# Colloquium I - Paper

“Animism had endowed things with souls; industrialism makes souls into things.” - Max Horkheimer and Theodor Adorno

## Einführung

Eine neue Sorgepraxis um technologische Produkte und Prozesse ist unumgänglich. Wir leben in einer von Technologie vermittelten Welt, sind aber nach wie vor der Auffassung, dass wir Technologie lediglich gestalten und gebrauchen. Wir haben kein Verständnis davon, wie fest diese nicht nur uns, sondern auch unsere Welt und unsere Möglichkeit in der Welt zu sein formt. Ein animistischer Ansatz in der Gestaltung von Technologie könnte Potentiale beherbergen, neue Wege im Umgang und dem Zusammenleben mit zeitgenössischer Technologie und ihren Problemen zu finden.

## Forschungsfrage, Hypothese

**Wie können animistische Ansätze auf die Gestaltung technologischer Produkte und Prozesse übertragen werden?**

Wie kann eine animistische Werte- und Weltsicht in eine gesunde Beziehung zu Technologie führen? Kann Animismus in Design einen nachhaltigeren Umgang zu Technologie mit sich bringen? Bringt der Animismus den Benutzer als auch Designer dazu, sich respektvoll gegenüber Dingen zu verhalten? Was sind weitere mögliche positive sowohl auch negative Auswirkungen?

Das vorliegende Forschungsvorhaben stellt die Hypothese auf, dass Animismus in seinem Kern das Nicht-Menschliche und dessen Komplexitäten zugänglich macht, sowie zu einem gesteigerten Respekt im Umgang mit den Dingen führen kann. Dieses Potential, soweit vorhanden und übertragbar, möchte sich das Projekt zu Nutzen machen. Es wird erwartet, dass insbesondere ein nachhaltiger Umgang bezüglich technologischer Produkte und Prozesse gefördert werden kann.

## Problematik

Unser heutiges Verständnis und Handhabung technologischer Produkte und Prozesse führt zu gesellschaftlichen und ökologischen Problemen: von der Ausbeutung indigener Völker und Arbeitskräfte und der mutwilligen Zerstörung ganzer Landschaften zur Gewinnung der Rohmaterialien über die Endlagerung bei der Verbrennung von Elektroschrott zurückgelassene und hochgiftige Schlacke sowie dem steigenden globalen Energieverbrauch.

Im Diskurs über Design werden diese Probleme der globalen Industrialisierung schon früh benannt: immer wieder haben Designer versucht den Konsum der Menschen zu verändern um diese Probleme anzugehen, sei es durch Qualität (die gute Form), DIY (Whole Earth Catalogue, Papanek), Entschleunigung (Slow Movement) oder humanistische Idealen (Human-Centered Design). Zeitgenössischer Technologie-Konsum scheint sich diesen Diskursen zu entziehen. Mit Ausnahme weniger Produkte (FairPhone) oder Praktiken (Low-Tech, Closing-World Initiative) werden die Problematiken der Technologien ignoriert.

Die dominanten Theorien im Diskurs fokussieren sich auf den privilegierten Menschen, hauptsächlich auf Nutzer (User-Centered Design) oder Konsumenten, jedoch nicht auf die Produzierenden oder jene welche, die ihre Arbeitskraft bei Produktion und Recycling gegen prekäre Löhne zur Verfügung stellen müssen. Laut Thomas Wendt (vgl. **???**) trägt Human-Centered Design mit seinem alleinigen Fokus auf den Menschen seinen Teil zu diesen Prozessen bei. Es ist daher fragwürdig wieviel Humanismus tatsächlich im Human-Centered Design steckt, wenn ein Grossteil der Menschen von diesem Ansatz ausgeschlossen wird. Fragwürdig ist das Menschenbild das hier propagiert wird, welches seit der Moderne nach wie vor der Natur überstellt ist.

Den dominanten Theorien ist gemein, dass sie Design nach wie vor als Problemlösungsansatz verstehen (vgl. “Human-Centered Design” 2020) und damit bereits ein modernes Bild vorgeben, welches die Pluralität der Welt (Escobar etc.) ausser Acht lässt. Durch die Kritik und Einführung neuer Denkweisen in den Designdiskurs stellt sich somit auch die Frage nach der Aktualität und Relevanz der modernen Dogmen in der Gestaltung technologischer Prozesse und Produkte.

Es lässt sich zusammenfassen: Der Stand der Theorien und Praktiken in Design wird den heutigen Problematiken in Bezug auf die planetaren Auswirkungen von selbigem nicht gerecht. Die gängigen Ansätze in Design und Produktion klammern das Nicht-Menschliche, also zum Beispiel Materialien oder Produkte, kategorisch von einer ethischen Betrachtung aus. Die Umwelt, aus welcher wir Rohmaterialen beziehen, die Materialien selbst und auch die Prozesse des Recyclings und Entsorgens werden maximal unter Berücksichtigung der Kosten begutachtet. Wenn die menschliche Perspektive im Zentrum steht, wird das nicht-menschliche unweigerlich zu einer Externalität im Design.

## Animismus

Seit geraumer Zeit ist eine wachsende Auseinandersetzung in Sozialanthropologie und Philosophie mit dem Konzept des Animismus festzustellen, was an einer Zunahme von Publikationen und ersichtlich ist (Referenzen). Diese re-examieren Animismus als epistemologisches Konzept. Aus einer anthropologischen Kategorie, um die Glaubensform indigener Gesellschaften zu beschreiben wird ein grundlegende Form die Welt zu analysieren.

Der Begriff Animismus ist kolonialen Ursprungs. Der Anthropologe E. B. Tylor, welcher erstmal den Begriff definierte und mit ihm arbeitete, sah im Animismus eine verfehlte Epistemologie. Das bedeutet in diesem Fall, dass er im Animismus den er *den Wilden* und Kindern zuschrieb, eine falsche Art die Welt zu verstehen sah. Er positionierte diese dann auch gegenüber der Wissenschaft der weissen Herren, welche die richtige Weise war. Der Begriff wurde danach unhinterfragt übernommen und gilt bis heute noch als ein Grundstein der Anthropologie. Der grosse Fehler den die Anthropologie dabei beging, ist die Projektion der eigenen Vorstellung von Selbst in die Studien-Subjekte, während deren indigenes Wissen, deren Glauben und Praxen infantilisiert und als falsch abgestempelt wurden (vgl. Bird‐David 2002).

In neuen Untersuchungen wird der Animismus als relationale Epistemologie gehandelt und kann dem Posthumanismus zugeschrieben werden. Dieser möchte humanistische Werte nicht abschaffen. Viel eher geht es in diesem darum eine ernsthafte Diskussion darüber zu führen, was es heisst Mensch zu sein, in einer durch und durch technologisierten Welt mit Hilfe von aktualisierten Theorien aus den Biowissenschaften, der Anthropologie und Philosophie. Der Begriff Animismus vereint unterschiedliche Bedeutungen und Definitionen; Ihnen ist gemeinsam, das in einem Animismus den Dingen mehr zugesprochen wird, als nur passive Objekte zu sein - sie werden durch epistemologische und poetische Handgriffe zu handelnden Subjekten.

Doch auch der Animismus bringt Probleme mit sich. Nebst einer Vermengung von Bedeutungen, welche Schwierigkeiten für ein Verständnis mit sich trägt, hat der Begriff weiterhin eine koloniale Vergangenheit, welche kritisch reflektiert werden muss.

Trotz dieser Unzulänglichkeiten, sind überraschenderweise die Potentiale des Animismus für das Design jedoch nahezu unerforscht. Ein animistischer Ansatz kann neue Wege für Design-Forschung und damit auch für Design-Praxen eröffnen. Wie wir die Dinge in und durch Design betrachten, gestalten und untersuchen eröffnet neue Möglichkeiten für In-der-Welt-Sein (vgl. Willis 2006, 80).

## Ansatz, Hypothese II

“Any sufficiently advanced technology is indistinguishable from magic.” - Arthur C. Clarke

Animismus als metaphorisches Konzept ermöglicht den Zugang zu den uns umgebenden und wachsenden Komplexitäten, dessen was sich uns auf einer rein rationalen Ebene entzieht. Dazu gehören technologische Produkte und Prozesse, von Unterhaltungselektronik hin zu Social-Media Algorithmen.

Zwei Ansätze scheinen sich für das Forschungsprojekt besonders zu eignen.

### Ansatz 1: Narrative

Das Narrativ einer Technologie bestimmt oft die Wertigkeit und den Umgang gegenüber dieser. So ist in der Unterhaltungs-Elektronik zum Beispiel das Narrativ der Innovation eine treibende Kraft im Konsum von Smartphones. In regelmässigen Abständen wird eine neue Variante eines Smartphones veröffentlicht mit leicht abgeänderten Spezifikationen, wie zum Beispiel einer besseren Kamera-Auflösung. Die Veröffentlichung des neuen Models mindert die Wertigkeit des alten und drängt den Konsumenten zum Neukauf. Ein Verkaufsmodel welches darauf aufbaut ist das Smartphone im Abonnement.

Das Erschaffen von Narrativen wird im Spekulativen Design von Dunne und Raby im Begriff story-making (vgl. Dunne and Raby 2013, 88) umschrieben. Es geht ihnen darum, das Potential dieser Narrative nicht der Industrie zu überlassen, sondern zur Lösung gesellschaftlicher Probleme zu nutzen.

Ein Beleben von Dingen ist, zumindest in unserer westlichen Kultur, ein wichtiger Bestandteil von Geschichten findet aber in einem rationalen, humanistischen Weltbild keinen Platz, wie in der eingehenden Kritik aufgezeigt wurde. Wenn ich ein Objekt jedoch nicht nur als passive Materie, sondern als etwas lebendiges, beseeltes oder handlungsfähiges erkenne, wird sich die Praxis gegenüber den Objekten als gesamtes verändern. Auf diese Weise könnten die vorgängig besprochenen Problematiken angegangen werden.

In diesem ersten Ansatz möchte das Forschungsvorhaben untersuchen wie animistische Narrative rund um Technologie entwickelt und eingesetzt werden können. Im Fokus stehen vor allem Konzepte lebender, beseelter oder handlungsfähiger technologischer Dinge.

### Ansatz 2: Ent-Entfremdung

Anknüpfend an den ersten Ansatz ist eine Auseinandersetzung mit Entfremdung unumgänglich. Der Begriff ist spätestens seit Karl Marx ein wichtiger Bestandteil in der Analyse kapitalistischer Prozesse. Die Entfremdung spielt eine wichtige Rolle um Produkte von ihrer Vergangenheit zu lösen, wie Anna Tsing in ihrer Studie zu globalen Lieferketten aufzeigt (vgl. Tsing 2015). Gegenüber dem Konsumenten technologischer Produkte und Prozesse schlägt sich die Entfremdung insbesondere in der Gestaltung der technologischen Artefakte sowie dem Branding dieser nieder. Die Produkte werden bewusst von ihrer Vergangenheit gelöst um sicherzustellen, dass dieses den Narrativen der Marke entspricht.

Ein vielleicht unerwartetes Beispiel an animistischer Potentialität verbirgt sich im Öffnen und zugänglich machen technologischer Artefakte (vgl. Snake-Beings 2018) sowie der Wiedereinbettung in ihre Herkunftsnarrative. Eine Forschungsarbeit zur Gestaltung von Phone-Repairshops in Washington kommt beispielweise zum Schluss, dass die Begegnung mit dem geöffneten Produkt für die Kund\*innen weitaus emotionaler und bindender ist, als wenn die Reparaturarbeit nicht vor deren Augen stattfindet (vgl. Bell et al. 2018).

Dieser zweite Ansatz verfolgt die weitaus physischere Seite eines animistischen Ansatzes für Technologie indem Praktiken des Öffnens und der Wiedereinbettung und deren Auswirkungen auf die Partizipanden untersucht werden.

## Relevanz

Aus Sicht der Anwender ist das Problem der Umweltzerstörung durch die Produktion, dem Recycling und der Kurzlebigkeit der Geräte nachvollziehbar, macht betroffen, aber auch hilflos. Ein Verständnis für die Komplexitäten aus welchen die Probleme entstehen sowie eine starke Bindung zum Objekt führen dazu, sich bewusster mit Herstellern und Geräten sowie deren Nachhaltigkeit auseinander zu setzen und so politischen Druck auszuüben sowie eine nachhaltigere Sorgepraxis für Geräte zu entwickeln.

Industrie- und Produktedesigner sind sich der Komplexitäten und Problematiken der in ihrer Praxis verwendeten Materialien oftmals bewusst, müssen aber aufgrund der eigenen finanziellen Abhängigkeit auf nachhaltige Produktionen verzichten. Ein starkes ethisches Grundgerüst, welches benannte Problematiken nahbar macht, hilft im Umgang mit Kunden, Politik und Herstellern die nötige Bereitschaft für höhere Investitionen zu tätigen. Die erarbeiteten Grundlagen sollen den Designer\*innen und Studios zur Verwendung und Weiterentwicklung zur Verfügung gestellt werden.

Auf wissenschaftlicher Ebene möchte das Forschungsvorhaben zu einer aktualisierten Theoriebildung in Design beitragen, indem Hypothesen, Begriffe und Differenzen aus Forschungstendenzen in Studien des Anthropozän (Sozialanthropologie), dem Posthumanismus und der Ontologischen Wende (Philosophie) sowie dem Neuen Materialismus (Feminist Materialism) untersucht, transferiert und allenfalls neu formuliert werden. Das im Projekt neu generierte theoretische Wissen ist sowohl für die Designforschung als auch für die Wissenschafts- und Technologiestudien (STS, science and technology studies) relevant, indem interdisziplinäre Rückstände aufgeholt und Lücken geschlossen werden.

## Forschungssetup

Den vorangegangen Punkten entsprechend wird ein methodischen Vorgehen wie folgt angestrebt.

### Grober Zeitplan

* WP 1: Februar 2020 - Juni 2020
* WP 2: August 2020 - Januar 2021
* WP 3: Februar 2021 - Juni 2021
* WP 4: August 2021 - Januar 2022

### Phase/WP I - Grundlagenforschung

#### Literatur- und Theorieforschung

#### Interviews

Ein weiterer wichtiger Bestandteil werden Interviews mit Usern sein um ein Verständnis davon zu erlangen, wie grundlegende Wertigkeiten von Design wiedergegeben werden.

### Phase/WP 2 - Ansatz 1

Die in der ersten Phase erarbeiteten Grundlagen werden hier auf die Probe gestellt. In imateriellen Versuchsanordnungen wird die emotionale Bindung der User zu technologischen Produkten und Prozessen untersucht.

Weiter werden Experteninterviews mit Designern geführt um der Frage nach dem Einfluss von Wertigkeiten auf die Gestaltung nachzugehen.

#### Experteninterviews

#### Storytelling

Formate des Storytellings werden dem klassischen Interview gegenüber gestellt. Die informelle, persönlichere Basis gibt einem anderen Vokabular Raum. Dazu gehört auch die experimentelle Anwendung bestehender animistischer Narrative auf Technologie.

#### Rollenspiele

Angelegt an *Pen-&-Paper-Rollenspiel*, werden Partizipand\*innen kurze Sequenzen fiktiver Geschichten erleben und mitgestalten. Die Möglichkeit der Mitgestaltung von Persona und Handlung ist förderlich für die Ausdrucksfähigkeit und so besonders aufschlussreich, wenn die emotionale Bindung im Mittelpunkt steht.

### Phase/WP 3 - Ansatz 2

#### DIY, Repair-Cafes, Elektroschrott

Es werden Repair-Cafés sowie Workshops zu relevanten Themenbereichen besucht oder wenn nötig organisiert und deren Partizipanden und Veranstalter\*innen interviewt.

#### Follow the thing

In partizipativen Workshops wird versucht, der Herkunft von Dingen nachzugehen und diese wieder in ihre Ursprungsgeschichte einzubetten. Der Effekt dieses Prozesses auf die Partizipanden wird untersucht.

### Phase/WP 4 - Evaluation, Diskussion der Resultate

### Stand der eigenen Forschung

#### Literatur- und Theorieforschung

Eine erste grobe Übersicht über die relevante Literatur konnte erarbeitet werden. Folgende Themengebiete wurden überprüft:

* Ding-Theorie
* Mensch-Ding Beziehungen
* Neuer Materialismus
* Posthumanismus
* Spekulatives Design
* Animismus im Design
* Anthropologische Diskurse über Animismus
* Forschung über Smartphones
* Diskurse über Reparatur und Wartung
* Philosophische Diskurse zur Ontologie
* Forschung zum Shintoismus
* Akteur-Netzwerk-Theorie
* Anthropologie der kapitalistischen Beziehungen
* Entkolonialisierendes Design

Ziel dieser Übersicht war der Versuch einer Übersetzung philosophischer und anthropologischer Konzepte in die Design-Forschung, das Finden von Forschungs-Nischen welche zu besetzen sind sowie Referenzen an welche in der eigenen Forschung angeknüpft werden kann. Der Grundstock an Literatur wird in den kommenden Phasen nur wenig und sehr selektiv ausgebaut werden.

#### Interviews

Es wurden insgesamt 6 Interviews durchgeführt mit dem Ziel ein besseres Verständnis zu entwickeln, was für eine Beziehung in Bezug auf Pflege und Werthaftigkeit die befragten Teilnehmer\*innen zu einem technologischen Artefakt haben. Das besagte Objekt war Apple’s AirPods. Die Auswahl der Befragten stellt nur einen kleinen Teil der möglichen Demographien der User dar und ist nicht repräsentativ. Sie wurde aufgrund einer erwarteten Fähigkeit zur Reflexion sowie einer gewissen Affinität zu Design getroffen.

Die Interviews waren insofern aufschlussreich indem sie aufzeigten, dass die User das Objekt zwar als relevant für den Alltag und technologisch innovativ erachten, jedoch weder Wissen noch Fähigkeit zur Pflege oder Wartung der eher teuren Objekte besitzen. Eine weitere interessante Beobachtung ist, dass Apple’s AirPods im Alterssegment der ausgewählten Teilnehmer\*innen (25 - 35) als eher *peinlich* wahrgenommen werden. Das steht im krassen Gegensatz zum jugendlichen Segment (15 - 20), in welchem die AirPods als luxuriöses Accessoire gelten und gerne zur Schau gestellt werden.

#### Rollenspiel

Ein erster Versuch bezüglich des oben besprochenen Ansatz 1 konnte schon durchgeführt werden. In einem kurzen Szenario übernahmen zwei Teilnehmerinnen jeweils die Rolle eines jungen Menschen, dessen Geschwister sich dazu entscheidet, mit einem Roboter zu fliehen. Nach einer kurzen Verfolgungsjagd, die natürlich erfolglos ist, bleibt lediglich ein technologisches Artefakt zurück, welches in seiner Funktionalität kabellosen Kopfhörern gleicht. Dieses Objekt ist die einzige Verbindung zu besagtem Geschwister. Ziel des Rollenspiel war es, den Teilnehmerinnen eine aktive Rolle in Beschreibung der Welt sowie Handlungsfähigkeit innerhalb der Geschichte zu suggerieren. Anschliessend wurden sie aufgefordert das Objekt zu beschreiben. Der Versuch wollte herausfinden, wie so ein Objekt aussieht, wenn es emotional und persönlich aufgeladen wird.

#### Weiteres

##### Teilnehmende Beobachtung

Es wurden drei ein-stündige Sitzungen durchgeführt um den Einfluss eines technologischen Produktes, Apple’s AirPods, auf die zwischen-menschlichen Beziehungen im öffentlich Raum zu untersuchen. Die Sitzungen fanden in einem McDonalds, einem Co-Working Space und dem öffentlichen Verkehr statt. Ein sehr interessantes Finding ist die Störung von Vertrauen aufgrund sozialer Normen in formellen Gesprächen, zum Beispiel zwischen AirPod-User und Angestellten der Lokalität (McDonalds, Co-Working Space). Es wird generell erwartet, dass ein Gesprächsteilnehmer in der Lage ist dem Gesagten zu folgen. Die AirPods untergraben diese Erwartung indem sie visuelle Präsenz markieren, jedoch Aussenstehende nicht über ihren Status informieren. Dem Gesprächsteilnehmer ist nicht bekannt, ob der AirPod-User zuhört oder nicht. Dies ist vor allem beim jugendlichen User-Segment der Fall, bei welchem die AirPods gerne als modisches Accessoire Zur Schau getragen werden.

##### Cultural Probe

Eine Cultural Probe wurde angedacht, musste jedoch abgebrochen werden. Ziel der Übung war die Sammlung von Erfahrung, wie ein technologisches Produkt Einfluss auf das eigene Leben nimmt. Einer Teilnehmerin, welche vorher keine Apple’s AirPods oder vergleichbare Technologie besass, wurden solche überreicht, zusammen mit einem Set von Aufgaben welche Tagebuch-artig reflektiert werden sollte. Leider wurden die Akkus der AirPods nach kurzer Zeit unbrauchbar, da es sich dabei um eine günstige Kopie eines anderen Herstellers handelte.

## Bibliografie

Bell, Joshua A., Joel Kuipers, Jacqueline Hazen, Amanda Kemble, and Briel Kobak. 2018. “The Materiality of Cell Phone Repair: Re-Making Commodities in Washington, DC.” *Anthropological Quarterly* 91 (2): 603–33. <https://doi.org/10.1353/anq.2018.0028>.

Bird‐David, Nurit. 2002. “‘Animism’ Revisited: Personhood, Environment, and Relational Epistemology.” *Current Anthropology* 40 (S1): S67–S91. <https://doi.org/10.1086/200061>.

Dunne, Anthony, and Fiona Raby. 2013. *Speculative Everything: Design, Fiction, and Social Dreaming*. Cambridge, Mass.; London: The MIT Press.

“Human-Centered Design.” 2020. In *Wikipedia*. <https://en.wikipedia.org/w/index.php?title=Human-centered_design&oldid=949871980>.

Snake-Beings, Emit. 2018. “Maker Culture and DiY Technologies: Re-Functioning as a Techno-Animist Practice.” *Continuum* 32 (2): 121–36. <https://doi.org/10.1080/10304312.2017.1318825>.

Tsing, Anna Lowenhaupt. 2015. *The Mushroom at the End of the World*. *The Mushroom at the End of the World*. <https://doi.org/10.1515/9781400873548>.

Willis, Anne-Marie. 2006. “Ontological Designing.” *Design Philosophy Papers* 4 (2): 69–92. <https://doi.org/10.2752/144871306X13966268131514>.