wurde. Psychogeografische Karten fragmentieren industrielle Stadtkarten – basierend auf individuellen Impulsen, Erfahrungen und Emotionen – und weben diese neu, um Juxtapositionen oder neue Inhalte und Bedeutungen zum Ausdruck zu bringen.



Guy Debord, cover of *Psychogeographic guide of Paris* (Farrauto, L.; Ciuccarelli, P. (2011): *The image of the divided city through maps*, S. 32)

Aus heutiger Sicht lässt sich die Wissenschaft der Psychogeografie vielleicht am ehesten als ein Erforschen und Suchen nach der „Schnittmenge zwischen Psyche und Geografie, zwischen Außen und Innen, Wahrnehmung und Erinnerung, Essenz und Akzidenz“ zusammenfassen (Witzel in Lubkowitz 2020: 162).

„The City & The City“ von Mariam Ghani

Mariam Ghanis Arbeiten entstehen größtenteils in den Bereichen Video, Installation, Fotografie, Sound und folgen zumeist einem forschungsbasierten Ansatz. Ghani befasst sich inhaltlich mit Orten, Räumen und Momenten, in denen soziale, politische und kulturelle Strukturen sicht- und greifbare Formen annehmen. Ghanis selbst erklärtes Ziel ist es, zu verstehen und aufzuzeigen, wie unsere Gesellschaft in der Gegenwart sowohl die Vergangenheit rekonstruiert als auch die Zukunft neu konstruiert, indem private und öffentliche Narrative verschoben werden.⁰²

The City & The City ist eine interdisziplinäre Arbeit aus dem Jahr 2015, die aus einem Video (1-Kanal-HD-Video mit Stereoton, RT 28:50) und einer Klanginstallation (7-Kanal-Soundinstallation, RT 11:38) besteht, begleitet durch diverse Tintenstrahl-Druckfotografien. Sie entstand im Auftrag des St. Louis Art Museums und wurde dort auch uraufgeführt. Die Produktion an der Washington University in St. Louis startete kurze Zeit nach dem gewaltsamen Tod des 18-jährigen Afroamerikaners Michael Brown durch einen weißen Polizisten. Die Unruhen sowie Diskussionen über Polizeiarbeit und damit verbundene rassistische Gewalt hielten bis zur Premiere an.

Das Video beinhaltet eine fiktionale, spekulative Erzählung in einer dystopischen Gesellschaft. Es wurde durch den gleichnamigen Science-Fiction-Noir-Roman von China Miéville inspiriert und übernimmt dessen konzeptionellen Rahmen: Zwei Städte liegen geografisch an exakt dem gleichen Ort, sind

⁰² Vgl. <https://www.mariamghani.com/about>. (zuletzt abgerufen: 26.04.2023)

jedoch wirtschaftlich und politisch strikt voneinander getrennt und zu völlig separierten Stadtstaaten erklärt. Aus diesem Grund lernen die Bürger:innen von Geburt an das Unseeing von Allem und Jeder:m der jeweils anderen Stadt, bis alles Fremde instinktiv völlig aus ihrem Blickfeld verschwindet. Die physischen Grenzen und Einhaltungen dieser Regeln werden von einer Macht namens *Breach* überwacht.⁰³ Ein Mord bildet die Anfangsszene in Film und Roman, der Tote – metaphorisch als zerbrochener Spiegel dargestellt – spricht in der Erzählung zum Publikum, während sich die fortlaufende Handlung im Film inhaltlich rückwärts bewegt und er in seinen Erinnerungen verschiedene Orte der Stadt St. Louis besucht. Diese realen Orte werden zum spekulativen Schauplatz der entzweiten, fiktionalen Stadt und setzen so die tatsächliche Geografie von St. Louis neu zusammen.⁰⁴

Ghani selbst erklärt die realen Umstände der Schauplätze hinter der Fiktion⁰⁵: In Ferguson, einer Stadt im St. Louis County, befindet sich eine der ältesten freien afroamerikanischen Siedlungen des Mittleren Westens. Aufgrund eines geplanten Ausbaus des Flughafens kaufte die Stadt St. Louis die Hälfte der Häuser, riss sie ab – und ließ den Flughafen unverändert. Die Demontage jedoch breitete sich anschließend in die umliegenden Nachbarschaften aus. Nach der Premiere des Kunstwerks nahm die Geschichte eine überraschende Wende, als auch übrige Häuser

⁰³ <https://www.mariamghani.com/work/364> (zuletzt abgerufen: 26.04.2023)

⁰⁴ Ebd.

⁰⁵ Vortrag *Speculative Histories* im Rahmen der Ringvorlesung *Potentials of Speculation II* (Lecture 4: Mariam Ghani), HAW Hamburg, 22.06.2021. Organisation und Moderation: Tom Bieling, Petja Ivanova, Torben Körschkes. Video des Vortrags: <http://speclog.xyz/news/mariam-ghani-video> [zuletzt abgerufen: 15.05.2023]

beschlagnahmt und abgerissen wurden, um dort den neuen Campus der National Geospatial-Intelligence Agency (NGA)⁰⁶ zu errichten.

Neben dem fiktionalen Film besteht das Werk *The City & The City* aus einer Klanginstallation, welche einen Gegenpol zur spekulativen Erzählung darstellt und in Zusammenarbeit mit unterschiedlichen Einrichtungen und Kollektiven produziert wurde.⁰⁷ Diverse Einwohner:innen aus St. Louis unterschiedlichen Alters, ethnischer Herkunft, Geschlechts und sozialer Schichten führen hier ein offenes Klangskript durch, in welchem der Großteil der Satzanfänge vorgegeben ist (I am ..., I have lived here ..., My city is ..., When I walk down the streets I feel ..., ...) und im Anschluss durch individuelle Angaben und persönliche Geschichten vervollständigt wird (Ghani 2015, Soundinstallation). Auf diese Art entsteht ein Klangteppich, der manchmal leicht verständlich und sequenziell aufgebaut ist, sich jedoch an bestimmten Stellen zu einem undurchdringlichen Stimmenwirrwarr verschiedener Perspektiven entwickelt. Einige Passagen der Soundperformance werden auch durchgängig synchron von allen Beteiligten gesprochen, wie beispielsweise eine Sequenz zu Beginn des Skripts:

„I would say I know it [the city]. In my own way. Different from yours. But also similar. We each inhabit our own cities within cities. Sometimes they are overlapped, but not always.“ (RT 01:54 – 02:03)

06 NGA: die zentrale US-Behörde für militärische, geheimdienstliche und kommerzielle kartografische Auswertungen und Aufklärung.

07 Pink House in Pagedale, Community CollabARTive at Red Chair on Cherokee Street, NORC and Covenant House in Creve Coeur, Saint Louis Story Stitchers Artist Collective: North Side Workshop (Sound engineering Adam Hogan).

Gegen Ende der ca. 12-minütigen Klanginstallation häufen sich die synchron gesprochenen Sätze der verschiedenen Sprecher:innen. Besonders eindringlich hierbei: die Schlusspassage:

„This is my city and your city. They are not the same city and they are the same city. Each city contains multitudes. [...] The city that could be or could happen or could have been. The city that we all belong.“ (RT 11:02 – 11:38)

Die gesamte Soundperformance wird dabei über sieben Lautsprecher – unterschiedlich in ihrer Größe, Optik und Klangqualität – abgespielt, welche allesamt aus unterschiedlichen Second-Hand-Läden in St. Louis stammen. Beide Komponenten, Video und Klanginstallation, ergeben im Gesamtkunstwerk eine Symbiose, die eine Brücke zwischen spekulativer Fiktion und der Realität schlägt. Ziel der Arbeit *The City & The City* ist es nach Ghanis Aussage, „the incredible tight in American cities between spatial and racial politics“ aufzuzeigen und greifbar zu machen.

Ghanis Mittel der künstlerischen Verarbeitung

Ghani wendet – bewusst oder unbewusst – inhaltliche Metaphern und Methoden an, die deutliche Parallelen zu psychogeografischen Werken und Schriften schlagen. Das Motiv des *Unseeing*⁰⁸,

08 Das Konzept des *Unseeing* in den Postcolonial Studies bezieht sich auf das bewusste Ignorieren oder Nicht-Wahrnehmen von bestimmten Aspekten oder Erfahrungen, insbesondere in Bezug auf die Auswirkungen des Kolonialismus und der damit →

welches bereits im Vorwort in Bezug auf das *Manifest für eine neue Kultur des Gehens* erwähnt wurde, stellt dabei nur ein Beispiel dar. Das wohl deutlichste und wichtigste Motiv ist das der Überlagerung. Ghani beschreibt es in ihrem Vortrag auf inhaltlicher Ebene mit folgender Metapher:

„St. Louis is like an onion, where you peel one layer of injustice and another one just like appears underneath it and then another and then another and another.“ (Vortrag Ghani 2021, 18:22:33)

Die Assoziation der Zwiebel mit einer Großstadt als Metapher für deren Vielschichtigkeit und die zahllosen Überlagerungen diverser Zeiten, Geschichten und Perspektiven scheint sehr greifbar und naheliegend. Ein ähnlicher Ansatz findet sich unter anderem bei Garnette Cadogan, einem in New York lebenden Schriftsteller und Journalisten, dessen Essays in mehreren psychogeografischen Anthologien und Magazinen erschienen sind. Er beschreibt die Großstadt als „archäologische Ausgrabungsstätte“,⁰⁹ die unerschöpflich viele Schichten einzelner Geschichten unter sich trage. Um zu sehen, was sich wirklich hinter dem ersten Blick in eine Straße verberge, müsse man nur anfangen, zu fragen.

Ein für die Gestaltung ausschlaggebender Aspekt ist, dass Ghani ihr inhaltliches Motiv ebenfalls in die künstlerische Umsetzung überträgt. Im Film arbeitet sie in diversen Sequenzen mit

verbundenen Unterdrückung. Eine mögliche deutsche Übersetzung dafür könnte *Nicht-Sehen* oder *Nicht-Wahrnehmen* sein. Es versucht, die Idee zu vermitteln, dass bestimmte Dinge gezielt übersehen oder ausgeblendet werden, sei es absichtlich oder aufgrund von gesellschaftlichen Normen und Strukturen.

⁰⁹ New York – die Welt vor deinen Füßen (Regie: Jeremy Workman. USA 2018).

visuellen Überlagerungen von Videoschichten. Geografisch verschieden gelegene Orte werden neu verwebt, wachsen zusammen, erzeugen eine fragmentierte, flimmernde Collage, lösen sich wieder auf. Hier ein Beispiel einer zusammenhängenden Sequenz:



Screenshot *The City & The City* HD-Video (RT 05:44)



Screenshot *The City & The City* HD-Video (RT 06:13)



Screenshot *The City & The City* HD-Video (RT 06:37)

Ghani visualisiert auf diese Weise den Prozess des Seeings und Unseeings sowie die Widersprüchlichkeit der entzweiten Stadt, die geografisch doch eins ist.

Die Überlagerung findet nicht auf visuelle, sondern auditive Weise ebenso Verwendung im zweiten Part des Kunstwerks, der Soundperformance. Hier lässt Ghani zeitweise alle Stimmen der Sprecher:innen überlagern, sodass es dem Publikum nicht mehr möglich ist, alle Aussagen, Perspektiven und eigene Wahrheiten der Beteiligten wahrzunehmen – sondern nur ganz partiell. Ein nennenswertes Beispiel hierfür ist die Passage „My city is [...]“ (RT 02:22), welche unter anderem überlappend mit folgenden Beschreibungen vervollständigt wird: „a fragmented place, a piece of art, a warzone, a broken engine, a joke, a collection of various lives, in transition, a box, a cute monster, a nice place, a battlefield.“

Ghani schafft hier durch das gleiche künstlerische Mittel ein Statement etlicher, teilweise völlig konträrer Wahrheiten und Perspektiven der einzelnen Bewohner:innen in Bezug auf ihre Stadt und ihre persönlichen Erfahrungen dort.

Eine bemerkenswerte Parallele in der methodischen Vorgehensweise psychogeografischer Praktiken und der künstlerischen Umsetzung Ghanis zeigt sich bei erneuter Betrachtung des *dérive* nach Guy Debord. Wir, das Publikum, durchlaufen passiv diese Praktik, indem wir Ghani im filmischen Part von *The City & The City* an die unterschiedlichen Orte der Stadt folgen, die zuerst vielleicht zusammenhangslos erscheinen, aber doch einer gewissen Intuition folgen und somit die *Ströme eines psychogeografischen Bodenprofils* sichtbar machen.

Eine wesentliche Analogie findet sich auch in der Absicht dieser Methode: die emotionale Desorientierung stellt für Debord eines der Ziele des Umherschweifens dar. Eine – unter anderem emotionale – Desorientierung wird ebenfalls beim Publikum von *The City & The City* durch das Mittel der Überlagerung ausgelöst. Während im Video eher eine optische Desorientierung durch die fragmentierten, flimmernden Collagen entsteht, die es den Betrachtenden zwischenzeitlich nicht mehr möglich machen, sich in der Stadt geografisch zu orientieren, nimmt die Desorientierung in der Soundperformance emotionalere Züge an, da die zum Teil sehr bestürzenden Antworten tatsächlicher Einwohner:innen von St. Louis nicht mehr gleichzeitig verarbeitet werden können und möglicherweise auch dazu anregen, die eigene soziale Rolle zu hinterfragen.

An dieser Stelle könnte man sogar noch einen Schritt weitergehen und die These aufstellen, dass Ghani – insbesondere

in Bezug auf den filmischen Part ihrer Arbeit – eine psychogeografische Karte als mentales Konstrukt erstellt. Auch wenn das Kunstwerk selbst keine kartografischen Elemente beinhaltet, so findet doch eine Fragmentierung und anschließend neue Zusammensetzung geografischer und spekulativer Schauplätze statt, welche die ständige Gleichzeitigkeit und die ebenso herrschende Trennung zwischen **spatial and racial** sowie erlebter Fiktion und Realität verdeutlicht.

Vergleich mit eigener experimenteller Reihe „Endstation“

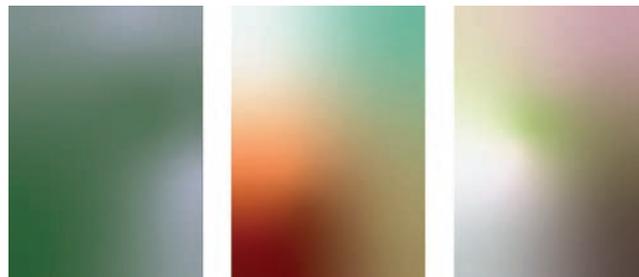
Eine Auseinandersetzung mit Aspekten der Psychogeografie fand auch in meiner eigenen künstlerischen Konzeption statt (Leitung Prof. Ellen Sturm-Loeding). Um mir einen eigenen Erfahrungswert über die bloße Wissensvermittlung hinaus zu schaffen und gewonnene Impulse reflektieren zu können, platzierte ich mich – in der vorherigen Annahme, ich würde die Stadt Hamburg bereits recht gut kennen – in unbekanntem Vierteln selbst und betrieb dort intuitiv die Praktik des *dérive*. Für die geografische Platzierung war folgende Systematik ausschlaggebend: An der von mir regulär genutzten S-Bahn-Haltestelle nahm ich die erste einfahrende Bahn und fuhr mit dieser bis zur Endstation. Dieses Experiment wurde drei Mal durchgeführt und fand seine jeweiligen Ausgangspunkte an den Haltestellen Harburg Rathaus, Wedel und Elbgaustraße. Für die nachträgliche Aufbereitung sowie Verarbeitung gesammelter Impressionen, Gedanken und Erlebnisse orientierte ich mich

ebenfalls an einem Appell aus dem Manifest für eine Kultur des Gehens des Kollektivs Wrights & Sites:

„Nr. 7 Jeder kann überall zum Geher-Architekten werden – es reicht, einfach Atmosphären und Gefühle zu kartografieren – sie sind unser Fundament, denn wir bauen von Emotionen und Ideen weiter nach außen.“
(Wright & Sites in Lubkowitz 2020: 214)

Unter diesem Ansatz entstanden drei Plakate der drei Umgebungen, in denen folgende Aspekte grafisch und fixiert wurden: (1) Atmosphäre in vorherrschenden Farben und (2) zurückgelegte Route in der Erinnerung, verglichen mit tatsächlicher Route. Beim zweiten und dritten *dérive* verwendete ich zusätzlich eine Kamera, um eindringliche Impressionen oder Begegnungen mit Personen zu dokumentieren (3). Überdies wurde zu jeder Umgebung ein kurzer Essay angefertigt mit chronologisch sortierten Fragen, aus-

(1)



(von links nach rechts: Harburg Rathaus, Wedel, Elbgaustraße)

(1+2)



(von links nach rechts: Harburg Rathaus, Wedel, Elbgaustraße)

(3)



(Auszug aus Fotomaterial, Umgebung Wedel)

(3)



(Auszug aus Fotomaterial, Umgebung Elbgaustraße)

gelöst durch spontane Impulse, sowie zugehöriger, nachträglich recherchierter Antworten.

Diese Praxis war mein erster Schritt, zu lernen, in der urbanen Geografie Parallelen und Widersprüche zu lesen und eine Vorstellung von den *Strömen des psychogeografischen Bodenprofils* der Stadt Hamburg zu erlangen. Desorientierung als Ziel der Methodik habe ich dabei sowohl auf geografische, aber auch emotionale Weise erlebt, insbesondere durch Begegnungen mit Bewohner:innen, die mir oftmals durch mein eigenes Unseeing verborgen bleiben.

Natürlich lassen sich diese beiden Arbeiten nur bedingt vergleichen. Während Ghani bereits durch Literatur inspiriert sowie mit Hintergrundwissen ausgestattet ist und in einem deutlich größeren und von Beginn an kritischeren soziogeografischen Kontext eine Auftragsarbeit erstellt, habe ich mich erstmal aus völlig subjektiver und nichtwissender Perspektive als Fremdkörper irgendwo in der Stadt platziert.

Ein spannender Aspekt jedoch ist der Vergleich des Stilmittels der künstlerischen Umsetzung. Denn während Ghani hier hauptsächlich – wie bereits beschrieben – mit dem Mittel der Überlagerung arbeitet, habe ich gänzlich intuitiv eine Gegenüberstellung in der grafischen Abbildung verwendet. Es lässt sich nur mutmaßen, dass Ghani mir an dieser Stelle einen Schritt voraus ist: Denn während sie sich schon länger mit der Thematik sowie der **tight between spatial and racial** beschäftigt und diese in Form von Desorientierung dem Publikum greifbar macht, habe ich anfangs erstmal versucht, meine ganz persönliche Desorientierung wieder zu ordnen und die verschiedenen Gesichter, Perspektiven und Juxtapositionen der Stadt klar nebeneinanderzustellen.

Fazit

Für das eigene Ziel ihrer Arbeit machte sich Ghani, die erstaunlicherweise nicht einmal mit dem Begriff der Psychogeografie in Verbindung gebracht wurde, ihre Beobachtung zunutze, dass **the tight between spatial and racial** zwar nicht immer in Geschichtsbüchern niedergeschrieben, aber stets in die Landschaften eingezeichnet wird (Vortrag Ghani 18:22:59). Aufgrund dieser Beobachtung wendet sie schließlich – bewusst oder unbewusst – diverse psychogeografisch genutzte Motive und Praktiken an, die dazu führen, dass *The City & The City* insgesamt als Kunstwerk mit deutlichen Bezügen zur Psychogeografie eingeordnet werden kann: Während im Film eine spekulative, psychogeografische Dystopie geschaffen wird, entspricht die Soundperformance als

Gegenpol eher dem künstlerisch umgesetzten Ergebnis einer realen, psychogeografischen Untersuchung – der Kategorie, in die ich auch meine eigene Arbeit einordne.

Dieses individuelle Experiment hat es mir ermöglicht, mit voller Überzeugung und insbesondere untermauert durch persönliche Erfahrung Ghanis These zu stützen:

„There is no Sci-Fi mechanism for the separation between the two cities that are co-inhabiting this space, everyone is just doing it to themselves [unsee the others]. They just learn not to see each other [...] and that is actually a very true life in many cities.“
(Vortrag Ghani: 18:24:18)

Diese These gilt nach eigener Ansicht weit über US-amerikanische Städte hinaus und ebenso für die Stadt Hamburg. Auch wenn die künstlerische Umsetzung in ihren Stilmitteln von Überlagerung und Gegenüberstellung in Ghanis und meiner Arbeit konträr verläuft, so schafft sie nach eigener These doch am Ende die gleiche Konsequenz: nämlich die Entwicklung von Empathie, welche auf geografische und insbesondere emotionale Desorientierung folgt.

Diese Empathie stellt möglicherweise den Gegenpol zur anfänglich beschriebenen Blindheit, dem Unseeing, dar, und steht uns als Gesellschaft offen, wenn wir es schaffen, mit der Blindheit selbst zu brechen. Einige Psychogeograf:innen, so scheint es, haben dieses Ziel zum Teil schon bereits vor einigen Jahrzehnten erkannt und etablierten die angewandte Psychogeografie erstmals als spekulative Forschung. Diese bietet uns

als Designer:innen und Künstler:innen heute ein breites Spektrum an Wissen, Inspiration und Methodik, welche sich hervorragend auf einen gestalterischen Kontext übertragen lassen. Wenn wir dieses Angebot in unseren produktiven, experimentellen Möglichkeiten zu verarbeiten und dem Publikum zugänglich zu machen wissen, birgt sich also in der psychogeografischen Spekulation ein großes Potenzial für angewandtes Design.

Und im Bezug darauf lässt sich hier abschließend noch einmal erneut ein weiterer Appell aus dem Manifest für eine neue Kultur des Gehens zitieren, der wahrscheinlich nicht nur in Ghani's Werk eine gänzlich vollkommene Anwendung findet:

„Nr. 5 Gehen: Wissen, das jeder Gegenstand, dass alle Gegenstände, Gefühle und Ungereimtheiten, jede Erscheinung und das Aufeinanderprallen parallel verlaufender Linien potenzielles Material für ein Kunstwerk sind.“ (Wrights & Sites in Lubkowitz 2020: 215)

Überarbeitete Fassung des, im Rahmen der Ringvorlesung *Potentials of Speculation* (HAW Hamburg) entstandenen und am 22.07.2022 auf speclog.xyz veröffentlichten Beitrages *Psychogeografische Spekulation und deren künstlerische Verarbeitung* in *The city & the city* von Mariam Ghani. Mehr Informationen zu *Potentials of Speculation* finden sich in: Haarmann, A./Lagaay, A./Bieling, T./Körschkes, T./Ivanova, P./Bohaumilitzky, F./Scholz, B. (Eds.) (2023): *Specology – Zu einer ästhetischen Forschung*. Adocs, Hamburg.

LITERATUR

Adamek-Schyma, B. (2008): *Psychogeographie heute: Kunst, Raum, Revolution?* In: *ACME: An International Journal for Critical Geographies*. 7(3). S. 407-432.

Caves, R.W. (2005): *Encyclopedia of the city*. Routledge.

Debord, G. (1956): *Theory of Derive. Les Levres Nues*. 9. *Nachgedruckt in Internationale Situationniste. Übersetzung von Ken Knabb*. (Situationist International Online: <https://www.cddc.vt.edu/sionline/si/theory.html>, abgerufen am 29.07.2021).

Debord, G.: *Theorie des Umherschweifens*. In Ohrt, R. (1995): *Der Beginn einer Epoche. Texte der Situationisten*. Hamburg: Nautilus. S. 64-67.

Farrauto, L.; Ciuccarelli, P. (2011): *The Image of the Divided City Through Maps: the Territory without Territory*. Politecnico di Milano. Indaco Department.

Ghani, M. (2015): *The City & The City*. <https://www.mariamghani.com/work/364>. (abgerufen am 29.07.202)

Ghani, M. (2015): *The City & The City*. 28:50 min. 1-channel HD-Video. USA.

Ghani, M. (2015): *The City & The City*. 11:38 min. 7-channel sound installation. USA.

Ghani, M. (2021): *Speculative Histories*. Vortrag im Rahmen der Ringvorlesung *Potentials of Speculation II* (Lecture 4: Mariam Ghani), HAW Hamburg, 22.06.2021, Organisation und Moderation: Tom Bieling, Petja Ivanova, Torben Körschkes. Video des Vortrags: <http://speclog.xyz/news/mariam-ghani-video> [zuletzt abgerufen: 15.05.2023]

Lubkowitz, A. [Hrg.] (2020): *Psychogeografie. Eine Anthologie*. Berlin: Matthes & Seitz.

Workman, J. (2018): *The World Before Your Feet*. 96 min. Greenwich Entertainment. Happy Entertainment. USA. (erschienen 2020 in Deutschland unter dem Titel: New York – Die Welt vor deinen Füßen).

KURZBIOGRAFIEN



Prof. Dr. TOM BIELING, ist Professor für Designtheorie und Vorsitzender des Promotionsausschusses an der HfG Hochschule für Gestaltung Offenbach. Zuvor Vertretungsprofessor für Designtheorie und -forschung (HAW Hamburg), Gastprofessuren an der Universität zu Trient und der GUC Cairo, Lehraufträge weltweit. Herausgeber des *DESIGNABILITIES Design Research Journals* | *designforschung.org*, Mitherausgeber der Buchreihen *Design Meanings* (Mimesis) und *BIRD* (Birkhäuser) des Board of International Research in Design sowie Co-Host der Konferenzreihe NERD New Experimental Research in Design. Mitbegründer des Design Research Networks, sowie Mitglied im Wissenschaftlichen Beirat des Instituts Mensch, Ethik und Wissenschaft. Vom Falling Walls Konsortium wurde er zum Young Innovator of the Year gewählt. Seine mehrfach ausgezeichneten Arbeiten werden weltweit ausgestellt. Bücher: *Inklusion als Entwurf* (2019), *Design (&) Activism* (2019), *Gender (&) Design* (2020) und *SPECOLOGY – Zu einer ästhetischen Forschung* (2023).

Foto: Kai Hattermann



Dr. JOHN BINGHAM-HALL ist ein Forscher, Autor und Kulturveranstalter, der sich mit der Gestaltung des öffentlichen Lebens in Städten, insbesondere in Paris, London und Marseille, beschäftigt. Nach seiner Ausbildung in Musik (Goldsmiths) und Architekturtheorie (UCL Bartlett) untersucht er in seiner aktuellen Arbeit mit kritischen Geisteswissenschaften und performativen Ansätzen, wie Klimaanpassungsstrategien die Kultur und Politik des öffentlichen Raums in Städten verändern. Er ist Associate bei Theatrum Mundi, dessen Direktor er von 2017 bis 2022 war und kuratiert die Staging Ground Residency in Paris als Teil des LINA European Architecture Programme. Ferner forscht er bei SONCITIES an der Universität Oxford und ist Stadielleiter im CSM MA Cities Programm in London. Er war 2022 Banister Fletcher Global Fellow am University of London Institute in Paris und ist 2023 Fellow an der Camargo Foundation in Aix-Marseille.



WIM CUIJVERS is an architect and researcher of the informal public space. He made several installations in public space. He writes and publishes. Since 2009 he's working at and on 'Le Montavoies' in the French Jura.



KIRA PAWLEWSKI ist Mediengestalterin und Kommunikationsdesignerin mit Fokus auf Editorial. Sie wuchs im Münsterland auf, wo sie auch ihre Ausbildung sowie den anschließenden Bachelorstudiengang an der Münster School of Design absolvierte, bevor sie zum Masterstudiengang an die HAW Hamburg wechselte. Nach zehn Jahren in der interdisziplinären Gestaltung fühlt sie sich vor allem im Social Design zuhause und setzt sich wiederkehrend mit gesellschaftsrelevanten und sozialen Fragen auseinander. Sie lebt und arbeitet in Hamburg.



Dr. phil. KLAUS SCHWARZFISCHER studierte Informationsdesign und wurde für seine Master Thesis mit dem *Wolfgang-Metzger-Förderpreis* ausgezeichnet. In 2019 promovierte er an der Universität Tübingen in Medienwissenschaften. Er forscht vor allem in den Bereichen Designtheorie und empirische Ästhetik. Zudem war er 2005 bis 2019 im Beirat der Deutschen Gesellschaft für Semiotik. Relevante Buch-Publikationen: *Wirklichkeit als Design-Problem* (2008), *Transdisziplinäres Design* (2010), *Integrative Ästhetik* (2014), *Empirische Ästhetik* (2016) und *Ästhetik der Wirklichkeits-Konstruktion: Wie sind konkurrierende ästhetische (Design-)Präferenzen möglich? Ein kognitiv-semiotischer Ansatz.* (2019).



MONIEK WIESE ist Kommunikationsdesignerin mit Spezialisierungen in den Bereichen Branding, User Experience und User Interface Design. Ihre Arbeiten fokussieren sich auf die Entwicklung von ganzheitlich gedachten und zukunftsgerichteten Konzepten. Dabei ist es ihr ein Anliegen mit einer praktischen und theoretischen Auseinandersetzung gesellschaftlichen Mehrwert zu schaffen und Nutzer:innen ins Zentrum ihrer Arbeit zu stellen. Nach ihrem erfolgreich abgeschlossenen Masterstudium an der HAW Hamburg arbeitet sie als Product Designerin bei Accenture Song Design für nationale und internationale Kund:innen in den Bereichen Gesundheit, Non-Profit und intermodale Mobilität.

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.

©2024: 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 Discomfort
10/2024

Editor

Tom Bieling

Editorial Board

Torben Körschkes
Emine Yorgancı
Lisa Lenkersdorf

Editorial Advisory Board

Gui Bonsiepe
Arturo Escobar
Klaus Krippendorff (+)
Juliette MacDonald
Ravi Poovaiah
Maria C. Loschiavo dos Santos

Layout, Cover and Separators

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