

Diese Analysen beschreiben nichts neues, sie versuchen nur neue Beschreibungen für etwas zu finden, dem eigentlich nichts mehr hinzuzufügen ist. Sie versuchen zu verstehen, wie alles bereits „in besessener“ sein kann, während sich so viel nicht beachtet wird. Ist ihr Ergebnis dann nur ein glückliches Schulterzucken, wenn man sich abwendet und sagt: macht mal? Nicht unbedingt. Die Parallelen der aktiven Teilhabe von Designer und User deuten einen Zusammenhang an, der nicht zufällig ist. Und das heißt: ändert sich das eine, muss sich auch das andere ändern. Wenn ich zum Beispiel darauf hinarbeite, dass sie der Verantwortungsbereich und das Mitspracherecht des Designers im Projektprozess ändert, er etwa mehr Freiheiten erkämpft, dann folgt daraus, dass ich gerade dann fragen muss, was das für Konsequenzen für einen aktiven User hat, dessen Rolle sich dann auch wandeln würde hin zu mehr Eigenverantwortung und weniger Freiraum im oben skizzierten Sinne. Ein Designer, der mehr Mitspracherecht erkämpft, würde das dann nicht „im Sinne des Users“ tun, sondern „mit einem anderen User im Sinn“. Die Idee eines aktiven Users im Modus des Mitgestaltens, Reproduzierens und Multiplizierens müsste erst dann verhandelt werden. Sie müsste, das heißt: sie würde notwendig ins Spiel kommen und es wäre nur die Frage wie. Ein Designer, der echtes Mitspracherecht erstreitet, würde wohl eine Bauchlandung erleben, wenn er sich dieser Herausforderung nicht stellen würde und glaubte, er könne jetzt endlich jenem User gerecht werden, den er schon so gut kannte.

Vorsprünge

Versuche über Verwertbarkeit und Subversion

Radikal kommt von Radix

Making Use of the User

Wege aus der Maschine

Wunschproduktion und Widerspruch

Once Upon A Time

Mapping the Territory

Gestalten des Gestaltens

Fünf Notizen

Dissonanzen, Entwicklung und Erzählung

Getting Practical

Dissonante Fragen

Gerissenes System, Prozess

Science Fiction

Wiederholungen

Funktionen im Mittelpunkt

Produkt und Charakter

Nutzer, Image, Rolle

Erfahrungswerte

Kognitive Dissonanz

Gestalten der Parrhesia

Internet killed the Video Star

Look Out! Film und Design

Nevermind the User

Strukturerfahrungen

Experience in Action

INHALTSVERZEICHNIS

EINLEITUNG

Rien ve vas plus: die Wette und die Strategie	7
Ein Angebot und zwei Adressaten. Deleuze und der Designer	8
Der Vorteil der Verwertbarkeit	9
Die Hoffnung der Subversion	11
Das Interesse am Ausgang des Spiels	13

ERSTES FELD: UMDEUTUNGEN

AKT, AKTIVITÄT, AKTIVIERUNG

Radikal kommt von Radix	16
Making Use Of The User	21
Wunschproduktion	27
Wege aus der Maschine	32
Once Upon A Time	42
Gestalten des Gestaltens	45
Fünf Notizen zu "Unthinking"	49

ZWEITES FELD: STRUKTUREN

BRUCH, RISS, DISSONANZ

Dissonanzen	58
Mapping The Territory	65
Getting Practical	69
Dissonante Fragen	78
Gerissenes System, Prozess	86
Science Fiction, Double Feature	91

DRITTES FELD: MODELLE**SPIEGEL, VERSCHIEBUNG, GESTALT**

Wiederholungen	98
Funktionen im Mittelpunkt	106
Produkt und Charakter	114
Nutzer, Image, Rolle	121
Erfahrungswerte	133
Kognitive Dissonanz – Aktivierung – Aktivität	144

VIERTES FELD: FALLSTUDIEN**TEXT, ROLLE, SPUR**

Look Out! Film und Design als kollaborative Produkte	148
Look Out: Fragen	174
Strukturerfahrungen	182
Internet killed the Video Star?	190
Nevermind the User	216
Experience in Action: Broken Age und offenes Experience Design	220

FÜNFTES FELD: PERSPEKTIVEN**ANTIZIPATION, REVISION, PARTIZIPATION**

Gestalten der Parrhesia. Unreine Bemerkungen	232
Exchanges. Korrespondenzen über Retroaktivität	239
Verhältnismäßige Scheuklappen. Zur Produktion des Unbekümmerten	246
Ohne Anfang, ohne Ende. Zwei Experimente	256

EINLEITUNG

1. RIEN NE VAS PLUS. DIE WETTE UND DIE STRATEGIE

Diese Pascal'sche Wette hat die Form: ich versuche das, was unmöglich sein sollte und selbst wenn es misslingt, weiß ich dass mein Vertrauen gerechtfertigt ist. Vielleicht ist dies die diabolische Verdrehung eines Glaubensbekenntnisses, aber es ist kein Trick. Was kann schon passieren, wenn es denn unmöglich ist? Und wenn es doch möglich sein sollte, was ist verloren gegangen außer dem, was nie da war?

Die Frage, um die es geht und die Frage, die ich in die Form jener Wette gießen will, lautet: kann ich User Experience Design als eine Maschine im Sinne von Deleuze fassen, kann ich dessen Gedanken des Rhizoms fruchtbar machen für das Funktionieren von interaktiven Produkten? Dies klingt wie ein schamloses Verwertungsinteresse. Um das, was gerade nicht gelingen sollte, um das, wogegen sich der Begriffs- und Unterscheidungsapparat von Deleuze gerade verwehren sollte. Sicher lassen sich einige Schlagwörter und Konzepte ausschachten, ihr neuer Klang ausbeuten, und sicher lässt sich das in einem gewissen Sinne als fruchtbar bezeichnen.

Was aber, wenn ich es ernst meine? Wenn ich dieses Verwertungsinteresse also offen verfolge und mich dabei streng von Deleuze und seinen Ambitionen leiten lasse? Dadurch müsste jenes Interesse eigentlich unterlaufen werden, es müsste in der letzten Instanz zerbröckeln, in seiner Substanz porös werden, ohne sich dagegen wehren zu können. Denn es wäre die Anstrengung, einer neuen Beschaffenheit den Weg zu bereiten, die eben jene Durchlässigkeit willkommen heißt.

Ich sage »Müsste eigentlich«, denn die Probe steht noch aus. Ist es nicht auch möglich, dass die Konzepte von Deleuze hier verwertet werden können, dass die Subversion scheitert und sich wider alle Hoffnung als Zuarbeit herausstellt? Dies ist tatsächlich eine Möglichkeit, aber man kann ihr nur auf den Grund gehen, indem man auf die Subversion vertraut. Ich nehme Deleuze ernst, wenn ich ihn missbrauche und warum auch nicht: im besten Fall unterläuft dies den Produktionsprozess und im schlechtesten Fall zeigt es die falschen Hoffnungen, die

in seinem Denken stecken.

In jedem Fall zeigt sich die Wahrheit nur, wenn ich nicht unverbindlich auf die Sache herabschaue und abwäge, sondern meinen Wetteinsatz auf Deleuze setze. Wenn ich ihn nicht so stark mache, wie ich kann, ist nicht entschieden, ob es unmöglich ist, ihn zu verwerten. Die Wette verlangt vollen Einsatz und sie lautet: ich kann die Logik der Unverfügbarkeit ausbeuten, auch wenn ich hoffe, die Wette zu verlieren.

Das Spiel ist also offen, nur eine Möglichkeit sollte ich nicht erwarten. Es wird keinen offenen Bruch geben, nicht den Punkt, an dem ich auf Widersprüche zwischen Beschreibungsgegenstand und Beschreibungsinstrumentarium stoße. Die Dinge werden sich fügen, die Frage ist nur die, was diese Möglichkeit bedeutet. Ist es: »es scheint euch zu nutzen, aber in Wirklichkeit werdet ihr unterwandert« oder »es scheint euch zu nutzen, aber täuscht euch nicht: es nutzt euch tatsächlich«?

2. EIN ANGEBOT UND ZWEI ADRESSATEN. DELEUZE UND DER DESIGNER

Warum überhaupt die Zusammenstellung von User Experience Design und Deleuze? Natürlich, um Deleuze auf die Probe zu stellen. Aber in der Logik der Subversion auch, um etwas fassbar zu machen, dass sich der Herstellung entzieht. Das ist der »Sales Pitch«, gerichtet an den Designer: ich biete dir für das, was nicht Verfügbar ist eine Handhabe, in der dies keinen Mangel mehr darstellt – alles, was du dafür aufgeben musst, ist deine Idee der Machbarkeit. Es handelt sich bei diesem Sales Pitch tatsächlich um den Dreh- und Angelpunkt des Interesses, auch den der Hoffnung auf Subversion. Als guter Sales Pitch besteht gerade darin sein Sinn: nicht nur dieses Interesse zu verkaufen, sondern es als ein Gemeinsames zu vermitteln. Es ist ein dreifach Gemeinsames: der Vorteil der Verwertbarkeit, die Hoffnung der Subversion und das Interesse daran, wie das Spiel ausgeht. Mit dieser Einleitung hat das Spiel bereits begonnen und so werden diese Gemeinsamkeiten vielleicht am deutlichsten, wenn sich die Interessen gegenseitig vorstellen: die Verwertung aus der Sicht von Deleuze und die Subversion aus der Sicht des Designs.

2.1 DER VORTEIL DER VERWERTBARKEIT

Was hat es mit User Experience Design auf sich, dass es für diesen Sales Pitch empfänglich ist? Worum handelt es sich dabei? Es ist streng genommen ein leeres Konzept, ein blinder Punkt und ein offenes Ende in einem Prozess, der es vorzieht, sich als streng reproduzierbar zu verstehen und eine Grenze dessen einzugestehen, als sich im Ganzen als offen und unverfügbar darzustellen.

User Experience Design ist das Interesse an dem, was passiert, wenn der Produktionsprozess abgeschlossen ist. Es ist der Versuch, das mit einzubeziehen, was übrig bleibt, wenn etwas der Nutzung überlassen wurde. Es geht um nichts weniger als den Versuch, das einzuholen, was nicht einholbar ist: ein Produkt wird hergestellt und dann als solches erfahren; besteht das Produkt daraus, die Erfahrung zu gestalten, ist eben dies Teil der Herstellung, die dann als solche erfahren wird.

Es handelt sich also um Design als transzendentalen Akt. Die Einheit des Produkts soll über sich selbst hinaussteigen, indem sie ihre Verwendung antizipiert. Diese Verwendung kann aber nicht bereits vorweggenommen werden, da sonst der Nutzer obsolet würde. Stattdessen soll der Nutzer miteinbezogen werden, also zu einer Funktion der Einheit werden.

Diese Funktion ist von einer anderen Art als die der anderen Bestandteile. Eine Website wird entworfen und bereitgestellt. Jeder Teil hat eine Funktion und erst, wenn er diese für das große Ganze erfüllt, wird die Website ans Netz gestellt. Die Funktion des Nutzers trifft nachträglich auf dieses Funktionsganze. Die Website ist also auf ihn eingestellt als etwas, dass ihn erwartet. Der Nutzer ist also den anderen Funktionen nicht gleichgestellt und seine Funktion kann nicht so wie die anderen gestaltet werden.

Dies als Problem wahrzunehmen bedeutet zu versuchen, seine Handlungen so gut wie möglich vorherzuahnen oder zu leiten. Das Ideal oder der Maßstab sind dabei die logischen Funktionen des Produkts, die erfüllt werden müssen. So wird aus der Antizipation als Induktionsinteresse eine Abschätzungsfunktion eines Wahrscheinlichkeitswertes in der Gestalt eines Durchschnittsnutzers.

Da es sich jedoch um ein transzendentales Interesse handelt, muss sich das Interesse am Durchschnittsnutzer der Frage stellen, ob es tatsächlich jeweils das leistet, was erwartet wird. Es besteht also zumindest die Möglichkeit, dass dieses Interesse als interner Lösungs-

versuch wieder die Offenheit vorwegnimmt, die der Einheit des Produkts innewohnen soll. Konkret gesagt: will der Nutzer verstanden und willkommen geheißen werden, wenn das bedeutet, dass er sich als typischer Gast wie alle anderen fühlen muss?

Die immanenten Probleme, User Experience fassbar und gestaltbar zu machen, ergeben sich aus dem Unterschied von deren Funktion und den anderen Funktionen des Designs. Mit dem Produkt im Mittelpunkt kann der Nutzer nur entweder als vollkommen äußerlich oder als innere Funktion verstanden werden; eines bedeutet Blindheit und das andere Leere – hier kann der Designer keine Folgen abschätzen und dort gibt es keinen Nutzer, der die Funktion der Offenheit schließt.

Hier tritt der Sales Pitch an und schlägt vor, das beim Wort zu nehmen, was User Experience Design auf der Fahne trägt: den Nutzer in den Mittelpunkt zu stellen. Er wird so statt den Eigenschaften des Produkts zur paradigmatischen Funktion und das gestaltete Produkt wird zusammen mit allen anderen kontingenten Ereignissen, die eine einzelne Nutzung begleiten, zu den Zahnrädern in einem provisorischen Gefüge. An die Stelle eines Produkts, das auf den Nutzer wartet, der von außen hinzukommen soll und doch durch ein Interface zu einem inneren Bestandteil des Produkts werden soll, tritt etwas anderes. Der Nutzer als Maschine, die all das in Bewegung bringt, was auf ihn gewartet hat und all das, was nur zufällig da war. Dieser Nutzer ist nicht mehr der Körper, durch dessen Sinne die gestalteten Reize Aufforderungen vermitteln. Er ist das gesamte Umfeld der Nutzung, der sich immer schon ausgestreckt hat, reines Interface in der Verbindung von Kaffeetasse, Hyperlink, Straßenlärm, Werbebanner und Schluckauf.

Er wird nicht Maschine in dem Sinne, dass er auf die Funktion für ein hergestelltes Produkt reduziert wird. Er ist Maschine in dem Sinne, dass er Produktivität ist, keinen Sinn und Zweck hat, wenn er nicht schon in Betrieb ist und alles in Bewegung setzt, womit er verknüpft ist. Was an diese Maschine angeschlossen wird, gerät ins Gefüge. Vorbestimmte Funktionen werden verschaltet mit zufälligen Berührungspunkten. Es ist eine Maschine, die niemals etwas fertigt, da sie kein Ende kennt und sie kennt kein Ende, da sie immer schon über jedes mögliche Ende hinaus ist. Jedes Bedürfnis, das sie erfüllt, produziert ein weiteres.

Diese Idee des Nutzers im Mittelpunkt eines Feldes von Funktionen legt nahe: es ist gleich, welcher Art die Funktionen des Designs sind und wie vorherbestimmt sie sein mögen. Was mit ihnen passiert, ist von einer Art, die sich der Vorherbestimmung immer schon entzieht.

Man mag sagen: nur dies oder das ist relevant, wie etwa die Kaufentscheidung. Aber worum es sich bei dieser Kaufentscheidung handelt, ist in jedem Fall etwas anderes. Die Verwendung der Kategorie Kaufentscheidung für verschiedene Reaktionen ist reduktionistisch in dem Maß, wie sich aus ihr innerhalb des ersten Paradigmas von Funktionen keine Vorhersagen ableiten lassen.

Den Nutzer zu fassen, ihn als Maschine zu denken, bedeutet also, sich von ihm als Funktion zu verabschieden. Es besteht weiterhin eine Kluft zwischen dem machbaren Design und dem Nutzer, aber sie liegt nun zwischen dem Nutzer und von ihm aus gesehen dem Design als ebenso wenig machbarem auf der einen Seite und dem machbaren Design und von dem aus gesehen unerreichbaren Nutzer auf der anderen Seite.

Das innere Bedürfnis des Designprozesses am Nutzer muss also bezahlt werden mit der Preisgabe der eigenen Gewissheiten, auf die er zählte noch bevor es ihm um den Nutzer geht.

2.2 DIE HOFFNUNG DER SUBVERSION

Gelungenes User Experience Design ist, wenn der Designer anerkennt, wie sehr er sein Produkt dem Nutzer in all seiner Kontingenz preisgibt und sämtliche möglichen Ergebnisse, Nutzungen, Ereignisse und Verwendungen als wünschenswerte Ergebnisse bejaht, als Ergebnisse eines Experience Designs, dass diese nie vorgesehen hat und doch als seine Gestaltung auffasst. Diese Kriterien zu vermitteln sind die Hoffnung der Subversion.

Die Tatsache, dass der Raum des Verfügbaren für den Designers nur sehr gering ist, stellt kein Problem mehr da, das Bedürfnis, den gesamten Raum zu vermessen verschwindet in dem Maße, wie der Raum dessen, was als dazu zugehörig verstanden wird, wächst. Ergebnisse finden nicht mehr innerhalb des verfügbaren Raums der Website statt, da deren Funktion nicht mehr im Mittelpunkt stehen. Sie sind nur noch ein Bestandteil eines Maschinen-Raums, zu dem auch der Warenkorb des Onlineshops gehört, aber dazu auch der akustische Raum des Jubelrufs auf dem Balkon vor dem Notebook, die Weiterempfehlung auf dem Social Network und das Desinteresse an der Suche nach einem Konkurrenzanbieter.

Mit diesem Begriff des Ergebnis liefert sich der Designer dem Nutzer vollkommen aus. Weniger indem er sich zurücknimmt und nicht mehr versucht, Reaktionen zu antizipieren, sondern mehr in dem Maße, indem er diese Versuche als seine Kommunikationsleistung versteht anstatt als die Funktion seines Designs. Die Erfahrung, die der Designer gestaltet, ist weniger der Versuch, etwas vorwegzunehmen, sondern eher der, seine eigene Erfahrung der Erwartung zu artikulieren, zu teilen. Er tut das nur nicht als Cogito am hinteren Ende eines indirekten Kommunikationskanals, sondern als Maschine, die sich auf seine Gestaltung erstreckt, eine Gestaltung, die ihren Zweck in der Veröffentlichung hin zu einer Vielzahl von Zweckentfremdungen hat.

Soweit die Utopie der Subversion, in der das Teilinteresse der User Experience das gesamte Selbstverständnis und die Praxis der Verkaufsgestaltung transfiguriert. Ihre Diagnose: es ist gerade das Interesse am Individuum und der Gedanke des Designs als Produkt von einem Individuum, das an ein anderes gerichtet ist, was die Logik der Verwertung und Vereinnahmung zur Folge hat. Mit der Auflösung des Modells des Subjekts am Ende und am Anfang der Kette hin zu einem Prozess der Produktion zerfällt die Reduzierung auf ein Resultat, beziehungsweise entlarvt sich die Rede vom Resultat als eine immer zu wiederholende retroaktive Erzählung, etwas, das nie vorweggenommen und antizipiert werden kann.

Aber besteht nicht gerade darin genau die Funktion, die das Selbstverständnis des Designs im herkömmlichen Sinne benötigt, um weiter gelte zu können? Ist dies nicht genau die Utopie des Nutzers in seiner Souveränität? Sind die Vielzahl der phänomenal spontanen Reaktionen nicht nur nichtige Variationen innerhalb eines vom Design vorbestimmten Spielraums? Was könnte der Ambition eines Designs der Machbarkeit besseres passieren als ein Nutzer, der alle Funktionen verinnerlicht und sie als sein eigenes Werk bejaht? Dies ist ja nicht mehr der Nutzer mit zuschreibbaren Eigenschaften, mit einem Vorher und Nachher der Charakterzüge, kein Ding mit wesentlichen Zügen, die sich mit fremden Einflüssen reiben können. Die Idee dieses Nutzers war die, die dualistische Aporie des Interface als epistemologische Sackgasse zu vermeiden. Aber diese Erosion des innen und außen kann genau so auch so verstanden werden, dass es nun keinen Grund mehr gibt, die User Experience nicht schon innen im Produkt anzulegen, und sei es nur als Möglichkeitsspektrum. Auch dieses »Innen« will ja nun schon mitten beim Nutzer sein.

Allgemein formuliert ist die Frage, ob der Nutzer als Feld, als jeweils provisorischer Knotenpunkt, als Prozess, als Deleuze'sche Maschine darüber erhaben ist, eine politische Instanz

zu sein, ob er von Dispositiven geprägt ist oder nicht. Er will reine Möglichkeit sein, Schöpfung statt Geschöpf oder Schöpfendem. Er will keine Eigenschaften haben können, sondern Eigenschaften auf sich zutreffen lassen. Er will nicht als Punkt bestimmbar, sondern als Fluchtlinie entkommen sein. Diese Maschine will nicht politisch neutral sein, sondern eine eigene Politik realisieren. Sie ist Politik in dem Sinne, dass sie Vielfalten verhandelt – im Unterschied zu einem Subjekt, dass politisch ist in dem Sinne, dass es eine Einheit ist, die verhandelt wird.

Aber trifft das zu in einem konkreten Zusammenhang, der vielleicht genau darauf ausgerichtet ist, diese Perspektive zu antizipieren? Die Deleuze'sche Maschine versteht sich als ein Raum von Möglichkeiten in ihrem Prozess der Ermöglichung. Aber das bedeutet, dass sie endlich sein muss, ohne ihre Endlichkeit zu überblicken (das Gesichtsfeld). Und das bedeutet, dass sie den Unterschied zwischen einem (endlichen) Raum von Möglichkeiten und einem (endlichen) Möglichkeitsraum nie fassen kann. Im einen Fall sind der Raum endlich, im andern das Spektrum der Möglichkeiten, aber in beiden Fällen ist die Begrenzung unsichtbar. Sollte die Designvorstellung des Machbaren der Zugriff auf letzteres erlangen, wäre gerade die Deleuze'sche Maschine dem hilflos ausgeliefert.

Anders formuliert: die herkömmliche Designvorstellung verlangt nach Wirklichkeiten, wo noch keine sind. Die Subversion versucht, ihr stattdessen Möglichkeiten als solche schmackhaft zu machen. Doch damit schafft sie auch die Gelegenheit, statt Möglichkeiten vorgängig verwirklichte Möglichkeitsräume als Funktionen zu entdecken.

2.3 DAS INTERESSE AM AUSGANG DES SPIELS

Genau wie das Spiel mit dem ersten Buchstaben der Einleitung immer schon begonnen hat, ist auch nicht vorbei, bevor das letzte Wort gesagt ist und das letzte Wort seinen letzten Leser gefunden hat, der sich ihm annimmt oder auch nicht. In jedem Fall ist es nie so vorbei, dass über den Ausgang in der Form eines Rückblicks entschieden werden kann.

Jede Betrachtung und jeder Text ist mehr als nur ein Vorspiel, es ist ein vollgültiger Austragungsort, aber nicht mehr und nicht weniger als ein Designprojekt, dass diese Fragen verhandelt, explizit oder nicht.

Es ist also ein Spiel, das immer in die nächste Runde geht. Bedeutet das nun ein ewiges Unentschieden? Es bedeutet, dass jede Entscheidung immer temporär ist, aber das schmälert ihre Entschiedenheit nicht. Denn was eine Entscheidung in dem Spiel ist und wie sie auszu-
sehen hätte, überhaupt ob sie ein für alle mal feststehen kann, das gehört zu den Perspektiven die gerade zur Disposition stehen. Diese Kriterien der Spielentscheidung festzulegen würde bedeuten, das Spiel zu entscheiden, bevor es begonnen hat.

Und doch stehen die Einsätze nicht eins zu eins. Es reicht ein einziger Fall, in dem es nicht unmöglich ist, die Deleuze'sche Maschine an eine Fremdgestaltung anzuschließen und ihre reine Immanenz zu verinnerlichen. Wer lange genug auf die selbe Zahl setzt, wird früher oder später gewinnen. Aber wer immer alles setzt, wird nie an diesen Punkt kommen, auch wenn seine Einsätze unendlich sind.

RADIKAL KOMMT VON RADIX

WIE TIEF MUSS ICH GRABEN, BIS ICH GENUG VON DER TIEFE HABE?

In deinem Inhaltsverzeichnis finde ich am Ende folgende Kapitelüberschrift: „6.3. An even smarter Strategy: lernendes, sich anpassendes System“. Natürlich bleibt dabei so gut wie alles offen, es handelt sich ja nur um eine Überschrift. Ich möchte dies gerade deshalb als Gelegenheit nutzen, um einer Unterscheidung nachzugehen, die jene Überschrift betrifft.

Die Unterscheidung, mit der ich an die Überschrift anschließe, lautet wie folgt:

Eine (1) „lernende, sich anpassendes Struktur“ ist etwas anderes als eine (2) „Struktur, in dem Lernen und Anpassung möglich sind“.

Die Frage, der ich damit im folgenden nachgehen will, ist die, wie radikal man ein solches System oder eine solche Struktur denken muss und denken kann. Natürlich gibt es nicht nur oberflächlich anpassungsfähige Systeme gibt, in denen die Dynamik kaum mehr als Dekoration sind. Aber der Versuch, das „genuine“, „radikal anpassungsfähige“ System zu denken, erfordert mehr als nur den rechten Willen.

„Radikal anpassungsfähig“ entpuppt sich in diesem Versuch als ein Oxymoron, wenn wir „radikal“ von der Geburt der Verwendungsweise der frühen Renaissance her als Denken „von der Wurzel her“ verstehen. Der Versuch erkundet deshalb den Zusammenhang zwischen der Idee eines solchen Systems und einem anderen Denken, was gewissermaßen anti-radikal ist, oder mit anderen Worten: anpassungs- und lernfähig.

1. DIE ZWEI STRUKTUREN

Eine Struktur (2) mit strategisch gewählten Variablen ermöglicht Anpassung, aber nur in einem festen Rahmen: die Anwendung mag dynamisch sein, aber der Zweck ist statisch. Wachstum bedeutet hier das Erfüllen eines Zwecks (systemimmanenter Telos), während der Weg oder die Umstände flexibel bleiben. Ein solches System ist immer noch stark vertikal

organisiert, man kann (Stichwort Telos) an die Saat denken, die ihren Weg ans Sonnenlicht und in den Nährboden findet (interessant: das funktioniert nur, indem man die Saat nicht mehr als Zentrum von Wurzel und Pflanze betrachtet).

Dagegen ist eine Struktur, die selbst lernt und sich anpasst, selbst variabel, sie steht selbst mit zur Disposition. Sie ist notwendig nichts, was außerhalb des Zwecks existiert. Das bedeutet nicht, dass sie beliebig ist oder dass es keinen Zweck gibt und es bedeutet auch nicht, dass ein Zweck nicht am Anfang stehen kann. Wenn ich eine solche Struktur primär negativ definiere, so ist dies Programm: der Telos ist hier negierbar, aber nur als eine Alternative, die ihm gleichwertig ist. Um das Bild der Saat wieder aufzugreifen: genau wie eine Pilzkolonie aus dem Wurzelwerk einen neuen Pilz an einer anderen Stelle hervorbringen kann, lässt sich hier nicht sagen, dass der Wachstum nach oben (Pflanze) der Zweck ist, dem der nach unten (Wurzeln) untergeordnet ist. Die Struktur, das Wurzelwerk, ist selbst die Anwendung die von dem an der Oberfläche genauso ermöglicht wird wie das, was bei einer regulären Pflanze nur das Fundament ist. Es handelt sich hier um ein radikal horizontale Organisation, die keine Wurzeln mehr in dem Sinne hat, dass ich sie ausreißen könnte, um dem Ganzen den Boden zu entziehen.

In dem Maß, in dem eine Struktur horizontal organisiert ist, es also keine „Struktur selbst“ darunter gibt, wird der Begriff „Struktur“ unterlaufen, aber es bleibt nicht „nichts“ übrig. Was für „Struktur“ geleistet wurde muss sich für den „Zweck“ und „Anwendung“ wiederholen. Dies ist ungleich kontroverser, weil es die Praxis selbst herausfordert.

Wie bereits in der negativen Bestimmung angedeutet, ist der Telos einer horizontalen Struktur nicht fremd, er ist ihr lediglich nicht vorgängig. Natürlich steht er chronologisch (ontisch) am Anfang, nur ist dies nicht wesentlich (ontologisch). Man könnte sagen, der Zweck einer solchen Struktur ergibt sich, und das bezieht sich dann auf den ersten (er gibt auf) wie auf jeden weiteren (er stellt sich ein). Es handelt sich also um einen „Telos ohne Teleologie“, was nicht mehr paradox ist als der Gedanke einer „Struktur ohne unterliegende Struktur“.

Es gibt also Zwecke oder Anwendungsmöglichkeiten in einer horizontalen Struktur. Die nächste Frage muss nun nur noch sein: wie spezifisch oder beliebig sind sie? Wie kontrollierbar sind sie und wie sind sie festgelegt?

2. ZWECK UND ANPASSUNG

Wie bereits angedeutet, sind diese Fragen kontroverser als die Gedanken zur Struktur. Sie sind es deshalb, weil diese Fragen in dieser Form konsequent verworfen werden müssen. Nicht weil sie nicht beantwortbar sind, sondern weil sie eine horizontale Struktur brechen wie ein Putsch eine Volksversammlung. Wir können diese Fragen nicht zugrundelegen, aber wir können Spuren verfolgen, die sie beleuchten. Es ist schließlich nicht so, dass diese Fragen „der Feind von außen“ sind, sondern nur, dass sie sich ergeben müssen.

Ich frage also stattdessen nach der Interaktion verschiedener Zwecke in einer horizontalen Struktur. Wie setzen sie sich gegeneinander durch, wann rückt ein Zweck in den Mittelpunkt und nicht ein anderer?

In diesen Formulierungen ist schon eine Vormeinung angelegt. Und zwar unterstellen sie eine Form von Darwinismus, von Konkurrenz und Durchsetzung des Stärkeren, oder besser, des Passenderen. Ich halte dieses Denkmuster für vorschnell. Nur weil einzelne Teile einer Pilzkolonie ohne andere überleben können, treten sie ja nicht in einen Überlebenskampf miteinander ein. Die Wurzeln versorgen nicht entweder den einen oder den anderen Auswuchs, weil es keine wesentliche Unterscheidung zwischen Wurzel und Auswuchs gibt und damit Versorgung etwas vollkommen anderes bedeutet. Es gibt keine Ökonomie in dem Sinne, dass ein Teil Ressourcen liefert und der andere sie verwendet (Praxisnäher: es gibt nicht die Anwendung unabhängig vom Interface, das Interface ist nicht mehr „zwischen“ irgendetwas als jeder Teil der Praxis, inklusive des Nutzers). Wenn es ein Grundprinzip gibt, dann ist es weniger ein Darwinistisches, sondern eher eines von Kooperation.

Bis zu diesem Punkt habe ich nur den Verdacht der Beliebigkeit der Anwendungen verschärft. Dies ist kein Zufall, sondern das Problem, was in jedem holistischen Ansatz auftritt (Klassische Kritik: um etwas zu erklären, muss ich immer alles voraussetzen, ich erkläre alles und nichts).

Die Tatsache, dass ich innerhalb einer solchen Struktur keine Zwecke vor anderen auszeichnen kann, ist jedoch kein echtes Problem. Anders formuliert: es handelt sich nur um ein Problem, wenn die Struktur selbst beliebig ist. Natürlich ist sie das nie, denn auch wenn ich mich von einem Darwinismus distanzieren will, eine Struktur ja bestehen und das heißt, sich mit ihrer Umgebung und Umwelt auseinandersetzen.

Eine Struktur/Umwelt-Unterscheidung ist tendenziell problematisch. Aber nur wenn ich sie in einen Widerspruch stelle. Keine Struktur reagiert auf eine „rohe“ Umwelt, die sie nachträglich formt. Sie trotzt ihr auch nichts ab. (die Argumentation ist effektiv dieselbe wie in erkenntnistheoretischen Debatten) Vielmehr lässt sie sich auf die Umweltfaktoren ein bis zu dem Punkt, an dem die Unterscheidung Struktur/Umwelt rein heuristisch wird. „Rein heuristisch“ ist jedoch keine Abwertung sondern vielmehr ein Synonym für „pragmatisch gewählt“. Wo eine Struktur endet und wo sie in ihre Umwelt übergeht, entscheidet sich von Fall zu Fall und nie an scharfen Enden und Kanten.

Ist dies wieder eine holistische Sackgasse in die Beliebigkeit? Ganz im Gegenteil, denn mit diesem heuristischen „kommt darauf an“ habe ich ein Kriterium an der Hand um das zu leisten, was der Vergleich von Auswüchsen oder Zwecken innerhalb der horizontalen Struktur nicht bieten konnte.

Dies könnte so funktionieren: je früher, effektiver oder eleganter eine Struktur mit ihrer Umwelt in Berührung kommt, desto sinnvoller ist es, sich an anderen aber parallelen Stellen weiter auszubreiten. Solche Berührungspunkte sind nicht die Grenzen, an denen nichts mehr geht und wo sich die Wurzeln einen anderen Weg suchen müssen, es geht nicht um Widerstand gegen das „große Außen“. Es sind die Punkte, an denen a) ein Ziel in der Form erreicht ist, dass weiterer Aufwand nichts hinzufügen würde und b) deshalb der weitere Verlauf von Strukturen nicht mehr durch Kooperation ausgezeichnet ist. Wo die Umwelt beginnt, ändern sich also die Formen der Interaktion, der Zweck jedes Auswuchses ist es, dies möglichst leicht zu leisten. Ein Auswuchs, der solche (nicht End- sondern Übergangs-) Punkte nicht erreicht, kann jedoch nie eine schlechter sein; ihn zu ermöglichen bedeutet, die Tragkraft der gesamten Struktur/Pilzkolonie zu gewährleisten und neue Felder zu erschließen.

Es gibt also verschiedene Zwecke/Auswüchse und sie lassen sich voneinander unterscheiden, nur nicht gegeneinander ausspielen. Was ein nützlicher Zweck in einer Situation ist, hängt vom Kontext (Umwelt) ab, aber er gilt nie (nicht grundlegend) für die ganze Struktur. Auch das Spektrum der verschiedenen Zwecke ist nur so beliebig wie die pragmatisch gezogene Grenze (besser: der Übergang) zur Umwelt. Die pragmatische Einschränkung darauf, was kooperativ zueinander gehört (was sich fügt) spezifiziert das nur vermeintlich allgemeine Prinzip einer Struktur, was es heißt bestehen zu wollen und sich zu bewähren.

3. TEIL DES SPIELS

Es gibt also sehr wohl Zwecke in horizontalen Strukturen. Nur lassen sie sich nicht kontrollieren und antizipieren. Aber an diesem Punkt bedeutet dies etwas neues: es heißt, dass sie je schon kontrolliert und antizipiert wurden, dass diese Erwartungen nichts sind, was von außen herangetragen wird, sei es durch einen Controller, Supervisor oder User. Sie haben vielmehr die Form von etwas, was schon im Spiel ist, dem man sich als Teil der Struktur auf die Spur kommen muss. Wohlgemerkt nicht bevor man anfängt, sondern indem man anfängt: kontrolliertes Wachstum ist eben noch primär Wachstum.

MAKING USE OF THE USER

DIE WEICHEN, DIE DER BEGRIFF DES NUTZERS STELLT

Ohne die Begriffserklärungen, die dein Inhaltsverzeichnis als Punkt Drei verspricht, bleibt viel von meinen Überlegungen im Bereich der Spekulation. Ich benutze die Einleitung als eine Art Leitfaden, um die Fachbegriffe des Inhaltsverzeichnisses als eine Art Collage zu lesen: jene Fachbegriffe lassen sich zumindest provisorisch recherchieren und die Einleitung erlaubt es mir, nach Spuren deren spezifischen Deutung in deinem Ansatz zu suchen.

Auch wenn diese Herangehensweise sehr vage ist, scheint sie mir äußerst fruchtbar zu sein. Nicht weil ich mir die konkretesten Ergebnisse verspreche, sondern weil dieser Prozess jede Fremdheit, jede Voraussetzung zu etwas macht, an dem ich arbeiten muss. Hätte ich den gesamten Text, wäre es allzu leicht, dies zu überlesen. In genau diesem Sinn nannte ich die Gedanken meiner Mail einen Annäherungsprozess.

In meinem kleinen Aufsatz zu Pilzbefall und Radieschenwurzeln habe ich versucht, den Moment in diesem Prozess transparent zu machen, der dabei ganz am Anfang steht: die spontan geweckten Erwartungen, die sich verselbständigen, noch bevor sie vom „Mission Statement“ der Einleitung in Bahnen gelenkt wurden.

Der nächste Schritt des Annäherungsprozesses wäre nun zu fragen, wo der Aufsatz an der Sache vorbeigeht oder auch nicht. Sprich: die Fremdheit der Fachbegriffe zu nutzen, um jene Reibung zu produzieren, die verloren gegangen wäre, hätte die Versuchung Gelegenheit, aus meinem Aufsatz eine komplette Lesart abzuleiten.

1. PROJEKT VERGLEICH: REIBUNG ERZEUGT HITZE

Exemplarisch will ich das versuchen anhand des immer wiederkehrenden Fachbegriffs der „User-Experience“ und einer Formulierung aus meinem Aufsatz, die dort als Abfallprodukt zwischen zwei Klammern steht: „Es gibt nicht die Anwendung unabhängig vom Interface, das Interface ist nicht mehr ‚zwischen‘ irgendetwas als jeder Teil der Praxis, inklusive des Nutzers“. Im Kontext meines Aufsatzes lässt sich dieser Satz lesen als eine Art von Mehrwert (im Sin-

ne des Aufsatzes ist Abfallprodukt synonym mit nicht-antizipierbarem Mehrwert) weniger in dem Sinne, dass die Perspektive jenes Satzes für sich genommen nützlich sei, sondern in dem Sinne, dass sie eine Art Prüfstein darstellt. Wenn seine Beschreibung fruchtet, haben wir es bei dem Beschreibungsgegenstand mit einer horizontalen Struktur zu tun.

Was dabei undeutlich bleibt: versteht sich dieser zitierte Satz als Baustein deines Ansatzes oder dessen, was es sein müsste, sollte oder könnte? Beabsichtigt hatte ich keine dieser drei Unterstellungen, aber die Frage stellt sich trotzdem. Um sie zu beantworten, stelle ich die Ersatzfrage: wie anschlussfähig ist der Begriff des Nutzers in diesem Satz zu dem Begriff des Nutzers im Fachdiskurs der „User-Experience“?

2. USER EXPERIENCE: DER BEGRIFF DES NUTZERS

In deiner Einleitung weist du darauf hin, wie unscharf verschiedene Fachbegriffe verwendet werden und du kontrastierst die Begriffsverwendung unter Designern mit derjenigen unter Auftraggebern, bzw. zwischen Auftraggebern und Designern. Ich bin denkbar ungeeignet, um hier die Nuancen zu untersuchen. Mir drängt sich jedoch eine grundlegende Gemeinsamkeit in den Verwendungen auf, von der ich mich frage, ob sie nicht eine stillschweigende, unsichtbare Gemeinsamkeit ist, obwohl sie eine explizite Rolle in den Verwendungen spielt. Unsichtbar wäre sie dann nur insofern, dass je schon die Tatsache übergangen wird, dass es auch anders ginge.

Diese Gemeinsamkeit sehe ich in der Rolle des Nutzers als Maßstab und als Ziel, wobei diese beiden Bezeichnungen nicht austauschbar aber wesentlich verknüpft sind. Unter Designern ist der Nutzer der Maßstab, mit dem Quality Control steht und fällt. Sei es durch Fragebögen, Activity Analysis oder Eye Tracking. Auch wenn Designer untereinander vor ihrem Projekt einen Schritt zurücktreten, um kritisch zu betrachten, ob sich ein Aspekt verselbständigt hat, ist der Gedanke an den Nutzer der Maßstab. Für den Auftraggeber ist der Nutzer derjenige, der erreicht werden soll, wobei zugegebenerweise offen bleibt, in wieweit Handlungskonsequenzen (Kaufen, Kunde bleiben etc.) als Resultate oder bereits als Kriterium für Erreicht-sein gedacht werden.

Mit jedem weiteren Detail würde ich mich wohl in die Nuancen verstricken, die ich nicht genug kenne. Deshalb muss ich in den nächsten Schritten mit weniger Illustration auskom-

men. Ich habe die Verwendung des Begriffs des Nutzers holzschnittartig einmal als Maßstab für Designer und dann als Ziel für Auftraggeber skizziert. Zuvor war meine These: diese beiden Kriterien sind wesentlich verknüpft. Wie passt das zusammen? Die triviale Antwort ist: beide Verwendungsweisen stehen zueinander in einem Verhältnis, das von Erwartungen geprägt ist, folgerichtig sind die Verwendungen verknüpft. Doch diese Antwort beschreibt nur die Reibungen der unterschiedlichen Verwendungen, nicht die Gemeinsamkeit.

Genauer betrachtet ist schon der Nutzer als Maßstab auch als Ziel gedacht. Das Projekt, also der Bereich in dem Entscheidungen und Einfluss möglich sind, endet beim Nutzer. Natürlich wird eine etwas klügere Designperspektive nicht ein Projekt als etwas in sich geschlossenes, genügsames konzipieren. Die Selbstbeschränkung auf das Beeinflussbare ist ja keine Form von Solipsismus, sie denkt das Interface im Sinne der Nutzung, beispielsweise Aufforderung und Anreiz als Teil des Projekts. Ihre Frage nach dem Nutzer kennt sowohl die Formulierung: was kann das bewirken, was wir gemacht haben?, als auch: was passiert mit dem, was wir gemacht haben? Selbst wenn ich die Formulierung ‚das Projekt endet beim Nutzer‘ etwas öffne, hieße es immernoch ‚das Projekt endet mit dem Nutzer‘. Es bezieht ihn natürlich mit ein, aber er bleibt eine Art von Black Box, der ich Anreize gebe und von der ich eine Reaktion erwarte. Der Nutzer als Maßstab ist Ziel in dem Sinne, dass er aufgefordert wird, sich dem Projekt zu öffnen – aber als eine Entität, die wesentlich zunächst in sich geschlossen ist und geschlossen bleibt.

Eine andere Art, den Nutzer zu denken bedeutet nicht, den Aufforderungen stärkere Impulse hinzuzufügen und den Nutzer als etwas zu denken, das sich steuern, kontrollieren oder knacken lässt. Im Gegenteil, dies baut um so stärker auf dem Gedanken der geschlossenen Entität auf. Wenn der Auftraggeber den Nutzer als Ziel denkt, träumt er vielleicht in gewisser Weise von solchen stärkeren Impulsen, aber de facto kann er darauf verzichten. Er kann sich auf die Reaktionen beschränken, wenn er etwas quantifizieren will. Hits, Likes, Bestellaufträge und so weiter sind hinreichende Ziele. Selbst so etwas wie Markenbindung, was versucht ist, Unterstellungen des Nutzers zu formulieren, sind letztendlich statistische Quantitäten. Der Auftraggeber kann also in einer sehr spezifischen Art und Weise darauf verzichten, den Nutzer als Maßstab zu nehmen. Er wird wieder als Black Box gedacht, was der Bottom Line des Interesses an Resultaten nur zu gut entspricht. Aber das kann nicht darüber hinwegtäuschen, dass die Idee des Nutzers als Maßstab auch hier damit verzahnt ist, wenn auch primär als der Aspekt, wegen dessen die Auseinandersetzung mit dem Nutzer outsourced an den Designer übertragen wird.

3. DER OFFENE NUTZER: ANSCHLUSSFÄHIGKEIT UND INTERFACE

All das scheint recht unverfänglich und Common Sense zu sein. Sollte dies tatsächlich Notwendigkeiten, wesentliche Dynamiken des Geschäfts beschreiben, dann hätte der oben zitierte Satz aus meinem Aufsatz keine Relevanz. Er wäre schlicht nicht anschlussfähig. Wenn ich ihn aus ihm eine Alternative herleiten will, ist er dies wohl auch nicht. Die Hürden wären einfach zu groß, er stellt zu viel in Frage, darunter die heilige Kuh der direkten Resultate.

Ich kann den Satz jedoch auch weniger normativ lesen und ihn als die Behauptung verstehen, er skizziere überhaupt nichts Neues, sondern beschreibe im Grunde genau das Business as Usual. Der Grund, warum er begrenzt anschlussfähig dasteht, wäre dann darin begründet, dass er Aspekte mitformuliert, die routinemäßig als irrelevant ausgeklammert werden. Diese zwei möglichen Lesarten sind in Wahrheit wohl nicht voneinander zu trennen. Denn selbst wenn ich die zweite, deskriptiv-dekonstruktive Lesart wähle, muss ich den Begriff des Nutzers in der gerade beschriebenen Verwendung angreifen. Es sei denn, ich verstehe die beschriebene Verwendung als einen Modus dessen, an das sich mein Aufsatz herantasten wollte, etwas was je schon praktiziert wird.

Es hieß: „Es gibt nicht die Anwendung unabhängig vom Interface, das Interface ist nicht mehr ‚zwischen‘ irgendetwas als jeder Teil der Praxis, inklusive des Nutzers.“ Was hier behauptet wird, ist dass es keinen wesentlichen Unterschied zwischen Nutzer und Anwendung (Projekt) geben muss. Damit wird bereits ein spezifischer Begriff des Nutzers unterstellt, nicht geschlossene Black Box, sondern offener Handlungsbereich. Erst durch einen solchen Begriff von Nutzer macht die Behauptung Sinn, eine Anwendung müsse nur offen genug sein, um den Unterschied zum Nutzer fließend werden zu lassen. Dies ist der scheinbar fundamentale Unterschied zu dem Nutzer der User Experience.

Wenn ich nun die normativen Untertöne des Satzes abtrage, könnte ich sagen: auch die ‚herkömmlichere‘ Perspektive unterstellt eine Parallele von Anwendung und Nutzer, nur dass beide gewissermaßen als geschlossene Entitäten gedacht werden; eine selbsteingestanden unvollständige Grundannahme, die durch ein vages, zwirbelrüsenartiges Konstrukt des Interface ergänzt wird.

Der Unterschied zwischen den Perspektiven auf den Nutzer ist dann gar nicht so grundsätzlich, er verlagert sich eher darauf, welche spezifischen Erwartungen an ihn gestellt werden, was man ihm zutraut. Vielleicht geleitet von einer Interesse, auch und gerade die Nutzer zu

erreichen, die erst überzeugt und gewonnen werden müssen, leitet die ‚herkömmliche‘ Perspektive einen allgemeinen Begriff des Nutzers ab, obwohl es sich dabei nur um einen Modus des Nutzens handelt.

Dies ist nützlich, da der Konterpart zu jenem Nutzer die Anwendung ist, die in genau dem Maße einsichtig, kontrollierbar und quantifizierbar scheint, wie es der Nutzer nicht ist. Hier ist etwas vorzuzeigen und es „entspricht“ dem Nutzer analog der Phantasie, einen privilegierten Zugriff auf seine eigene Subjektivität zu haben und davon Allgemeines ableiten zu können. Die Bruchstelle ist dann wiederum das Interface, was weder zum einen noch zum anderen gehören will und was trotzdem die Unterscheidung dessen beansprucht, was Bedürfnissen entspricht und was Bedürfnisse produziert.

Traue ich meinem Nutzer mehr zu, muss ich auch von meiner Anwendung mehr erwarten. Dies ist der Grund für die große Zumutung, die große Ungewissheit, mit der der Gedanke des offenen Nutzers scheinbar droht. Was soll überhaupt konkret folgen aus einem solchen Gedanken? Eine Science-Fiction einer neuen Art von Code, eine neue Art von direkterem Interface, Datenbuchsen und AI? Nichts von alledem und doch, in Donna Haraway’s Sinn¹ – genau das. Der Designer braucht keine neuen Werkzeuge und der Auftraggeber muss auf nichts verzichten. Sie müssten nur ihre Begriffe auf ein weiteres Feld anwenden und zulassen, dass sie sich daran beginnen zu wandeln.

Es ist nicht das Design-Projekt, was eine kryptische Form von Offenheit leisten muss, genauso wenig wie ein offener Nutzer eine körperlose Gestalt ist. Man muss nur das Projekt nicht beim Nutzer enden lassen, sondern ihn als Teil des Ganzen betrachten und in einem weiteren Schritt seine Handlungen und Reaktionen als Teile des Designs. Konkret bedeutet das, den aktiven Nutzer als Multiplikator, Aushängeschild und Teilhaber zu betrachten.

Ein so weit gefasstes Design-Projekt ist offen in dem Maß, wie es nicht beim Nutzer endet, auch nicht in dem Sinne, dass jene Formen der Aktivität als begrüßenswerte Resultate gesehen werden. Dies ist nun wirklich nichts Neues, aber um es noch einmal zu wiederholen,

1 Gemeint ist, dass all jene Science-Fiction-Metaphern im Grunde erst formulierbar werden, wenn sie etwas beschreiben, was bereits Praxis ist. Die Form, die sie annehmen – Verschmelzung von Fleisch und Metall, Geist und Computer etc. – werden als Probleme und Herausforderungen artikuliert. Sie demonstrieren dadurch allerdings nur die Probleme, die Praxis positivistisch, auf der buchstäblichen Ebene der vulgären Maschinenfantasie zu fassen. Der reale Cyborg, das mit der Maschine verschmolzene Wesen, existiert bereits kabellos, wann immer ein Mensch am Computer sitzt und zugleich ‚bei der Sache ist‘ wie ‚von der Sache eingenommen ist‘. Verschmelzen bedeutet dann intuitiv mit der Maschine umgehen, indem wir von ihr Kriterien lernen, was intuitiver Umgang bedeutet. (vgl. Donna Haraway, *A Cyborg Manifesto*, 1991)

alles was sich hier zeigt, ist wie ernst man den Nutzer nehmen muss, um diese Formen der aktiven Interaktion zu inspirieren.

Ernst nehmen bedeutet nicht, ihn noch stärker zum Maßstab zu machen, sondern einen Schritt weiter zu gehen: es geht nicht um das Projekt und seinen Maßstab, sondern um Kriterien des Passens zwischen Anwendung, Nutzer und Reaktionen. Das stellt keinen der Tests in Frage, in denen der Nutzer als Maßstab verwendet wird, aber es stellt erweiterte Anforderungen an die Auswertung dieser Tests.

Solange man auf den Nutzer hinarbeitet, nimmt man ihn in einer gewissen Hinsicht nicht ernst, traut ihm wenig zu. Der Nutzer als Ziel kann weniger, als er könnte, und dies zu optimieren beginnt bereits sehr früh. Der Begriff „User Experience“ mag zu vage sein, um unterstellen zu können, dass darin diese Probleme bereits angelegt sind. Ich würde trotzdem lieber die Schwierigkeiten im Blick behalten und stattdessen von „User Emergence“ sprechen.

4. THE BALL IS IN YOUR COURT

Meine Frage war zu Beginn, inwieweit mein Aufsatz an der Sache vorbeiging. Es ging mir darum, Reibung mit fremden Fachbegriffen zu produzieren. Ich wollte wissen, welche Funktion jener eine Satz aus meinem Aufsatz für deinen Ansatz hat.

Ich habe meine Frage an diesem Punkt eher verwischt als beantwortet. Ich weiß immernoch nicht, wie viel ich hier parallel nachzeichne, variiere oder umstoße. Vermutlich ist es kein Zufall, dass ich die Frage nach deinem Begriff von Holismus hier nie explizit stelle und trotzdem immer wieder umkreise. Es ist und bleibt das, was es sein sollte: die elaborierte Form einer Frage, die ich dir stellen muss.

WUNSCHPRODUKTION UND WIDERSPRUCH

Ausgehend von der Frage, was „Experience“ eigentlich heißen soll, bin ich auf den Holzweg gekommen. Der mehr oder weniger spontane Eindruck, dass das Vorbild oft so etwas wie eine Attraktion im Freizeitpark sei („Disneyland-Ride“), hat nicht Ruhe gegeben. Vor allem weil diese Beobachtung kaum zu trennen ist von einer Perspektive auf die Designer oder Entwickler als Deppen, die entweder nicht wissen, was sie tun, oder denen sich im besten Fall aufgrund intellektueller Bequemlichkeit ein Fehler einschleicht.

Diese Perspektive kommt nicht von ungefähr, schließlich ist dein Ansatz stark geprägt von der Ambition, etwas besser oder anders zu machen. Aber wenn ich das übernehme, ohne genau zu wissen, warum sie das tun, was sie tun, gerät diese Perspektive in eine Schiefelage. Nicht zuletzt deshalb, weil ich meine Verstehensbemühungen unterstelle und damit den Maßstab eines Verstehens im Sinne eines distanzierten Überblicks. Und schon endet eine Bestandsaufnahme vorschnell mit „sie wissen nicht, was sie tun“ (eben „Disneyland Ride“). Um mich dagegen zu impfen, versuche ich es einfach mal mit der Annahme, dass es so wie es läuft, funktioniert. Die Frage ist dann erst einmal nicht, wie sollte es laufen, sondern wie läuft es. Radikal bedeutet das: Konflikte oder Probleme werden nicht diagnostiziert, sondern daraufhin befragt, ob sie nicht als positive Funktionen gelesen werden können.

Es geht nicht darum, alles schönzureden. Es geht auch nicht nur darum, mich mit einer größeren Sorgfalt zu impfen. Es geht darum, ein Repertoire zu erarbeiten, indem zwischen Konflikten und Problemen unterschieden werden kann, die Lösungen fordern auf der einen Seite, und solchen, die Notwendig sind (ob sie notwendig sein müssen, ist eine andere Frage). Erstere kennen wir zu gut, die anderen müssen wir erst finden, damit wir sie später miteinander verhandeln können.

Es geht also darum, eine Form von „funktionalen Problemen“ zu finden und zu begreifen. Dies ist einerseits etwas so allgemeines wie die Frage nach einer logischen Form, andererseits ist es immer schon konkret, weil abhängig von einem spezifischen Kontext, ohne den sich kein Konflikt ergeben kann. Ich beginne also so allgemein wie ich kann und werde so

spezifisch, wie ich muss, damit die Verbindung zur Frage nach „Experience“ auf der Hand liegt.

1. BEDÜRFNISSE BEFRIEDIGEN UND WÜNSCHE WECKEN.

Etwas verkaufen bedeutet: einen Markt zu erschließen. Einen Markt zu erschließen bedeutet: Kontrolle über die Rahmenbedingungen des Verkaufs zu erlangen. Die Rahmenbedingungen sind Angebot und Nachfrage. Der grundlegendste und immer schon vorausgesetzte Aspekt davon ist nicht die Konkurrenz und der Kunde, sondern der eigene Verkauf selbst. Ein Geschäft funktioniert nur, wenn es sich nicht selbst Konkurrenz macht; ein Geschäft kann nicht sein eigener Kunde sein.

Genau so trivial wie diese Bedingungen muss sein, dass kein Geschäft den Kunden zufrieden stellen darf. Das würde bedeuten, ihn aus der Kundenrolle zu entlassen. Ein Artikel, den man nur einmal braucht, ist so marktfähig, wie er Unzufriedenheit, z.B. Neid, bei anderen Kunden produziert. Lässt sich dieser Artikel sogar noch unter vielen teilen, ist er nur noch marktfähig, wenn er nur kurzfristig seinen Zweck erfüllt. Das kann seine praktische Funktionsweise betreffen oder seine Statusfunktion, wenn er schnell von einem anderen Produkt abgelöst, übertrumpft wird.

So gesehen erscheint es als reine Inszenierung, wenn sich ein Verkäufer darum kümmert, einen Kunden zufrieden zu stellen. Es kann ihm nicht darum gehen, Bedürfnisse zu befriedigen, sondern sie zu wecken. Verkaufen heißt nicht: Wünsche erfüllen, es heißt: Wünsche produzieren.

Interessant ist, dass für diese Dynamik der Verkäufer seine Inszenierung überhaupt nicht durchschauen muss. Die oberflächliche Antwort hier wäre: er ist eben nur das unterste Glied in der Kette, er funktioniert eben gemäß der Aufgaben, die ihm anvertraut werden. Dies stellt ihn als den nützlichen Idioten dar, der in seiner Ignoranz zur größten Leistungsfähigkeit in Sachen Verbindlichkeit und Aufrichtigkeit gegenüber dem Kunden aufläuft.

Eine solche Charakterisierung macht nur Sinn, wenn sie ihn gegen einen anderen Typus abgrenzt, den kalkulierenden Lenker hinter den Kulissen oder in der höheren Etage. Aber wo findet er sich? In welcher Position ist es nützlich oder sogar notwendig, diese Dynamik zu „durchschauen“ und der Zufriedenheit des Kunden einen Riegel vorzuschieben?

2. WAS KANN UND WAS MUSS WUNSCHPRODUKTION?

Vermutlich ist die Antwort: nirgendwo. Nicht der Produktentwickler, nicht der Manager, nicht der Werber und nicht der Verkäufer können es sich leisten. Und trotzdem, insofern es erfolgreiche Geschäftsmodelle gibt, arbeiten sie ohne Unterlass an nichts anderem als an einer Wunschproduktion, die nichts so sehr fürchten muss, wie ihre Erfüllung.

Sie produzieren Wünsche obwohl, sie daran arbeiten, sie zu erfüllen. Und: sie kümmern sich nicht darum, außer in der Form, so weiter zu machen wie bisher. Zuletzt: sie benötigen niemanden, der sie darauf hinweist. Der Schluss, der sich aufdrängt, ist einfach: der scheinbare Widerspruch zwischen dem was sie effektiv tun und dem, worum sie sich kümmern, ist keiner.

In einer rein deskriptiven Betrachtung muss ich nach der Funktion von Widersprüchen fragen und ihnen eine operative Fruchtbarkeit unterstellen. Und dann heißt es: Sie produzieren Wünsche, indem sie versuchen, sie zu erfüllen. Denn es geht ja nicht darum, beliebige Wünsche zu wecken, sondern spezifische. Was macht einen Wunsch spezifisch? Das Versprechen seiner Erfüllbarkeit auf die eine statt auf die andere Weise. Ein produzierter Wunsch ist ein produktiver Wunsch, insofern in ihm ein Plan steckt. Im Gegensatz zu vager Unzufriedenheit ist er gerichtet, versteht er sich als erfüllbar.

Einen solchen Wunsch kann man nur produzieren, wenn man von seiner spezifischen Erfüllung beginnt. Die Tatsache, dass diese Erfüllung als Versprechen die Funktion hat, den Wunsch zu produzieren, den sie erfüllt, steht nicht am Anfang, sondern am Ende des Produktionsprozesses. Es ist also zumindest deutlich, warum sich der Verkäufer nicht darum kümmern muss.

Offen ist noch die Frage, warum er sich nicht darum kümmern kann oder sollte, warum der Fall, in dem er sich um diese Dynamik gar nicht bewusst ist, ein Funktionsideal darstellt. Man kann das, was als Widerspruch aufgetreten ist und zur Funktionsbeschreibung geworden ist, um ein Stück erweitern oder präzisieren. Es hieß: Wünsche werden produziert, indem an ihrer Erfüllung gearbeitet wird und nicht: Wunscherfüllungen werden produziert, indem daran gearbeitet wird, Wünsche zu wecken. Letzteres skizziert das Bild vom Verkäufer, der dem Kunden Bedürfnisse in den Kopf setzt. Dies ist naiv und falsch, weil es den Kunden zum Opfer und zum Gegenstand eines Prozesses macht, in dem er viel mehr ist

als ein Endpunkt. Es verteuft die eine Seite, was eher egal ist, aber es nimmt den aus der Verantwortung, den es davon abgrenzt und unschuldig spricht, was fatal ist.

Wenn ich nun endlich die Erweiterung vorlege, kann es heißen: unerfüllbare Wünsche werden produziert, indem an ihrer Erfüllung gearbeitet wird. Ein unerfüllbarer Wunsch ist hier nicht vage und allgemein. Es geht ja um produzierte Wünsche, die immer spezifisch sind, weil sie vom Erfüllungsversprechen her konzipiert werden.

Hier zeigt sich wieder der zur Funktionsweise verarbeitete Widerspruch: egal was ich für Wünsche produziere, sie bleiben Erfüllungsversprechen – selbst dann wenn ihre Unerfüllbarkeit vollkommen offenkundig ist.

3. WO BLEIBT DER WIDERSPRUCH? DER KUNDE ALS ABNEHMER

Nun wird kein Verkäufer auftreten und sagen: ich verspreche, dass mein Produkt nicht hält, was es verspricht. Aber genau das ist der Punkt. Es geht überhaupt nicht darum, dass der Widerspruch zum Merkmal wird. Der Widerspruch tritt erst dort zu Tage, wo er aufkommen muss: beim Kunden, dessen Bedürfnis einerseits befriedigt ist, der aber unzufrieden bleiben muss, um Kunde zu bleiben. Mit anderen Worten: das Problem muss beim Kunden liegen. Ohne den Kunden, der mit seiner Ernüchterung allein gelassen wird, der nicht das Gefühl bekommt, seine Erwartungen während des Kaufs hätten die des Besitzes in den Schatten gestellt, kommt der Produktionsprozess um Ende.

Er geht weiter, wenn der Kunde den Grund für den Widerspruch sich selbst sucht, ihn nicht findet und beim Verkäufer neue Antworten erhofft. Der Kunde verinnerlicht einen Widerspruch, der ihm zugeschoben wird, der ihm aber nicht fremd werden kann. Es ist nicht irgendein Widerspruch, sondern einer, der dem Prozess fremd ist, aus dem heraus er zugeschoben wurde. Denn er ist darauf hin maßgeschneidert, erst dort zu passen, wo er nicht hingehört: beim Kunden, der den Fehler bei sich selbst sucht und damit immer neue Bedürfnisse als das Material reproduziert, aus dem Träume und Wünsche sind.

Das Verhältnis von Verkäufer und Kunde ist letztendlich in Reinform das zwischen Drogenhändler und Junkie, und zwar im wertfreien Sinne Burroughs. Das sagt zwei Dinge: der Markt funktioniert, indem der Käufer bittet, Käufer sein zu dürfen, weil er seine Abhängig-

keit verinnerlicht hat. Und: der Markt muss seine Dynamik nicht verstecken, wenn der Verkäufer mit Verachtung das Elend reproduziert, von dem sein Produkt Erlösung verspricht. Nur weil die Verhältnisse beim Drogendeal an der Straßenecke auf der Hand liegen, bricht das System nicht daran zusammen. Im Gegenteil, es wird weggedrängt in seiner obszönen Direktheit. Der bürgerliche Beobachter folgt dem Bedürfnis, sich nicht darin gespiegelt sehen zu müssen, indem er sich neu teuer einkleiden lässt, um bloß nicht mit dem Junkie wechselt zu werden. Und natürlich sieht er die Verachtung, die diese Szene ihm gegenüber ausspricht, natürlich sieht er darin auch sein Elend, aber natürlich sieht er es nicht darin, dass er dem Versprechen folgt, es müsse nicht seines sein.

4. MEHRWERTE

Es ist also nicht verwunderlich, wenn ein Produktdesigner etwas konzipiert, was so rund und präzise gestaltet ist, dass das einzige, was daran schiefgehen kann, der Benutzer ist. Der Gedanke vom Nutzer oder Kunden als Störfaktor ist nicht absurd, sondern folgerichtig. Probleme entstehen nur, wenn der Kunde den Fehler bei sich selbst sucht. Ein solcher Produktdesigner braucht also die Hilfe eines „Anwalts des Nutzers“, nicht um ein nutzerfreundlicheres Produkt zu entwerfen, sondern um dazu einen Nutzer zu schaffen, der auch tatsächlich schiefgeht.

Dieser „Anwalt“ würde den Produktionsprozess wieder in die Bahnen der Arbeit an der Bedürfnisbefriedigung lenken, wo der Produktdesigner allzu gut verstanden hat, was von ihm erwartet wird. Allzu gut, weil er droht, die Widersprüche auszubügeln, ohne die alle Räder still stehen.

Die letzten zwei Absätze wären nur ein Beispiel für den Wert, den die vorherigen Betrachtungen als Analysewerkzeug haben können. Ich hoffe, es ist etwas besser, als auf der Disneylandmetapher herumzureiten, obwohl die auch einiges hergibt, z.B. die Funktion von Wartezeiten und Massendrängelei.

Und natürlich ist die Gefahr groß, sich vom Fatalismus dieser Perspektiven anstecken zu lassen. Aber so ist das eben mit Impfungen, sie bestehen aus einer gerade so verträglichen Dosis dessen, dem man zum Opfer fällt, wenn man sich später damit infiziert.

WEGE AUS DER MASCHINE

1. NEUER ANLAUF MIT BLICK ZURÜCK

In meinem Text zur „Wunschproduktion“ habe ich versucht, die Probleme oder Widersprüche in einem Produktions- und Kaufprozess nicht als Mängel, sondern als Garanten für die Dynamik des Prozesses zu lesen. Ein gutes Angebot ist nicht etwas, von dem man sagt: das ist ein gutes Angebot, sondern etwas, das man wahrnimmt: das lasse ich mir nicht entgehen. So trivial das erscheint, so schwer ist diese Dynamik zu fassen, wenn ich ein Designkonzept als geschlossen und rund idealisiere. Was für sich steht, braucht niemanden und niemand braucht es.

Der Begriff des Problems wurde dabei paradox: ein Designer geht mit dem Problem um, ohne es als solches zu bemerken. Dabei verkennt er gewissermaßen, dass es ein Problem gibt, aber zugleich geht er auf die genau richtige Art damit um. Denn das Problem ist kein Fremdkörper, den es auszubügeln gilt. In dieser Bedeutung ist es kein Problem und dass er es nicht konfrontiert, gibt ihm in einer doppelten Wendung recht.

Diese Perspektive illustrierte eine komplexe Rolle des Abnehmers, dessen Aktivität eingerechnet wurde als eine komplementäre Funktion des Prozesses. Letztendlich stellte sie den Prozess und seine Notwendigkeit in einem sehr fatalistischen Licht dar. Das Interesse des Designers am Nutzer wurde genauso zu einer Funktion des Prozesses, in dem es nicht nur als Interesse am Nutzer als Kunden entlarvt wurde, sondern als Modus eines Desinteresses. Der Designer stellt nur noch sicher, dass er sich in einer Art um den Nutzer sorgt, die sicherstellt, dass seine Bedürfnisse ihn nicht aus dem Prozess entlassen.

Der „Fehler“ dieser Betrachtung besteht nicht darin, eine Teilfunktion des Prozesses übersehen zu haben. Sie ist fatalistisch, weil sie so geschlossen argumentiert wie der Prozess, den sie sich vorgenommen hat. Es gibt nicht die Sollbruchstelle, an der die Maschine „geknackt“ werden könnte, beziehungsweise ist diese bereits antizipiert und zur Schnittstelle mit dem Nutzer verarbeitet. Der „Fehler“ besteht nicht in der Sache, sondern in der Gleichsetzung der Geschlossenheit der Sache mit der Geschlossenheit der Argumentation. Wie im vorherigen Absatz formuliert, stellte sie den Prozess nicht „letztendlich“ in einem fatalistischen Licht dar, sie tat dies „von Anfang an“.

Sämtliche Eigenheiten der Perspektive folgen bereits daraus, dass es sich dabei um eine entschlossen systemische Perspektive handelt. Dass sie dabei individuelles Handeln nur in einem sehr begrenzten Sinne (nämlich als Kontingenz) in den Blick bekommt, ist eine Sache. Eine andere ist, dass das beschriebene System seine innere Notwendigkeit für eine äußere Notwendigkeit ausgibt. Nichts an der Betrachtung legt nahe, dass es nicht auch anders geht, und wenn das auch nur heißt: es lassen sich auch andere, ebenso geschlossene Maschinen für die Wunschproduktion entwerfen.

Ironischerweise wurde der radikal-kritische Ansatz der Betrachtung so gerade affirmativ. Das ist der Kern der fatalistischen Diagnose: die Kritik setzt am Wesentlichen an und stützt mit ihrer eigenen Legitimation immer im selben Maß den als ebenso Wesentlich verstandenen Konflikt. Um eine ältere Formulierung neu zu bemühen: die Radikalität als Besessenheit mit Wurzeln gräbt das Unkraut nur noch tiefer ein.

Echte Kritik müsste also einen anderen Weg nehmen. Vielleicht den eines zunächst bodenlosen Optimismus. Mit der Sorge im Hinterkopf, dass die Konflikte auf eine andere Art wieder auftreten werden. Aber genau diese Sorge garantiert, dass er bodenlos bleibt, dass er kein falsches Fundament von dem bereits beschriebenen Prozess übernimmt, wenn die Frage lautet: wie geht es anders?

2. EINE ANDERE DYNAMIK

In der Beschreibung der Wunschproduktion waren die Funktionen klar verteilt; die Dynamik resultierte aus einer Doppeldeutigkeit der jeweiligen Funktionen. Es gibt das Angebot, das Produkt und den Abnehmer. Der Abnehmer ist zunächst Endpunkt des Prozesses, muss es aber immer wieder neu werden. Das Produkt erfüllt zunächst seinen Zweck für den Abnehmer, aber der darf nie im Widerspruch stehen zu dem Zweck, weiterhin ein gutes Geschäft zu garantieren. Das Angebot vermittelt zunächst das Produkt, lädt es aber mit Funktionen auf, die es nicht erfüllen kann.

Will ich es anders machen, muss ich weiterhin in der Lage sein, die Dynamik des Prozesses zu fassen. Ohne das „innere Bedürfnis“ des Prozesses, sich zu reproduzieren, bekomme ich überhaupt kein funktionierendes Geschäftsmodell in den Blick. Die Frage „Wie geht es anders?“ muss also ansetzen bei einer anderen Beschreibung von Dynamik.

Ein offensichtlicher Ansatzpunkt ist die erwähnte klare Trennung der Funktionen. Löse ich diese auf, kann ich die Dynamik in ihrem Verhältnis verorten, statt im inneren Spiel der einzelnen Funktionen. Was damit fallen würde, ist die Beschreibung der bisher starren Verhältnisse der Funktionen als einer linearen Verschiebung der inneren Widersprüche von der einen zur nächsten, mit dem Abnehmer am Ende der Kette. Der Beieffekt wäre das Ziel: die Emanzipation des Abnehmers oder Nutzers.

3. PARALLELE FUNKTIONEN

Mit diesem Ansatz, der Auflösung der starren Aufteilung der Elemente, sind wir interessanterweise mitten in der Diskussion über die Anforderungen und das Potential von User Experience Design. Das Verhältnis der Gestaltung der Nutzung des Angebots und der Nutzung des Produkts diskutiert schon genau das. Dieses Verhältnis ist notwendig nicht mehr starr gedacht, da die Nutzung doppelt genannt wird. Die Nutzung des einen bestimmt die des anderen, es gibt eine wechselseitige Anpassung. Das Design eines Angebots lässt sich nicht allein daran messen, ob es den Umgang mit dem Produkt hinreichend vorstellt. Der Umgang mit dem Produkt ist zusätzlich und in ähnlichem Maße in seinem Erfolg von den Mustern abhängig, die der Umgang mit dem Angebot konditioniert. Der Nutzer des einen ist der Nutzer des anderen.

Das bedeutet, zunächst trivial, dass das Angebot so funktionieren muss, wie das Produkt. Der triviale Aspekt: nur wenn das eine funktioniert, funktioniert auch das andere. Der weniger triviale Aspekt: das eine funktioniert auf eine Art, die nicht anders sein kann als die Art, auf die das andere funktioniert. Dieser zweite Aspekt mag ebenso offensichtlich erscheinen, ist es aber nicht. Denn im Modell der Wunschproduktion funktionierte das Produkt in einer gewissen Weise darin, dass es „nicht funktionierte“, während das auf das Angebot nicht zutraf. Dieses Verhältnis hat hier keinen Platz mehr.

Was im vorherigen Modell mit „nicht funktionieren“ gemeint war, bezeichnete weniger einen Mangel am Produkt, obwohl die Dynamik Parallelen zum Verschleiß von Produkten hatte, die nicht zufällig war. Gemeint war, dass ein Produkt durchaus alle Funktionen erfüllt, die versprochen wurden, dass es aber durch das Angebot mit weiteren, impliziten Funktionen aufgeladen wurde, welche es nicht erfüllen konnte. Diese waren wesentlich implizit, also nie ausdrücklich versprochen, so dass daraus nie ein Mangel des Produktes entstehen konnte.

Der Abnehmer hat sich diesen Mangel selbst zum Vorwurf zu machen und wird so zum Endpunkt einer Endlosschleife gewordenen Prozesses.

Es bleiben für das neue Modell also zwei Möglichkeiten. Entweder ich denke Angebot sowie Produkt als genuin funktionierend, oder ich denke das eine sowie das andere als „nicht funktionierend“ in der genannten Doppeldeutigkeit. Ausgeschlossen ist schon einmal ein Funktionsunterschied zwischen den beiden. An diesem Punkt habe ich noch keine Anhaltspunkte dafür, welche der Möglichkeiten zutrifft. Das macht es aber keineswegs zur Sackgasse. Es zwingt den Blick stattdessen von Angebot und Produkt weg auf ihre Gemeinsamkeit, die Rolle des Nutzers. Erst wenn ich verstehe, was sich für seine Funktion ändert, kann ich davon zurückblicken.

4. DIE FUNKTION DES NUTZERS

Die einzige Art, wie die Rolle des Nutzers in die Dynamik der Angleichung von Angebot und Produkt passt, besteht in weiteren Parallelen im Sinne einer Überlappung der jeweiligen Funktionen. Der Nutzer macht mit dem Produkt, was er will. Er bringt die Auseinandersetzung mit dem Angebot hinter sich und wendet sich dem Produkt zu. Was hat das mit den anderen Elementen des Prozesses zu tun?

Die Antwort hängt davon ab, was es bedeutet, sich dem Produkt zuzuwenden. Es handelt sich nicht um ein beliebiges Produkt, so wie die Bedeutung von User Experience in dem aktuellen Sinne nicht im Kontext zu beliebigen Produkten aufkommt. Es handelt sich zentral um Produkte, deren Zweck eine besondere Nähe zu der Struktur des Angebots aufweist: Serviceangebote, Kommunikationsgeräte, Netzwerke. Diese zu nutzen, heißt dann eben nicht, die Auseinandersetzung mit dem Angebot hinter sich zu lassen, sondern sie weiterzuführen.

Diese Verschränkung darf nicht als eine lineare Kette gelesen werden. Es ist nicht so, dass das Angebot etwas vorgibt, was im Produkt reproduziert wird und dann die Nutzung bestimmt. Die drei sind vollkommen verschränkt und das bedeutet eben auch, dass die Nutzung die Funktion des Angebots übernimmt. Konkret: der Nutzer mit seinem Produkt im Alltag inszeniert ein Angebot für alle anderen in seinem Umfeld. Ein Foto eines Werbeträgers mit einem Gerät in der Hand ist nicht weniger zentral oder ursprünglich als der Bekannte in der Kneipe, der es ähnlich hält.

Das bedeutet zweierlei für den Nutzer. Er ist nicht mehr Endpunkt des Prozesses im vorherigen Sinne, er ist Multiplikator. Und dafür steht seine Bedürfnisbefriedigung im Mittelpunkt, auch wenn sie noch so flüchtig sein mag. Wenn er das Versprechen des Fotos nicht für Beobachter reproduzieren kann, kann er es auch nicht vermitteln.

Zumindest für Produkte, die selbst Kommunikationskanäle sind, lässt sich also einiges festhalten. Sie müssen tatsächlich und eindeutig so funktionieren, wie sie versprechen. Denn sie sind vollkommen von ihrer Nutzung abhängig und das heißt eben, vom Nutzer. Nicht unbedingt, weil sie ausschließlich durch Peers und Multiplikatoren Werbung machen, sondern weil zu Kommunikation mehr als eine Person gehört. Ein soziales Netzwerk ist nicht gut und wird zusätzlich von vielen Leuten genutzt, es ist auch nicht schlecht und wird trotzdem von vielen genutzt. Es ist so gut, wie seine Qualität mit seiner Nutzung in eins fällt. Es ist das Richtige für einen weiteren Nutzer, weil jeder da ist.

Die Rückwirkung der Nutzung auf das Angebot ist damit grob skizziert. Aber was bedeutet die Rolle des Nutzers für das Produkt selbst? Nicht viel Neues, da alle drei miteinander verschränkt sind. Das Design eines Produkts ist genau so abhängig von der Nutzung. Nicht, weil die Entwicklungsabteilung ständig neue Modifikationen vornimmt, um den Interessen „auf der Straße“ hinterher zu rennen, zumindest nicht mehr als das je schon geschieht. Aber wenn Nutzung immer auch Angebot ist, dann ist Nutzung auch immer Produkt. Gerät ein Produkt in einen Verwendungskontext als ironisches Retro-Accessoire, treten andere Aspekte in den Vordergrund, als wenn es ein unverzichtbares professionelles Werkzeug ist. Es gibt keine Zweckentfremdung, wenn das Kommunikationsgerät es ein guter Dosenöffner ist, bettet sich das genau so in die User Experience aller Kanäle ein, wie die Rundungen von Buttons und Gehäuse.

Und auch wie ein Nutzer sein Produkt nicht verwendet, gewinnt Relevanz. Zum einen, weil der Verzicht auf die Nutzung genauso ein Angebot formuliert wie die öffentliche Nutzung. Die Demonstration: „es geht auch ohne dieses soziale Netzwerk“ ist so wirksam wie seine Nutzung. Ein Produkt in bestimmten Kontexten verwenden zu können, aber aufgrund von sozialen Konventionen nicht zu tun, produziert Ansprüche an Angebot und Produkt. Will ein Angebot dazu passen, muss es sich mit diesen Kontexten auseinandersetzen, indem es die Möglichkeit, dort eine Rolle zu spielen, im Modus des Verzichts aufrechterhält. Und das Produkt muss die Reibung solcher Kontexte reproduzieren, indem ein Gerät vibrieren kann, statt zu klingeln oder die Nachrichten später noch ablesbar macht.

5. KRITIK UND GEGENKRITIK

Der Nutzer ist Schritt für Schritt in den Mittelpunkt gerückt. Man sollte nicht vergessen, dass es sich dabei um ein Resultat der Argumentation handelt, die ihre eigenen Gründe hatte, sich auf ihn zu konzentrieren. Es ist keineswegs gegeben, dass die Bedürfnisse des Nutzers hier genuin einen Machtfaktor darstellen.

Die Bedürfnisse des Nutzers werden gewissermaßen ernster genommen, aber gewissermaßen nur mit größtem Zähneknirschen. Es lässt sich gut als ein minimales Zugeständnis beschreiben, das nur eingegangen wird, weil man ihn braucht, um den nächsten Nutzer zu erreichen und damit den übernächsten und so weiter. Aus dem Nutzer, der zum Opfer der Ausbeutung seiner Wünsche wird, wird nun ein Nutzer, der Komplize in der Ausbeutung des nächsten Nutzers wird. Der Serientäter wird zum Initiator eines Schneeballsystems.

Trifft diese Kritik zu, dann wären die Probleme des Modells der Wunschproduktion nicht verschwunden und auch nicht verschoben worden. Sie wären durch ihre endlose Verschiebung zum immer nächsten Nutzer und dessen jeweilige Komplizenschaft verschleiert. Die Integration des Nutzers hätten eine Distanzlosigkeit als Beieffekt, der die Wahrnehmung des Problems effektiver denn je verhindert. Die Dynamik der Verhältnisse der Elemente des Prozesses verspricht eine Symbiose von Produzent und Nutzer, die sich als Assimilation entpuppt.

Diese Kritik trifft im Kern zu, aber auch nur im Kern. Im Detail zeigt sich ein ironisches Paradox. Angenommen, das Versprechen der Symbiose wäre genuin und der Nutzer würde wäre auf den Prozess rückbezogen, ohne zum „Komplizen“ zu werden. Nur und gerade dadurch würde das symbiotische Verhältnis konterkariert, da ein einzelner Nutzer gegenüber dem Produzenten eine vernichtend kleine Rolle spielt. Erst und genau dadurch, dass das Versprechen der Symbiose nicht genuin ist und immer weitere Nutzer ins Spiel kommen, kann das Bedürfnis nach einer solchen Symbiose eine gemeinschaftliche kritische Masse erreichen.

Die Gefahr und das positive Potential steckt in der Analogie des „Schneeballsystems“, beziehungsweise darin, dass diese Analogie im Detail nicht zutrifft. In einem echten Schneeballsystem werden pyramidenartig Abhängigkeiten geschaffen, die aus jedem neuen Mitspieler einen Komplizen machen. Funktionieren tut das ganze dadurch, dass die jeweils höheren Positionen im System einerseits von den Konflikten und Risiken unter ihnen isoliert werden

und andererseits immer einen Anteil an den Profiten unter ihnen haben. Mit anderen Worten: die Opfer werden zu Komplizen gemacht und insofern diese gegeneinander ausgespielt werden, sind sie wiederum Opfer.

Diese Analogie trifft nicht zu, wenn keine Verkettung der Abhängigkeiten entsteht. Solange ein neuer Nutzer dem vorherigen genuin ebenbürtig ist und das sein muss, um wieder ein erfolgreich ein Angebot zu inszenieren, sind sie sowohl in ihrem Verhältnis zueinander wie auch im Verhältnis zum Produzenten ebenbürtig. Das Resultat ist keine Pyramide und keine Kette von Abhängigkeiten, sondern eine Ballung in Form eines Rings um Produkt, Angebot und Produzent. Jeder Nutzer steht so sehr in einem Verhältnis zu dem Produkt und Angebot wie zum Nutzer neben ihm. Es gibt keinen systemischen Effekt, der sie gegeneinander ausspielt und von einander isoliert. Im Gegenteil: um jeden neuen Nutzer zu integrieren muss der Prozess in Kauf nehmen, dass er sich (funktional) mit anderen Nutzern solidarisiert.

Damit gewinnt der Begriff der „kritischen Masse“ seine endgültige doppelte Bedeutung. Die Nutzer werden erst als Kollektiv mächtig genug, um echte Rückwirkungen erzielen zu können. Und sie werden erst Kollektiv, weil das Versprechen der Symbiose sonst uneingelöst bleibt; der gemeinsame Nenner der Masse ist ihr Bedürfnis nach Kritik.

6. GRENZEN DER ERWARTUNG

Ist das nun die Erlösung und Emanzipation des Nutzers? Nicht notwendiger Weise, aber ganz. Es beschreibt die Möglichkeit, nicht mehr und nicht weniger. Und in einer invertierten Analogie zu den fatalistischen Notwendigkeiten des ersten Modells tut sie das legitim innerlich, indem sie der beschriebenen Kritik entgegentreten kann; und äußerlich, indem sie die Alternativlosigkeit des ersten Modells revidiert. Im Gegensatz zum Modell der Wunschproduktion folgt das eine wirklich auf das andere, da von Möglichkeit auf Möglichkeit geschlossen wird und nicht von Notwendigkeit auf Notwendigkeit.

Allerdings bleibt es auch nur Möglichkeit, selbst wenn das neue Modell in Kraft tritt. Um im Bild zu bleiben, das aus der Kritik entwickelt wurde: das Kollektiv der Nutzer mag das Produkt umzingeln, aber es muss sich im Einzelfall zeigen, ob dadurch ein Monopol des Produkts in seiner Rolle in der Mitte beschrieben wird. Oder ob es sich erlaubt, so durchlässig zu werden, dass es ein dezentrales Netz entstehen lässt, wo Mitte keine sinnvolle Bedeu-

tung mehr hat. Oder ob die notwendige Kritik zu einem ausgedehnten Belagerungszustand führt. Darin, dass all diese Modi möglich bleiben, besteht die Grenze der Emanzipation des Nutzers.

Die Vollkommenheit der Emanzipation, das „aber ganz“, stellt das nicht in Frage, sondern spielt sich auf einer anderen Ebene ab. Die Entkräftung der Kritik erlöst den Nutzer nicht aus seiner Opferrolle. Täte sie das, würde sie in den Begriffen von Opfer und Täter operieren und weiter ein Opfer annehmen. Sie würde, genau wie eingangs der kritischen Geste innerhalb des ersten Modells vorgeworfen wurde, mit ihrer eigenen Radikalität ihrem Anliegen einen Bärenienst erweisen.

Die Emanzipation findet – als Möglichkeit – vollkommen an Stelle von radikal statt, eben weil es keine sinnvolle Unterscheidung von Opfer und Täter oder Komplize gibt. Die Grenzen sind verwischt, nur dass es sich hier nicht um eine Blindheit aus Mangel an Distanz handelt, sondern um die Verwischung der Grenzen zwischen den Funktionen der Elemente. Also genau dort im Verhältnis der Funktionen, wo die Dynamik neu verortet werden sollte. Die Emanzipation des Nutzers gelingt also in dem Maße, wie sie keine Erfolge (wie die Erlösung von der Opferrolle) mehr feiert, sondern selbstverständlich Bedürfnisse geltend macht. Ihr Optimismus ist gerechtfertigt, insofern er bodenlos ist.

7. ANHANG: ARGUMENTATIONSSKIZZEN

UX rückt in den Mittelpunkt des Interesses, wenn die Präsentation und das Angebot eines Produkts nicht mehr streng von dem Produkt selbst zu unterscheiden ist. Wenn es sich z.B. bei dem Produkt um einen Service handelt oder um ein Gerät, das Zugang zu weiteren Funktionen oder Produkten bietet. Wenn die „Channels“ in der Werbung darauf zielen, einen „Channel“ namens Produkt zu etablieren. UX ist integral, wenn das Ziel ist, UX zu verkaufen.

Das Design des Angebots spricht so Versprechen aus und führt vor, was von dem Produkt zu erwarten ist. Es hat Demonstrationsfunktion, so dass die Auseinandersetzung mit dem Angebot keine Hürde, sondern ein Vorgeschmack auf das Produkt ist. Das Design des Angebots muss also dem Produkt gleichen.

Das bedeutet, dass das Produkt auch so funktionieren muss, wie das Angebot. Das heißt zweierlei: es muss auf die Art zu bedienen sein, wie das Angebot. Und: es muss auch als weiteres Angebot funktionieren. Letzteres heißt im Klartext: die Benutzung des beworbenen Produkts ist selbst werbewirksam für weitere Kunden, für Imagepräsentation, für Peer Feedback.

UX-Affine Produkte nehmen also den Anbieter in die Pflicht. Es kann nicht nur ein Bedürfnis verkauft werden, für das ein Produkt Mittel zum Zweck ist. Dieses Model nimmt den Kunden als Endpunkt, welcher vermeintlich kalkulierbar ist; das Bedürfnis bleibt implizit und unbefriedigt, der Widerspruch zwischen Bedürfniswecken und mangelnder Befriedigung bleibt beim Kunden hängen, es kommt zur Wiederholung der Kaufhandlung.

Wenn für die Wiederholung der Kaufhandlung aber dasselbe notwendig ist, wie die Verwendung des Produktes, dann muss das Bedürfnis genuin befriedigt werden. Der scheinbare Widerspruch: wenn es befriedigt ist, kommt es nicht zur Wiederholung. Dies ist bei herkömmlichen Produkten der Fall, nicht bei UX-Affinen. Zum einen, weil sie als Kanäle für wiederholte Nutzungsszenarien fungieren. Zum anderen, weil die Wiederholung im höheren Maße durch die Angebotsfunktion der Nutzung gewährleistet wird (Nutzer wirbt Nutzer durch Vorbildfunktion).

Wenn es heißt: wenn man UX machen will, dann muss das Produkt auch vernünftig sein und dem Nutzer nichts vormachen, dann ist das keine Zusatzbedingung. Es sagt nicht: für dieses Verkaufsmodell muss ein Anbieter besonders in sein Produkt investieren. Es sagt: wie ein Produkt funktioniert, bestimmt seine Werbewirksamkeit, wenn es keinen Widerspruch zwischen der Präsentation und der Funktion gibt. Mit dem Fokus auf das Funktionieren mache ich nicht nur eine passende Präsentation möglich, ich eröffne auch einen zusätzlichen und kostenlosen Angebotskanal: die öffentliche Nutzung des Produkts selbst.

Die Bedeutung, die der Nutzer als „Botschafter“ des Produkts hat, setzt gewissermaßen natürlich dem Anbieter die Pistole auf die Brust: versprich mir nichts, was du nicht halten kannst, sonst zeige ich allen Leuten, dass es auch ohne dein Produkt geht.

Aber das ist immer schon der Fall und kein Zusatzrisiko eines integriertes UX Designs. Dafür Verantwortung zu übernehmen, bedeutet Verantwortung für das Produkt zu übernehmen. Und als Designer wiederum für diesen Zusammenhang Verantwortung zu übernehmen, bedeutet den Kunden vom (passiven) Opfer zum (aktiven) Komplizen in der Maschine der Wunschproduktion zu machen.

Sicher deutet diese Formulierung an, dass sich auf den ersten Blick nichts geändert hat. Aus dem Opfer des Betrugs ist ein Opfer in einem Schneeballsystem geworden. Nur dass dieses System nicht nach der ersten Iteration degradiert und deshalb die Partizipanten nicht gegeneinander ausspielt, bzw. nach Iterationen voneinander isoliert. Es schafft nach der ersten Ebene vielmehr eine Masse, die mehr und mehr Gewicht bekommt.

So wie sich die Unterscheidung aktiv–passiv nicht wirklich anwenden lässt, löst sich die Bedeutung von Opfer mit der Erosion seines Oppositionsbegriffs auf, da die Komplizenschaft einer Form von Solidarität weicht. Ich kehre einen Prozess ins Gegenteil und bleibe den Widersprüchen verpflichtet (vorheriges Opfer wird Mittäter, es gibt immer noch Opfer). Ich lasse den Konsequenzen freien Lauf und schaue zu, wie sie sich aufheben (Mittäter schafft weitere Mittäter, die ihm gleich gestellt sind). In letzter Konsequenz wird der Anbieter in einer Reihe mit den Kunden stehen, da er selbst einem Angebotskanal verpflichtet ist, der sich in nichts von den Kundeninteressen unterscheidet. An diesem Punkt reproduzieren die Kunden nicht mehr die Erfahrung des UX Designs, sondern das Design wiederholt die Kundennutzung.

Hoffnung: „Nutzung des Nutzers“ verspricht Symbiose. Kritik: Problem verschwindet nicht, sondern Distanzlosigkeit verhindert Wahrnehmung. Konkret: Problem wird nicht mehr Empfundener, da es auf immer neue Nutzer abgeschoben wird. Aber: wäre das nicht der Fall, würde der Nutzer radikal abhängig. Erst durch die Verschiebung ergibt sich eine kritische Masse, die dem Produzenten genuin wechselwirksam gegenübersteht. Fazit: gerade weil die Symbiose unabgeschlossen ist, funktioniert sie. Es handelt sich dabei allerdings nicht um eine Kette, die einen großen Bogen beschreibt, sondern um eine homogene Streuung um den Produzenten herum. An einem gewissen Punkt wird er zu einem unter anderen Nutzern (Dezentralisierungseffekt).

ONCE UPON A TIME

„Der böse Mann mit dem kleinen Bart ist noch gar nicht tot! Mindestens zwei mal am Tag sagt er mir hallo...“

Das Märchen vom bösen Drachen IT-Design ist ziemlich gut, ich kann ihn förmlich aus dem alten Lüfter hören, wie er Darth-Vader-mäßige letzte Atemzüge von sich hören lässt. Die hört man schon so lange, dass man sich daran gewöhnt hat wie das laute Ticken der Wanduhr. Und wie ja auch Darth Vader so eine Art Zombie ist, der nicht wirklich den Geist aufgeben will, ist die Sache mit den letzten Atemzügen ein faules Versprechen. Es ist faul, weil die Rede von den letzten Atemzügen nur den rasselnden, ächzenden Klang beschreibt, aber nicht dass sie kurz davor sind, ein für alle mal aufzuhören.

Zurück aus dem Märchenland: ich glaube man verkauft das zu billig, was du als IT-Design beschrieben hast, wenn man sagt: um den User hat sich dort niemand gekümmert. Ich will nun wirklich nicht die grauen Kisten, den weißen Text auf grünem Hintergrund und die ulkigen Textkommandos aufwerten. Aber es ist einfach nicht wahr, dass sie einen blinden Fleck hatten, wo es um den User ging, und dass dies irgendwann einem Genie aufgefallen ist.

Es ist vermutlich eher so, dass der User miteinbezogen wurde, indem sich niemand um ihn gekümmert hat. Wenn der User im IT-Bereich etwas bewerkstelligen wollte, musste er sich verbiegen, anpassen, reinarbeiten. Das ist/war alles eine Zumutung, aber es ist eine spezifisch geprägte Vorstellung des Users inklusive Angebot für ein Selbstbild. Der User wird miteinbezogen, und zwar in dem Modus, dass er dies selbst den Bezug zum grauen Kasten herstellen muss.

Natürlich hat sich das nicht als explizite Marketing/Designidee entwickelt, sondern hat stark etwas damit zu tun, wie die IT-Industrie der Popularisierung von einem Nischenartikel für Spezialisten hinterher gerannt ist und sich das allzu lange leisten konnte. Aber nur weil das nicht wirklich geplant war, heißt nicht, dass der User unbestimmt und allein gelassen wurde. Es war eigentlich das Gegenteil der Fall: indem er allein gelassen wurde und Probleme selbst lösen musste, hat er seine Ansprüche immer den Gegebenheiten angepasst und

sich formen lassen.

Ergebnis: hässliche Computermöbel, gebaut um absurd klobige Kisten herum. Konfuse Applikationen, deren Funktionsmenge das einzige Kriterium der Nützlichkeit war. Benutzer, deren Erfolge einem Gegner abgerungen waren und die in ihrer Spezialistenrolle als Torhüter vor dem Schlachtfeld auf ihrem Schreibtisch Wache hielten.

Warum ist das irgendwie wichtig? Weil es den Wandel zu einem User-zentrierten Paradigma umdeutet und damit die Frage zulässt, wie viel von diesem alten Paradigma noch lebendig oder zumindest untot ist. Die Frage ist dann nicht nur: wie erfolgreich hat UCD seinen Siegeszug angetreten, sondern auch: nach welchen Siegbedingungen misst UCD seine Erfolge? Was ist, wenn das Interesse am User erst dann praktikabel wurde, nachdem er hinreichend in seinem Interesse an der Maschine erzogen wurde? Wenn intuitive Benutzerführung erst dadurch zum Maßstab werden konnte, weil Gewohnheiten eingeübt wurden, bis sie intuitiv wurden, wenn es so etwas wie ein durchschnittlicher Benutzer auf den Plan getreten ist? Vielleicht hat sich das ITDesign nicht erledigt, weil es überholt war und nicht mehr zeitgemäß, sondern weil es als Design nicht mehr notwendig war, um das durchzusetzen, wofür es nützlich war – weil all das selbstverständlich geworden ist.

Ich glaube nicht, dass man nun den Schluss ziehen sollte, der Oberbösewicht sei noch nicht tot genug und man müsste noch einmal ins Dungeon runterschleichen und ihm endgültig den Gar ausmachen. Ich glaube einfach, dass die Einsicht sehr wertvoll ist, dass UCD in dem Maße funktioniert, wie der User zumindest einen Rest von Dankbarkeit, von Erleichterung verspürt, dass das ganze wirklich funktioniert, weil er das untote Gespenst der anmaßenden Rassel- und Rechenmaschine noch gut kennt.

Das trifft natürlich auf verschiedene Nutzergruppen in verschiedenem Maße zu. Es beschreibt vielleicht einen Gelegenheitsuser, der sehr gut weiß, dass innerhalb jeder Applikation, die er regelmäßig benutzt, eine unsichtbare Grenze verläuft zwischen einem vertrauten und einem fremden Bereich. Es beschreibt gut den Expertenuser, der das Gefühl der Herausforderung hinter dem unmittelbaren Angebot sucht oder zumindest zugänglich wissen will. Es beschreibt zunächst am wenigsten den Native User, der seine Ansprüche als selbstverständlich betrachtet und für jede Irritation das Angebot abstrafte.

Aber gerade, weil es nicht überall gleich zutrifft, ist es fruchtbar für ebendiese Differenzierung. Dann würde es eine Frage umdeuten, die sich ein UCD-Schaffender stellen könnte:

was muss ich tun oder was habe ich getan, so dass diese und nicht jene Gruppe von Usern auf mein Produkt ansprechen? Statt die eigene UCD-Praxis zu befragen – was sonst, das alte Paradigma ist ja tot und begraben – würde es dann heißen: was habe ich neben dem, was ich getan habe, unterlassen und war diese Unterlassung gerade das, worauf diese Usergruppe angesprochen hat?

Unterlassung meint hier einfach die Routinen eines alten Technik-zentrierten Paradigmas, die nur noch als Restnotwendigkeiten verstanden wurden (wie noch lange das Eingeben von ulkigen „://“ in Internetadressen). Anders gesagt: die technischen Notwendigkeiten, auch wenn sie alle verschiedenen Designs betreffen, ragen unterschiedlich in jedes einzelne Design hinein. Das Erbe des technischen Paradigmas ist signifikant und das nicht in einer irgendwie allgemeinen oder übergeordneten Art; es interagiert mit einzelnen Elementen eines User-Oriented-Designs wie die einzelnen Elemente miteinander.

Die Idee, dass dies in irgendeiner Art und Weise „neutral“ sei, ist kurzfristig. Genauso wie die Annahme, der User, um den sich alles dreht, sei nicht schon längst ein Zahnrad in der Maschine.

GESTALTEN DES GESTALTENS

„Interessant ist hier, dass es in User Research Kreisen als ausgemacht gilt, das es keinen Sinn macht, den Nutzer nach seinen Wunschfeatures für ein Produkt zu fragen. [...] Aus dem Selbstverständnis heraus, ich bin nicht wie der normale Nutzer, gestaltet der Gestalter das Produkt.“

„Das Design, wie ich es nun im Kontext des Designgestaltens vor mir habe, ist etwas anderes als es im Gebrauchskontext war (hierbei kommen die Bauernschube aus dem Kunstverkaufsatz ins Gedächtnis).“

„Der Nutzer ist auch im UCD nicht wirklich Mitgestalter des Designs, selbst wenn er z.B. in Card Sortings in den Gestaltungsprozess mit einbezogen wird. Inwiefern er es selbst dann nicht ist, könnte interessant sein zu beschreiben.“

Wenn eine Gruppe User so miteinbezogen werden, dann werden sie (vorübergehend) zu Co-Designern und gewinnen eine gewisse Teilsouveränität. Unabhängig davon, ob diese nur scheinbar und schon gerastert ist, bleibt eines unangetastet: das konzipierte Verhältnis Designer–User. Der Rollenwechsel wird flüssiger gestaltet, nicht das Verhältnis. Der User gewinnt Souveränität in dem Maße, wie er aufhört User zu sein.

Das Potential des Users als Mitgestalter ist das Mitgestalten als User. Frappierenderweise ist es gerade das Statement *„the user does not know what he wants“*, dass hier aus dem Standardraster ausbricht. Das Wissen, dass dem User hier abgesprochen wird, ist das Expertenwissen, dass er als sein eigener Designer nicht hat. Aber das Statement sagt ja nicht: *„...so stop worrying about the user“*, sondern gesteht ihm seine Bedeutung für den Designprozess uneingeschränkt zu – uneingeschränkt durch sein Maß an Wissen.

Das Statement hält also den Platz frei für das Potential des Users, ohne dies wirklich zu fassen; es formuliert negativ. Es spricht aus der Designerperspektive, in der der User die Black Box bleibt. Das ist nicht zufällig, denn aus der Sicht des Users trifft ein ähnliches Statement auf den Designer zu: *„the designer should know what I want“*. Dieses Statement verwendet nicht zufällig ein Konditional. Es wird immer dann formuliert, wenn etwas schiefgeht, es ist Vorwurf, Irritation. Es fügt stillschweigend hinzu: *„...without me having to spell it out for him“* und grenzt den Designer damit aus, während es ihm dadurch eine Menge Freiheit zugesteht.

Dieses Statements seitens des Users formuliert negativ (ich sag ihm nichts) und interessiert sich doch für den Designer (er sollte...). Während der Nutzung hat der User also die Autorität darüber, was relevant ist und was nicht; seine Erwartungen zählen. Während der Konzeption hat der Designer diese Autorität, er kann sie nicht wirklich abgeben, ohne jemand anderem seine eigene Rolle zuzuschreiben (auch der empirische Tester erfüllt diese Funktion).

Was ist relevant und was nicht? Während des Designprozesses entscheidet der Designer, welche Useraktivität mit im Fokus steht und welche nicht. Er wählt zum großen Teil pragmatisch und grenzt all die Aspekte aus, die willkürlich und nicht erfassbar sind. Der User hat Schnupfen, steht unter Zeitdruck, ist Farbenblind. Solche Kriterien innerhalb einer Testgruppe wären kontingente Aspekte, die als Abweichungen für eine Auswertung kompensiert werden müssten.

Was erzählen die User anderen nach dem Test? Wie gehen sie mit dem bisherigen Branchenführer um, nachdem sie eine Alternative getestet haben? Wieviele andere Designteams arbeiten anderswo gerade an Entwürfen, deren Distinktionskriterien sich mit dem eigenen Projekt überschneiden? Solche Faktoren sind offensichtlich relevant, können aber nicht wirklich erfasst werden. Sie sind anders als die willkürlichen, aber sie werden gleich behandelt, werden beide zu irrelevanten Faktoren. Das ist kein Fehler, sondern pragmatische Notwendigkeit. Wenn sie ins Spiel kommen, wenn es gewissermaßen zu spät ist, dann dadurch, dass der User-Kontext ein anderer ist, als erwartet. Da es den User aber nicht gibt, gibt es auch nicht den Kontext. Jeder User ist der Kontext seiner Nutzungserfahrung (das Bündel von Beziehungen, die an das Design herangetragen werden und von ihm aus weitergetragen werden). Das ist das Mitgestaltungspotential jedes Nutzers, nicht ein für allemal, nicht im Vorfeld für andere folgende Nutzungen, sondern immer wieder, genau dann, wenn er etwas nutzt.

Er greift nicht in die Rahmenbedingungen ein, nimmt keinen Einfluss auf das Sortiment der Menüpunkte. Er macht etwas radikaleres, er wirft die Rahmenbedingungen um, schafft andere Kriterien dafür, was relevant ist. Er revidiert nicht Relevanzentscheidungen (das wäre wieder ein Co-Designer), sondern schafft vollkommen Neue. Aus der Sicht des Designer findet all das nur vermeintlich „oberflächlich“ innerhalb des Rahmens seines Designs statt. Aber diese Einschätzung ist wieder von dem Vorurteil getragen, noch Deutungshoheit darüber zu haben, was als Rahmen gilt. Für den Nutzer stehen die Menüpunkte, die Klassifika-

tionen und die Verknüpfungen nicht hinter den Inhalten, bedingen nicht die Nutzung. Seine Nutzung wird von seinen Vorerfahrungen, seinen Launen, seinen Zielen bestimmt. Seine Verknüpfungen sind Erinnerungen, seine Klassifikationen Interessegeleitet und die Menüpunkte stehen dem im Weg, was er will, selbst wenn er weiß, dass sie ihn dorthin bringen werden. Sein Umgang mit dem Design hat immer schon vorher begonnen und geht immer weiter, selbst wenn er es zurücklässt.

Für ihn bleibt offen, was zu Zukunft relevant werden könnte, was im Nachhinein relevant war und was nicht. Die Rahmenbedingungen, die er schafft, sind kein konziser Gegenentwurf zu denen des Designers, sondern radikal offen.¹ Aber als solche konfigurieren sie das Design ebenso radikal: die liegen der Nutzung nicht weniger „wirklich“ zugrunde als ein Seitenaufbau dem Content.

Natürlich will der Designer all das möglichst gut antizipieren. Er weiß all das ja und ist nicht der Idiot, der nur etwas Technisches baut und sich wundert, was damit dann passiert. Aber genau das Interesse an Antizipierbarkeit ist das Kriterium, dass in seine Rolle eingelassen ist und ihn vom User unterscheidet: „*the user doesn't need to know what he wants*“ – „...and that's how he does what he does.“

Fazit: Das Mitgestalten des Users kommt nicht in den Blick, indem man ihm Aufgaben zugesteht, die etwas mit der Designtätigkeit zu tun haben. Gestalten ist für einen User ein Konzept, dass wenn überhaupt nur eine Familienähnlichkeit zu dem aufweist, was der Designer tut. Hier einen allgemeinen Konzept anzunehmen würde immer parteilich den User als eine Art Designer verstehen. Wenn ein User mitgestaltet, dann nicht indem er etwas umbaut oder eine Erwartung gestaltet, an der ein Design misst. Seine Praxis ist gestalterisch – der mitgestaltende User ist nicht ein Sonderfall, sondern jeder einzelne User mitsamt all den Faktoren, die sich dem Designer entziehen.

Es ist die Browser History im Gegensatz zur Sitemap, das Browser-Fenster, das jemand offen lässt und ein anderer findet, der Dialog zweier Nutzer, die gemeinsam vor einer Website sitzen und der auf der Site einen Weg hinterlässt, dessen digitale Spuren nur Unentschlos-

1 In den Händen des Nutzers wird ein Gegenstand zu einem Ding und der Wechsel der Rahmenbedingung ist eine „ontologische“ Verschiebung. Dieser Wechsel spiegelt nicht das Rollenverhältnis Designer–User [der Designer ist ja selbst immer auch probeweise Nutzer], sondern den Prozess jeder Nutzung und die Rollenzuschreibung an den Designer während dieser Nutzung: jemand hat ein Ding geschaffen und es ist an mir, das aus dem Gegenstand zu bergen, der dabei übrig geblieben ist [nicht: das herauszuholen, was er hineingelegt hat].

senheit beschreiben. Der User gestaltet mit muss nicht heißen: er gibt Feedback, er verlinkt etwas bei Facebook, er macht eine Fansite auf, fungiert als Multiplikator. Der User gestaltet mit heißt: man hat ihn im Blick, wenn diese Aktivitäten nicht mehr als Sonderfälle verstanden werden, die sich irgendwie qualitativ von einem schnellen, vermeintlich „passiven“, „rein rezeptiven“ Besuch unterscheiden.

FÜNF NOTIZEN ZU »UNTHINKING«

1. DAS MODELL DES KUNDEN IN „UNTHINKING“

Ich sehe Probleme mit dem Modell des Customer, dass den Text „Unthinking“ und Johannes' Lesart bestimmt (sofern er in dem Modell bleibt, während er andere Schwerpunkte setzt; unklar, siehe Frage unten). In diesem Modell gibt es einen denkenden, souveränen Customer, der allerdings überrumpelt werden kann, weil er sich zurücknehmen muss, um diese Kompetenzen auszuüben. Er handelt sonst spontan, einer Natur entsprechend, und kann da manipuliert werden.

Der Autor des Texts beschreibt Marketingstrategien als Umgangsformen, die mit diesem spontanen Customer umgehen. Folgerichtig interessiert er sich für Marketing als eine Kunst, die ihr „Aktionsfenster“ beachten muss. Mache ich auf die falsche Art auf etwas aufmerksam, überrasche ich den Customer etwa, dann ziehe ich zwar Aufmerksamkeit vom Konkurrenzprodukt ab, aber ich verkürze das „Aktionsfenster“ und bringe den Customer zum Nachdenken. Das ist im Standardfall ein Fehler, da das durchschnittliche Produkt da nicht gewinnen kann (alles etwas zirkulär, Marketing kann nicht mit Qualität punkten, weil die „erfolgreiche Marke“ in Marketing statt in Produktqualität investiert).

Johannes geht davon aus, dass der Customer viel schneller als angenommen in den Modus des denkenden, souveränen Subjekts tritt oder das immer zunächst ist. Wenn er mit einer Marketingstrategie konfrontiert ist, liest er die Versprechen als solche und führt seine Kaufentscheidung als eine Antwort auf dieses Versprechen aus. Der souveräne Kunde als das mündige demokratische Subjekt, das mit der Briefftasche seiner Wahlpflicht nachkommt.

Es gibt für Johannes natürlich auch die Versuche der direkten Einflussnahme, den Versuch des Marketings, sich am Nachdenken vorbeizuschleichen. Die Frage, die sich für Johannes stellt, ist wie so etwas funktionieren kann. Wie also die Strategien, die für einen souveränen Kunden billig und plump sein müssen, überhaupt funktionieren können. Er deutet dafür das Modell der Kränkung um zu einem der Aufmerksamkeit und Schmeichelei, aus Kränkung wird Verführung.

Frage: wenn Johannes Kundenreaktionen beschreibt, meint er dabei Überlegungen von der Art, wie sie zwei Leute, die gemeinsam einkaufen führen könnten oder die Art, wie das Produkt zu dem Kunden spricht, beziehungsweise in ihm resoniert?

(Diese Frage zielt darauf, ob Johannes einen intellektualistischen Kunden denkt oder ihn unter der Hand intellektualisiert)

2. DAS MODELL AUF DEN KOPF GESTELLT

Ich würde das Modell des Autors gern auf den Kopf stellen. Der Customer, der spontan und ohne nachzudenken („unthinking“) agiert, ist der souveräne, frei entscheidende Kunde. Der nachdenkende, reflektierende Kunde ist der Manipulation unterworfen.

Unselbständig ist der abwägende, sich zurücknehmende Kunde deshalb, weil alles, worauf er kommen wird, jede Entscheidung, die er trifft, als seine eigene Entscheidung erscheinen wird. Er kann tun was er will, aber er kommt nie an einen Punkt, wo er seine Entscheidungen begründen kann, ohne zu dem Versprechen des Produkts zurückzukehren. Er hat seine Raster und seine Überzeugungen, aus denen er nicht herauskommt und weiß nie wirklich, ob sie seine eigenen sind, oder irgendwie beeinflusst werden. Da sie immer auch teilweise beeinflusst wurden, hat er keine Möglichkeit, sich gegen Manipulation zu wehren, wenn er sich nur an sich selbst hält.

Der spontane Kunde ist souverän, weil er getäuscht werden kann und diese Täuschung vollkommen missverstehen kann. Er kann misstrauisch werden, weil er durch das Raster rutscht, dass er nicht selbst für sich aufgebaut hat (das von sich, für sich erprobte Weltbild), sondern er ein Raster konfrontiert, das den Durchschnittskunden vor Augen hat, den es so nie gibt. Diese ökonomische Notwendigkeit der unzureichenden Maßanfertigung hat zwei Modi: einmal das Raster, das den Kunden verfehlt, insofern er vom Durchschnittskunden abweicht und einmal das Raster, von dem sich der Kunde genau getroffen fühlt, weil er es so verstehen will. In beiden Fällen nimmt der Kunde das Produkt nicht, weil das Marketing auf ihm wie auf einer Klaviatur spielt, sondern der Kunde macht etwas damit. Ob er die Täuschung entdeckt oder sie zu einer neuen Selbsttäuschung rearrangiert, was er aus dem Regal nimmt, ist nicht das, was hineingestellt wurde. Das Handeln, egal wie spontan, ist souverän, weil es sinnstiftend ist.

All das hängt daran, dass der spontane Kunde keine Natur hat, der er folgt. Wenn er die hätte, könnte er nie Nachdenken, beziehungsweise könnte er dadurch, dass er Nachdenkt, auf diese Natur kommen. Wenn es sie gibt, dann entzieht sie sich ihm, nicht weil er so dumm ist, sondern weil sie gerade im Nachdenken nicht begegnen kann und ihn dort voll bestimmt. Sie mag ihn auch im Handeln bestimmen, aber da ist sie vollkommen unbedeutend, da er sie immer rekonfiguriert, sobald er handelt. Er kann sie nicht von einer Täuschung unterscheiden und geht gleich mit ihr um, er verhält sich zu ihr und dieses Verhalten ist vollkommen unnatürlich — „We may think with our eyes, but we argue with our hands“.

Im Cola-Abschnitt geht es um dasselbe. Was kümmert es den Kunden, was etwas ist. Es geht ihm darum, was er damit machen kann. Was kann er machen? Er kann es sich schmecken lassen. Johannes hat recht, wenn er schreibt, dass die Strategen vergessen haben, dass es eine „Frage des ganz persönlichen Geschmacks ist“, aber das ist nicht das irreduzible Individuum, das sich dagegen verwehrt, überredet zu werden. Das „persönliche“ ist hier radikal öffentlich und dieser Protest ist eine Antwort auf den Überredungsversuch. Geschmack ist nicht der zero-level von Reaktion, weder hinter den Gehirntests noch in den Gehirntests hinter der Kaufentscheidung (ich denke nicht, bevor ich schmecke und ich schmecke nicht, bevor ich denke). Es ist Verhandlungssache in einem horizontalen Begründungsfeld, Auge in Auge mit den Möglichkeiten; die Begründungen werden performativ geleistet und liegen nie etwas zugrunde (indem ich etwas schmecke, erkenne ich es als schmackhaft, indem ich es wiedererkenne, wird es mir schmackhaft).

3. DENKVORAUSSSETZUNGEN / SKIZZEN

The *weak determinism* model („you are subject to cause and effect, but your reflective awareness of this can break the chain“ „subjectivity is the subject in and of itself“) underlying advertisement shows itself as less concerned with describing how customers act, but with how the possibility of advertisement on the creators' side can be reconciled with the predictability of the recipients.

It may initially appear that this is a model to justify how advertisement is a serious practice with justifiable results. But really the model is about how in the light of justifiable results, a communicative practice can retain its viability. The conflict is not so much: how can we

justify that our ideas actually have an impact, but rather: how can we have ideas at all when such an impact exists? *(It really emphasizes the weakness, not the determinism)*

The question an advertiser should be scared of is: if what you do is really worth anything, should we not get a mathematician to replace you?

The weak determinism's answer is then this: the mathematician would find a hard way to make the customer do what we want, but that is something the customer hates. We can offer a soft way of doing it: the best possible way to determine the customer is as soft or as weak as the „weak determinism“ we adhere to. *(so weak determinism does not mean: determinism, but only until a certain point. It means: determinism all the way, but only like this)*

4. DIE KONKURRENZ ALS ZIELGRUPPE. DIE WURZEL DES MODELLS?

Scheinbar geht es in der Geschichte vom Vitaminwasser um das Verhältnis zum Kunden, in der Geschichte von Cola um das Verhältnis zur Konkurrenz. Entsprechend ist die Cola-Geschichte ein Warnbeispiel und die Vitamin-Geschichte eine Erfolgsgeschichte.

Aber drehen sich nicht beide Geschichten um das Verhältnis zur Konkurrenz? Die Täuschung und die Platzierung im Marktregal bei dem Vitaminwasser bezieht sich doch auf nichts als die anderen Produkte, die Strategien sind Mimikry und Verstohlenheit. Nicht nah an die Softdrinks, die sind zu stark in Sachen Aufmerksamkeit. Nicht zu den Wassersorten, die Population ist übersättigt. Hin zu den Gesundheitsartikeln, dort ist noch eine Nische frei, wo das Produkt die Strategien der Softdrinks anwenden kann, solange es nicht als Softdrink entdeckt wird.

Es geht einzig und allein darum, sich zu etablieren, bevor die Marketingabteilung der Konkurrenz merkt, wer ihnen da Marktanteile streitig macht. Wer da getäuscht wird, ist in der selben Position wie die Täuscher. Kein Wunder, dass solche Strategien angewendet werden. Die Kunst des Unscheinbar-Bleibens ist dann: wie kann ich so auffällig sein, wie möglich, ohne von den falschen bemerkt zu werden? Wie locke ich mit meiner Blüte die richtigen Insekten an, ohne dass ich zur Delikatesse für die Heuschrecken werde?

Anmerkung 1: Das Habitat ist immer instabil, weil Beute und Jäger von der selben Art sind.

Anmerkung. 2: Ich behaupte Machbarkeit, indem ich den Kunden einer anderen Art zuordne als die Art, von der die Konkurrenz ist.

Anmerkung. 3: Das ist das Beruhigende am Blackbox Mythos. Wenn erst empirische Tests zeigen, wie etwas funktioniert und diese Tests so aufwändig sind, dass man sie nur selbst macht, dann kriegt die Konkurrenz nicht mit, was da gerade passiert. Ausnahmebeispiel: Cola-Test-Krieg.

5. DER ZERRISSENE KUNDE: EIN ANDERES MODELL (ZU MICHEL CERTEAU, KUNST DES HANDELS 77FF.)

Wie kann ich also einen Kunden als Subjekt von Marketing/Werbung denken, ohne in das Modell des schwachen Determinismus zu verfallen? Was für Grundannahmen muss ich machen, um die Möglichkeit und die Herausforderungen der Strategien der Einflussnahme beschreiben zu können und gleichzeitig ein Subjekt dieser Strategien, das diese nicht ad absurdum führt?

Verwehrt sind 1. starker Determinismus (Werbung als Praxis ist hier nur als Defizit eines Kalküls beschreibbar), 2. reine Subjektivität (Kann sowohl Werbung als auch Handlung des Subjekts nur als willkürlich motiviert beschreiben) und 3. schwacher Determinismus als vermeintliche Synthese (wird entweder zum starken Determinismus durch sanfte Strategien, s.o.; oder führt einen billigen Dualismus ein, der mich nicht mehr beschreiben lässt, was funktioniert und was nicht funktioniert – ich weiß nie ob eine Strategie schlecht ist, weil sie auf der weltlichen Seite angesetzt hat aber einen Fehler gemacht hat, oder ob sie unmöglich ist, weil sie auf der geistigen Seite angesetzt hat).

Die vielversprechenste Lösung wäre wohl, das ganze weniger Subjektzentriert anzugehen, wenn es mir gelingt, dabei nicht in eine schlechte systemische Perspektive abzurutschen, die wiederum den Kunden/das Subjekt in seiner Aktivität ausblendet. Es liegt nahe, mir in Denkstilen Verbündete zu suchen, die genau diese Schwierigkeit konfrontieren, also Überwindungen des Strukturalismus. Der Kunde/das Subjekt also als Handlung/Stimme statt als Handelnder/Redender. Bleibt diese Zuschreibung im Blick, kann man das Subjekt vorerst ausblenden: *Versuch:* Werbung produziert seine eigene Möglichkeit und reproduziert die Widersprüche,

die sie erforderlich macht: Gäbe es für einen Anlass nur ein einziges Produkt, dann wäre die Werbung überflüssig. Aber nur wenn es lediglich dieses einzige Produkt gäbe, könnte Werbung sicher und gewiss funktionieren.

Dadurch, dass es Werbung gibt, dass also ein Wettbewerb zwischen verschiedenen Alternativen herrscht, ist jeder Umgang eines Konsumenten mit einer immer auch ein Umgang mit anderen. Jeder Kunde bildet eine Schnittstelle von komplexen und widersprüchlichen Impulsen. Komplex, weil jedes Bejahen des einen immer ein Verneinen von anderen ist. Widersprüchlich, weil zu jedem Bejahten seine Formation des Kontextes aller Anderen gehört. Wenn also nicht nur das eine Bejaht wird (mitsamt seinem Narrativ, das bestimmt was es heißt, die anderen zu verneinen) sondern dann noch mal die anderen Verneint werden, dann ist das auch eine Verneinung deren Narrative, die so zu ihnen gehören wie zum Bejahten das seine.

Dieses zusätzliche, explizite Verneinen der anderen ist aber nicht eine Wiederholung der Muster des Bejahten (und seiner Formation), sondern eine vollgültige Operation innerhalb der Formationen des jeweils Verneinten. Der Kunde bewegt sich also immer in einer Vielzahl von Formationen, deren Daseinsberechtigung darin besteht, dass sie miteinander inkommutabel sind.

Beispiel: Der Kunde hat zwei Artikel zur Auswahl. „Softdrink A“ wirbt damit, dass er gesund ist, „Softdrink B“ wirbt damit, dass man damit cool wirkt. Die Wahl für Softdrink A bedeutet zuzustimmen, dass Softdrink B eher ungesund ist. Sich gegen Softdrink B zu entscheiden, bedeutet aber gleichzeitig zu entscheiden, dass es mir wichtiger ist, gesund zu sein als cool zu wirken. Die Entscheidung für „A“ scheint einfach und eindeutig, aber sie kann nicht eindeutiger sein als das, wogegen ich mich entschieden habe, und die Entscheidung gegen „B“ findet auf zwei Achsen statt, die in keinem gemeinsamen Zusammenhang stehen. (*Analogie: verschiedene Karten mitsamt ihrer kartographischen Anleitungen: politisch, geographisch, mental-maps, militärisch etc.*)

Wenn Kunde zu sein also immer bedeutet, Widersprüchen ausgeliefert zu sein, dann beschreibt jede Entscheidung nicht den Sieg eines Pols, sondern die Freiheit, diese Widersprüche provisorisch außer Kraft zu setzen. Ich wähle dieses Produkt heißt: ich schaffe Eindeutigkeit, wo keine ist. Das kann nie im Sinne der Werbung sein, da sie sonst ihren

Sinn verlieren würde, sie wird obsolet – ich schaffe als Kunde eine Situation, in der es nur noch ein einziges Produkt gibt. Der erhoffte Akt des Kunden unterläuft also das Ziel und die Hoffnung der Werbung. Noch der direkteste Impuls, hervorgerufen in dem mechanistischsten Modell von Reiz und Reaktion stellt eine radikale Umwertung des Auslösers dar. Dieser Widerspruch, anders gesagt die Tatsache, dass der Akt der Souveränität die Bemächtigung eines Partisanen ist, garantiert den Wiedereintritt des Kunden in den Kreislauf. Seine Befreiung ist nicht provisorisch, weil sein biologischer Körper bald wieder nach Reizen hungert. Sie ist provisorisch, weil sie das Schlachtfeld der Widersprüche immer wieder braucht, um die Bemächtigung, die Freiheit als performativen Akt, zu leisten.

Nicht der Magen macht ihn unfrei und kettet ihn an die biologischen Bedürfnisse. Die Freiheit hungert danach, sich an den Zwängen zu ernähren. Unfrei wäre der souveräne Geist, wie er in sich ruht, geschlossen und sich selbst vollkommen ausgeliefert. Frei ist das Bündel von Bedürfnissen, dessen Reizquellen sich gegeneinander davon abhalten, ihn zu fest zu determinieren (und gäbe es nur eine Reizquelle, dann wäre das kein Reiz, sondern ein geschlossener Zustand, genau wie es keine Werbung gäbe, wenn es nur ein einziges Produkt gäbe).

DISSONANZEN

ENTWICKLUNG UND ERZÄHLUNG

Der Artikel erzählt eine Erfolgsgeschichte und stellt die Leistungen des Autors in den Vordergrund. Das Ganze macht stark den Eindruck von Selbstvermarktung. Hier wird nicht versucht, in einer Art von Protokoll festzuhalten, wie sich ein Projekt entwickelt hat. Stattdessen wird darauf zurückgeblickt und das Ganze zusammengefasst.

Nichts davon spricht gegen den Artikel. Es lohnt sich aber, sich das genau anzusehen. Um vorzugreifen: sehr wenig in dem Artikel beschreibt, was wirklich gemacht wurde und wie Entscheidungen gefällt wurden. Aber die Art, wie auf diese Themen Bezug genommen wird demonstriert selbst einen Umgang damit, der mit in den Prozess gehört und mehr zu bieten hat als das Urteil: hier wird etwas geschönt, glattgebügelt oder verzerrt.

1. KOORDINATION, STRUKTUR, BERICHT

Das ist aber der erste Eindruck. Die Autorin beschreibt ihre Rolle in dem Prozess als die einer Beraterin, die in diesem Fall stark in Einzelheiten involviert ist. Ihr Verantwortungsbereich ist zunächst der der Koordination und der Strukturierung von Abläufen und Entwicklungsschritten. Der Artikel ist als Erfolgsgeschichte nach dem Leitfaden dieser Entwicklungsschritte gegliedert. Dadurch werden sie und damit die Leistung der Autorin in den Mittelpunkt gerückt. Dadurch bekommen diese Schritte eine Erzählstruktur, sie sind Akte in einer Erfolgsgeschichte, deren Dramaturgie die einer nahtlosen Entwicklung ist: Eines führt ganz natürlich zum anderen. Eine solche Geschichte ist immer gewissermaßen vom Ende her konzipiert und natürlich ist der Artikel das Ergebnis einer Perspektive, die auf das Getane zurückblickt. Es ist aber nicht nur das Resultat einer Perspektive, die sich von selbst einstellt, sondern auch der Anspruch einer professionellen Koordination. Es soll ja gerade behauptet werden, dass dies schon von Anfang an so geplant wurde.

Interessanterweise wird in keinem der Abschnitte genau beschrieben, was dort genau entschieden wurde, welche Fragen gestellt wurden oder wo Ideen herkamen. Es bleibt immer

sehr allgemein und unverbindlich, wenn es heißt: wir haben Brainstorming gemacht, wir haben Benutzerpersonas identifiziert, wir haben Einsichten miteinbezogen. Das ist nicht verwunderlich, die Aufgabe einer Koordinatorin ist ja eher die, für die Arbeitsschritte die Fragestellungen festzulegen und nicht sie zu beantworten; zu entscheiden, wann genug gesammelt wurde und nicht selbst zu sammeln. Aber die Kriterien dafür, das Zentralgeschäft der Koordinatorin, werden genauso übergangen. Das ist zu scharf ausgedrückt: es wird erwähnt, dass sie sich aus den

bisherigen Schritten ergeben haben. Jeder Schritt erscheint dann als die Ausarbeitung des vorherigen, der Prozess scheint sich von selbst zu leiten. Jeder im Team weiß, wonach er sucht, weil die Struktur des Prozesses bereits da ist.

Wenn die Struktur tatsächlich so feststand – es ist sinnvoll auf Misstrauen zu verzichten, wenn ich etwas aus dem Artikel herauslesen will – dann kann es nur in einer sehr allgemeinen Form gewesen sein: höchstens so spezifisch wie in dem Artikel selbst beschrieben, ehr noch gröber. Eine solche Struktur ist aber im einzelnen überhaupt nicht leitend, sie übergeht sämtliche Inputs und Herausforderungen. Sie legt fest: erst Befragen und Bedürfnisse erkennen, dann Lösungen entwickeln und dann deren Qualität testen, etc. Aber in einem solchen allgemeinen Rahmen ist nichts leitend für die Fragen, die am Anfang gestellt werden. Dass es einen nächsten Schritt gibt, für den die Fragen sinnvoll sein müssen ist klar, aber erst wenn schon Leitideen durch die Struktur formuliert werden, erfüllt die Struktur einen einschneidenden Zweck. Mit anderen Worten: die Struktur und Koordination rechtfertigt dann ihre grundlegende Rolle, wenn sie schon für das Projekt maßgeschneidert ist. Die einzelnen Schritte formulieren dann dieses Maß aus.

Der Artikel suggeriert gewissermaßen, dass dies der Fall war. Der nahtlose Prozess, das genau richtig gewählte Maß an Offenheit für Revisionsschleifen und ein passender Blick dafür, wie fertig das Produkt zum Launch sein soll, sind nicht beliebig. Die nahtlose Entwicklungsgeschichte greift den Markennamen (Seamless) auf. Die Offenheit lässt die nicht-sequenziellen Entscheidungen der User anklingen (Restaurants werden nicht nacheinander ausgewählt, sondern nebeneinander hin und her geschoben, bis es passt). Die Iterativität ist die eines Online-Produkts, dass nie fertig sein soll und sich dem Angebot immer anpassen muss (Updates sind nie nur notwendige Übel, sondern demonstrieren Aktualität).

Trotzdem ist all das überhaupt nicht spezifisch, es ist nicht einzusehen, warum aus solch einem Koordinierungsplan genau dieses Produktdesign hervorgegangen ist und nicht ein

anderes. Das ist nicht verwunderlich, es würde die Rolle eines solchen Plans ja überhöhen, wenn sämtliche weitere Arbeit nur etwas herausholen würde, was schon darin ist. Aber was war dann darin, in der anleitenden und vorgreifenden Struktur des Plans, was die einzelnen Entscheidungen zumindest ermöglicht hat?

Die Antwort ist: nichts. Entscheidungen innerhalb der einzelnen Projektabschnitte durch Vorgriffe zu ermöglichen bedeutet für eine Struktur, zumindest auf einer allgemeinen Ebene nicht in Frage gestellt werden zu können. Wenn die Einsichten eines Abschnitts eine Revision der Projektstruktur fordern, dann kann das fruchtbar sein, aber auf Kosten der Leitfunktion jener Struktur. Das passiert natürlich in jedem Projekt, das Gestalt annimmt. Es ist keine Gussform, sondern eben das: eine Gestalt, in der sich nach und nach ein Gerüst des Passens entwickelt. Die

einzelnen Lösungsansätze greifen nahtlos ineinander, weil sie sich gegenseitig formen können. Alles andere hätte eben Nähte, wo etwas zusammengeschweißt wurde oder wo die verklebten Einzelstücke die zukünftigen Sollbruchstellen erkennen lassen.

In dem Maß, wo die Koordination sich also rühmt, von vornhinein den richtigen Blick gehabt zu haben, provoziert sie also Zweifel an der Qualität des Designs selbst. Es gibt also scheinbar zwei Optionen: entweder das Produkt ist solide, da die Geschichte von dem Strukturkonzept so nicht stimmt; oder die Geschichte ist wahr und aus irgendeinem Grund hat es zufällig geklappt (ich nehme den Erfolg des Produkts einfach so hin).

Was ist dann dieser Grund und warum ist er so vage? Er kann es nur sein, weil er eben nicht auf die Struktur des Projekts zurückgeführt werden kann. Aber das heißt nicht, dass die zweite Option sich wieder nur als Fall der Ersten entpuppt, weil die Struktur doch nicht der Grund für den Erfolg war. Zuvor war die Rede davon, dass es für die Leitfunktion der Struktur entscheidend ist, wie spezifisch oder allgemein sie ist. Wenn nun bereits geleugnet wurde, dass die Struktur diese fundamentale Rolle hat, dann fällt damit auch die Unterstellung, sie müsse spezifisch für ihre Entwicklungsschritte sein. Ich kann behaupten, dass sie ihre starre, über Revisionen erhabene Rolle dann und nur dann wahren kann, wenn sie so allgemein bleibt, dass sie der Praxis und den Inspirationsquellen während des Prozesses eben nicht in die Quere kommt.

Aber was ist dann ihre Funktion, inwiefern ermöglicht sie die Entscheidungen? Die Antwort war: nichts. Wenn sie nun noch Bedingungen erfüllen muss, um dies nicht zu tun, was ist dann überhaupt ihr Sinn? Warum geht es nicht ohne sie? Ohne sie gäbe es ja keinen freien

Raum, in dem etwas entwickelt werden könnte. Ohne sie würden sich andere Instanzen einmischen, vermutlich verschiedene und widersprüchliche Erwartungen stellen. Der Strukturplan hält dann den Entwicklern den Rücken frei und ist weniger an sie gerichtet als an die verschiedenen Stakeholder. Die Aufgabe des Koordinators ist es dann, Verantwortung zu übernehmen nicht indem die Einzelschritte überwacht werden, sondern indem ihren Prozessen der Rücken freigehalten wird. Der Strukturplan muss dann spezifisch genug für die Stakeholder sein, damit sie darin ihre Erwartungen erfüllt sehen, während er für die Entwickler allgemein genug sein muss, um im wesentlichen für sie noch formbar zu bleiben.

2. DISSONANZEN UND DISSONANTE VERHÄLTNISSE

Die Geschichte, die der Artikel erzählt, ist damit überhaupt kein Bericht einer Arbeitserfahrung. Nicht weil er etwas schön oder verzerrt. Sondern weil er Teil dieses Arbeitsprozesses ist und demonstriert, dass sein Sinn dort darin besteht, etwas zu verkaufen, genau wie die Autorin ihren Erfolg im Blog verkauft. Der Einblick, den das Blog bietet, sagt nicht viel über die Prozesse (und schön deshalb auch eigentlich nicht), aber er zeigt einen Teil davon (und der besteht unter anderem im Schönfärben oder Glattbügeln).

Das ist alles weder neu noch überraschend. Interessant ist aber vielleicht, wie leicht es ist, solche Geschichten zu erzählen und selbst zu glauben. Wie gut es möglich ist, den Job der Autorin gut zu machen und gleichzeitig davon überzeugt zu sein, dass dieser Job so funktioniert wie der Text es behauptet (auf der Ebene des Sagens). Das ist interessant, weil es eine kognitive Dissonanz in der Rolle der Designer beschreibt, die sehr stark die der User widerspiegelt.

Die Dissonanz bei den Designern entsteht im Verhältnis mit den Stakeholdern. Der aktive Designer, der seine Ideen einbringt und vielleicht gar nicht weiß, warum er probeweise diese oder jene Entscheidung trifft, ist suspekt. Es muss ein Rahmen gegeben sein, um solche Einflüsse zu kontrollieren, und sei es nur dadurch, dass zum Maßstab wird, wie sich solche Entscheidungen im Nachhinein als passend beschreiben lassen. Ein Projektplan schafft einen Teil solcher Kontrolle. Er erfüllt diesen Zweck aber nicht, indem er Entscheidungen kontrolliert, sondern indem er ihnen überhaupt Freiräume gibt (er bleibt allgemein). Das bedeutet aber nicht, dass er nur einen Bluff gegenüber den Stakeholdern darstellt, sondern

genau darin besteht seine grundlegende und verbindliche Funktion. Denn genau wie er kontrolliert, indem er Freiheiten garantiert, schafft er diese Freiheiten, indem er Rahmenbedingungen kontrolliert. Die Alternative ist ja nicht: Projektstruktur oder Freiraum, sondern Projektstruktur oder Druck von allen Seiten. Freiraum in Gestalt von Kontrolle und Kontrolle in Gestalt von Freiraum; es ist kein Wunder, dass kognitive Dissonanz zum Modus Operandi wird.

Wir hatten öfters über den Designer als Anwalt des Users geredet, die Rolle in der der Designer gegenüber den Stakeholdern als derjenige auftritt, der sie besser versteht und darin seine Spezialistenrolle rechtfertigt. Er steht dann also statt dem User vor dem Stakeholder. Wenn sein Verhältnis zu den Stakeholdern (vielleicht vermittelt durch den Projektkoordinator) von ebenjener Dissonanz geprägt ist, kann ich dann nicht annehmen, dass er den User genau darin angemessen vertritt? Wenn die aktive Teilhabe eines Designers in einem strukturieren Prozess von einer Dissonanz geprägt ist und diese Struktur („holistisch“) in einem intimen Zusammenhang mit Projekt und Produkt stehen soll, muss dann nicht der aktive User genau denselben Strukturen ausgesetzt sein?

Die Strukturen – Wireframes, Menüs, Touchpoints, etc. – innerhalb derer ein User operiert, spielen dann eine ähnliche Rolle wie der strukturelle Rahmen des Projekts (wenn dieser Rahmen angemessen allgemein projektspezifisch ist). Das hätte dann zwei Konsequenzen. Zum einen, dass die aktive Teilhabe des Users selbst dissonant erfahren wird. Sie findet nicht dort statt, wo ihm etwas beliebig überlassen wird, sondern wo ihm der Rücken freigehalten wird, Entscheidungen zu treffen, in dem ein Rahmen gegeben ist. Dies ist solange ein Euphemismus für Bevormundung, wie dieser Rahmen glaubt, dass er so strikt wäre, wie er sich selbst erscheinen mag. Er passt dem User nur, wenn man mit ihm etwas anstellen kann, ist er wirklich so starr und leitend, wie er glauben mag, dann wird er abgelehnt. Der User bringt sich ein und nur so lässt sich eine einzelne, spezifische Nutzung beschreiben. Wird die Aktivität des Users für eine Beschreibung überflüssig, dann weil die Beschreibung allgemein und nicht mehr spezifisch ist (und gerade das produziert Freiraum). Der User kann seine Teilhabe selbst dissonant erfahren, also beschreiben, wie er selbst geleitet wird, wie ihm Entscheidungen abgenommen werden, wie er operiert, indem er Erwartungen erfüllt. Aber eine solche Aussage ist eben nicht unmittelbar selbstevident, seine Aktivität und seine Freiheit ergeben sich erst in der Auseinandersetzung mit der Nutzung, in der Tätigkeit, und insofern er davon losgelöst über sich selbst spricht, lassen sich seine Selbstaussagen in Frage stellen.

Zum anderen ergibt sich die Konsequenz, dass die Dissonanz des User zwar der des Designers ähnelt, aber die beiden deswegen nicht auf Augenhöhe stehen. Die Parallele besteht in den Verhältnissen Designer–Stakeholder und User–Designer. Die Dissonanz rührt beim Designer aus einem Machtgefälle und der Notwendigkeit her, äußere Einflüsse und externe Erwartungen zu verhandeln. Wenn es fruchtbar sein soll, das auf den User zu übertragen, dann muss dieses Verhältnis wiederholt zwischen User und Designer gedacht werden. Die Dissonanz des Designers ist die zwischen seiner Rolle für den Stakeholder und seiner eigenen Praxis, zu der auch seine Rolle gehört.¹ Die Dissonanz des Users wäre dann zwischen seiner Rolle für den Designer und seiner eigenen Praxis, zu der diese Rolle gehört. Dann kann der Designer aber nicht mehr als der Vertreter des Users auftreten, zumindest nicht mehr direkt. Das Verständnis, dass der Designer dann vom User hat, besteht nicht in einer besonderen Nähe, sondern in einer Dissonanz, mit der der Designer selbst besonders vertraut ist. Er kennt den User so gut wie sich selbst, beziehungsweise setzt er den User demselben Missverständnis aus, dem er selbst ausgesetzt ist. Er ist mit dem User so vertraut, wie sie sich beide fremd sind.

3. NICHTS NEU, ALLES NEU

Diese Analysen beschreiben nichts neues, sie versuchen nur neue Beschreibungen für etwas zu finden, dem eigentlich nichts mehr hinzuzufügen ist. Sie versuchen zu verstehen, wie alles bereits „in bester Ordnung“ sein kann, während doch so viel nicht beachtet wird. Ist ihr Ergebnis dann nur ein glückliches Schulterzucken, mit dem man sich abwendet und sagt: macht mal?

Nicht unbedingt. Die Parallelen der aktiven Teilhabe von Designer und User deuten einen Zusammenhang an, der nicht zufällig ist. Und das heißt: ändert sich das eine, muss sich auch das andere ändern. Wenn ich zum Beispiel darauf hinarbeite, dass sie der Verantwortungsbereich und das Mitspracherecht des Designers im Projektprozess ändert, er etwa mehr Freiheiten erkämpft, dann folgt daraus, dass ich gerade dann fragen muss, was das für Konsequenzen für einen aktiven User hat, dessen Rolle sich dann auch wandeln würde

1 Und da wäre wieder die Pointe, dass die Aktivität eben nicht an der erwarteten Stelle, der Praxis, von außen in den Nutzungsprozess einbricht, da die Praxis immer auch Rollengeprägt ist und die Dissonanz nicht zwischen „a und b“ herrscht, sondern zwischen „a und a+b“

hin zu mehr Eigenverantwortung und weniger Freiraum im oben skizzierten Sinne. Ein Designer, der mehr Mitspracherecht erkämpft, würde das dann nicht „im Sinne des Users“ tun, sondern „mit einem anderen User im Sinn“. Die Idee eines aktiven Users im Modus des Mitgestaltens, Reproduzierens und Multiplizierens müsste erst dann verhandelt werden. Sie müsste, das heißt: sie würde notwendig ins Spiel kommen und es wäre nur die Frage wie. Ein Designer, der echtes Mitspracherecht erstreitet, würde wohl eine Bauchlandung erleben, wenn er sich dieser Herausforderung nicht stellen würde und glaubte, er könne jetzt endlich jenem User gerecht werden, den er schon so gut kannte.

MAPPING THE TERRITORY

ON THE TOPIC OF TOPOGRAPHY

1. FUNNELS, FUNNELS EVERYWHERE: TWO MODES OF REDUCTION

Townsend (1924): Sales as *“the forcing by compression of a broad and general concept of facts through a funnel which produces the specific and favorable considerations of one fact.”*

From „concept of facts“ to „facts“: accidental phrasing? Klein just focuses on the „funnel“ metaphor. The funnel is a reductive process, stripping away options until the desired one remains. But there seems to be a more radical reduction in place, namely that of a field of possibilities to a single actuality. This is an additional reduction, because one would think that the remaining option still refers to all the others left behind, making the process one of “weighing” the field of possibilities. But from the marketing perspective, this is not enough. The final option must become a necessity.

How can this be described as a shift from “concept of facts” to “facts”? Maybe by considering the product to be chosen as the paradigmatic choice, i.e. as the material center of a broader concept. A product becomes a necessary choice insofar as it is insinuated not just as the best option, but as the measure of what you have been looking for all along. It is not that there has been a concept of facts, a field of relevant considerations, and that this is being condensed or reduced. It is the other way around and the operation is progressively retroactive: the field is not condensed, but the object is established as *“having been”* there, waiting for you all along.

The temporal expression for the beginning of the funnel would not be: “you are looking for this” or later: *“you have been looking for this all along”*, but establishing something like this all along: *“it will have been what you were looking for”*. The moment where all cogs are in place for the last expression to work is when the sale can happen.

This description has not so much shown a reductive process on the conceptual level as a preemptively established, retroactive widening of something (adding meaning to a fact). But this is not to say that there is no reduction from general to specific happening here. There is, but it takes the form of an expansion of the specific into the specifically general. The general

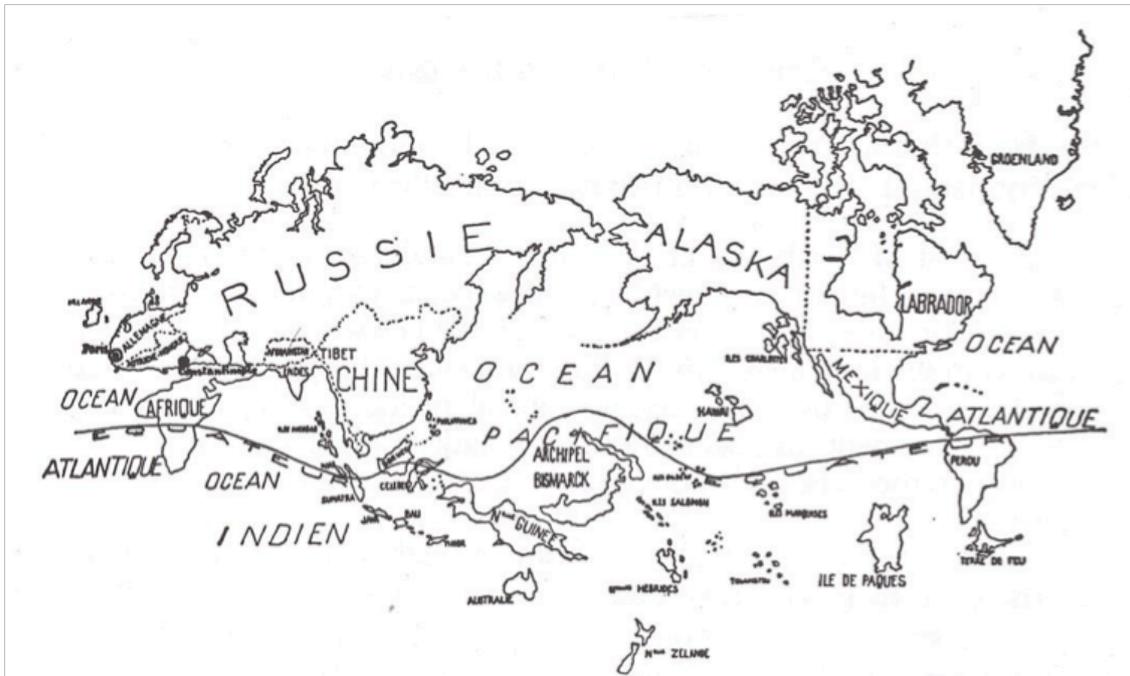
is replaced step by step by a narrative that does not just concern one specific part of it, but arranges the general field around that specific part, turning all other options subaltern.

The art then is to obscure that this operation has taken place. How does this happen? Precisely by claiming that the salesman is trying to sell you something. This obscures the fact that he wants to convince you that you made the choice. It is not: he sells you something by making you feel that you were in control. This aspect is in place but really works by seeing through it and choosing not to care, i.e. the economics of sublimation and attention.

By seeing through this and not caring, we allow this operation to obscure the fact that it works on us the other way around, i.e. exactly the way we think we are unmasking it. We think: of course he is just making us feel like we are in control, but I see through that and make my choice nevertheless. What really happens: he pretends to be selling something specific to provoke us into a specific mode of choice. He has done his just whether we agree to the sale or not, because our control in choosing the product has always relinquished the way of choosing it.

2. CONDENSING THE FIELD: THE MAP METAPHOR

This way of choosing it then is the “concept of facts” that is wrapped into the “fact” itself. Each product is also its way of measuring the field. A map from Europe puts itself into the center and relegates parts of the Pacific to the fringes. A map from America puts itself into the center and sees the Middle East as one fringe and Central Asia as another. But these are not the same maps, not separately cropped windows into the same territory. There are multiple possibilities to choose from when it comes to a center and it is necessary to choose one, because the territory itself is continuous, a globe. Because it is a globe, we can and we must choose a center. But we cannot forget that it is a globe and that enables and forces us to translate its geometrical properties. In the case of the fringes, we establish them as “the furthest points” even though we understand that they are really “the one furthest point“. But another aspect is that of the bulge. By putting something to the center, we inflate it when translating the globe to a rectangular map. A European map will have Europe not only in the center but proportionally much bigger than an American map, and vice versa (each will depict also South America and Africa as proportionally small). Perhaps this is best illustrated



by a willfully “impractical” alternative:

The distortions come in as necessities of mapping and its dimensional reduction and not a stylistic choice. We cannot inscribe a territory with a clear center and expect it to overlap with another effort that chose a different center. Gluing together an American and a European map with the same levels of details will give a deformed and twisted picture. It is important to understand that this is a necessary function of the reductive process and not an oversight or insinuation. Still there are choices being made every time.

The main choice does not lie in centering on this or that territory or product. It lies in choosing the degree of generalization, or in the case of maps: the overall territory to be included. It is true that the distortions are a geometrical necessity of depicting a globe, but is false that it is always equally true. Its truth is continuously dependent on the proportions between map and territory. The smaller the territory depicted relative to the map, the smaller the distortion. If they both overlap proportionally, the problem disappears (this is why you use several detailed maps when actually traversing the territory). The difference exists because in one case, you make a map for a complete globe and in another you make a map for a curved surface.

3. BACK TO THE DRAWING BOARD: DEALING WITH IT

So the distortion disguises itself as a “necessary effect” that is hard to confront because there exists no “fundamental alternative”. But we do not need to take the scope or the degree of generalization for granted. We can ask: how much is really necessary and this question is already enough to shake the foundations of the general perspective (from “outer space”). Together with its beloved distortions, it hinges on the assumption that best perspective is always the most total one, the most all-encompassing one. The very question of scope as a function of actual use on a case-by-case basis attacks this before an answer has been agreed on.¹

The real confrontation will come when fighting for such an answer in each particular case, but we must not forget that in a way, the fight has already been won at that point. The confrontation will come from a discussion of what the actual use is that would dictate the scope of the map or the field of possible choices offered. From a marketing perspective, the use is control and the highest possible degree of anticipation and so they will still insist on the “global map”. From a customer perspective, the use is applicability and actual satisfaction and so they will prefer a choice that fits their actual environment as closely as possible. Again, the struggle is basically won as long as a marketer where he needs to justify his preference (over the customer).

There is only one thing that can go wrong and it is what mostly goes wrong and turns the tide of the struggle: at one point, the marketer will suggest a compromise that consists on centering the map on the customer. This will naturally inflate the territory of the consumer relative to the overall picture. This might be flattering, but it draws the conversation away from the actual topic of scope. It is not enough to center in on the user, you also have to zoom in.

1 This strategy of reframing the discussion basically uses the very same approach that was discussed all along. It takes the concept of the “global map” and says: when we are done, you will have made a choice of scope all along even when you did not think about it back then.

GETTING PRACTICAL

1. BLICK ZURÜCK ÜBER DIE SCHULTER. (BESTANDSAUFNAHME IN SACHEN PRAXISMANGEL)

Viele Diskussionen sind immer wieder in abstrakte oder theoretische Perspektiven abgerutscht. Abgerutscht ist das richtige Wort, weil das Ziel, Veränderungen in der Praxis zu bewirken oder überhaupt denken zu können, nicht ans ferne Ende einer Diskussion verschoben wurde. Der Anspruch war ja immer wieder, dies währenddessen mit ins Spiel zu bringen.

Warum ist nie etwas aus diesem Übergang ins Praktische geworden? Warum sind die konkreteren Betrachtungen von Websites elegant ins Theoretische übergegangen, aber die theoretischen Überlegungen nicht in konkrete Betrachtungen gemündet? Warum habe ich keine feste Handhabe, wenn ich mich nun hinsetze und sage: ich konzentriere mich auf das Praktische?

Vielleicht weil ich es mir – wie hier und jetzt – vorstelle als das, was dann als nächstes kommen soll, das was ich vor mir habe. Wenn ich auf die konkreten Betrachtungen zurückblicke und wie sie abgerutscht sind, stelle ich auch einen Zusammenhang her zwischen dem jeweiligen Anfangsinteresse und dem was danach kam, dem Abrutschen. Ich frage nicht nach dem Verhältnis zwischen dem Anfangsinteresse und dem, was ihm vorausging. Sicher, das Anfangsinteresse und die Folgediskussion gehören zu einer Einheit, sind vielleicht in einereinigen Sitzung passiert. Aber das heißt nicht, dass es sich dabei um die einzige oder einzig relevante Einheit handelt.

Wenn ich also diese Anfangsinteressen zusammenfasse mit dem, was ihnen vorausging, habe ich dieselben Elemente vor Augen. Nur das ich mich für die Verbindung zwischen Folgediskussion „A“ und Anfangsinteresse „B“ interessiere, genau wie für Folgediskussion „B“ und Anfangsinteresse „C“. Diese Verhältnisse könnte ich erstmal recht kritisch so beschreiben: eine Folgediskussion war so abstrakt, dass man wieder von vorn beginnen musste. Oder so: die Folgediskussion war so abstrakt, dass dies nachträglich aufgearbeitet werden musste, indem ein praktisch-konkretes Interesse äußerlich hinzugefügt wurde.

Diese zweite Beschreibung ist etwas freundlicher, aber sie ist auch besser. Denn sie fasst die erste, bittere Beschreibung mit ein und thematisiert überhaupt erst die Zusammenhänge einer solchen Einheit. In ihr ist das „einfach von vorn beginnen“ der ersten Beschreibung erst zu einer Form der Bezugnahme geworden, egal wie mangelhaft. Ich halte mich also besser an die zweite Beschreibung und kann dann weiterhin aus ihr herauslesen: was dem dezidierten praktischen Interesse vorausgeht, ist dafür prägend und kann dies auf viele Arten und Weisen sein (nur eine davon ist die der ersten Beschreibung, sonst wäre die zweite Beschreibung nicht weiter gefasst).

Der praxisorientierte Neuanfang verhält sich zu dieser Prägung in dem Modus eines Emanzipationsversuchs. Es ist allerdings nicht klar, ob dieses äußerliche Hinzukommen eine Funktion des Emanzipationsversuchs ist, oder ob die Tatsache, dass er äußerlich (nachträglich, nach einer Pause) hinzukommt mitprägend dafür ist, dass die Funktion oder die Rolle des Emanzipationsversuchs sich ihm selbst aufdrängt. Wenn sie sich ihm selbst aufdrängt, dann in der Form, dass der praxisfixierte Neuanfang sie als ein eigenes, verinnerlichtes Interesse versteht, ganz unabhängig davon, ob es wirklich aus ihm selbst kommt. Wenn diese Rolle an ihn vermittelt wird, dann nicht so, dass die Folgediskussion, die dem nächsten Neuanfang vorausgeht, irgendwelche Verbindlichkeiten hinterlässt, sondern so, dass sie in der Lage ist, etwas zu prägen und zu vermitteln, ohne dass diese Aufforderung ihr noch zugeschrieben wird.

In jedem Fall ist der Neuanfang blind für das, was vor ihm kam, ob es dort nun etwas zu sehen gibt oder nicht. Und in jedem Fall sorgt diese Blindheit dafür, dass sich dieser Zyklus immer weiter fortzusetzen droht. Denn wir beobachten ja, dass das Praxisinteresse in seiner Funktion untergeordnet wird, statt einem Wechselspiel zwischen Konkretem und Abstraktem haben die Praxisinteressen die Funktion von immer neuem Futter für ein nimmersattes theoretisches Maul. Dieses Maul gehört scheinbar einem sehr gerissenen Herr und Meister. Denn es hat eine Situation geschaffen, in der es gerade die Emanzipationsversuche sind, die sein Futter auf der Weide festbinden. Das Bedürfnis zu entkommen und endlich zu etwas zu kommen ist so groß, dass es die Abhängigkeit immer wieder reproduziert. Das Praxisinteresse verinnerlicht die Rolle dessen, der nach vorn schaut und ist gerade dadurch nicht in der Lage, den Verfolger hinter sich abzuschütteln. Es schaut nur nach vorn, weil es denkt, sonst eingeholt zu werden von den Spuren der theoretischen Betrachtung, dabei sind es seine eigenen Spuren, die es hinterlässt und nicht verwischen kann, weil es nur nach vorn schaut.

Und diese Spuren machen es einem Verfolger allzu leicht.

Wenn ich diesem Praxisinteresse zu seinem Ziel verhelfen will, dann muss es zwingen, zurückzublicken und seine Blindheit abzulegen. Unabhängig davon, ob es dort etwas zu sehen gibt oder nicht. Denn so funktioniert Emanzipation, die immer auch gegen die Rolle des Emanzipationsbedürfnisses aufbegehren muss: es ist der Verfolger, der immer nach vorn schaut, während er seinem Ziel nachjagt. Sich umzuschauen mag ein Risiko darstellen, aber es ist genau das, was den Verfolgten von dem hinter ihm unterscheidet. Das muss nicht bedeuten, sich dem Verfolger zu stellen und eine Auseinandersetzung zu beginnen. Aber es muss bedeuten, sich die Perspektive des Verfolgers anzueignen und sich selbst durch seine Augen zu sehen. Sonst werden sich keine Spuren finden lassen, die man verbergen muss, weil er sie sonst finden würde. Zu entkommen bedeutet, vom Verfolger zu lernen, wie man entkommt.

Natürlich beschreibt dieses Bild nur eine Hetzjagd und falls sich herausstellt, dass man doch einer Treibjagd geworden ist, dann sind diese Hoffnungen umsonst. Denn der Verfolger hätte trotz allem noch die Fluchrichtung bestimmt und einen in die Hände eines Anderen laufen lassen. Aber solche Erwägungen sind wohl in der Praxis zu langfristig, denn wer atemlos durch den Wald eilt, muss sich zunächst um den nächsten Schritt kümmern, der vor ihm liegt.

2. NOCH EIN BLICK ÜBER DIE SCHULTER. (WÄHREND DIE FÜSSE NACH HINTEN ZEIGEN)

Klingt alles ganz nett, ist aber selbst noch mächtig theoretisch, möchte man hier vielleicht sagen. Stimmt, ist aber ein Versuch genau dessen, was zuvor beschrieben wurde. Nämlich die Waffen der theoretischen Faszination gegen sie selbst zu wenden anstatt blind vorpreschend wieder einmal in die Falle zu laufen.

Bisher soll noch nichts als Ergebnis ausgegeben werden. Es ist an diesem Punkt nichts mehr als die Rechtfertigung dafür, gerade in einem dezidierten Praxisinteresse einen strengen Blick auf die theoretischen Überlegungen zu werfen. Mag sein, dass man sich dabei wieder in ihnen verwickelt. Aber sich abzuwenden ist keine Lösung. Statt zu fragen: wie wende ich mich jetzt dem Praktischen zu, und darin das Spiel der Theorie mitzuspielen, bleibt mir nur

fragen: inwieweit sind die theoretischen Betrachtungen bereits nicht nur praxisrelevant, sondern haben bereits einen Einfluss auf die Praxis (oder ihre Denkbarkeit) ausgeübt?

Hier konkret zu werden, bedeutet dann nichts anderes, als bisherige Texte durchzugehen und aufzuarbeiten. Und zwar gerade nicht auf die Fragmente hin, die Anwendbarkeit versprechen und darin in der beschriebenen Art und Weise eine Falle stellen würden. Ich versuche, aus vergangenen Betrachtungen ein paar Thesen herauszureißen, um das versuchsweise zu leisten.

1. Zu der Arbeit des Designers gehört es, das Selbstverständnis des Nutzers oder Kunden als etwas zu verstehen, das zur Disposition steht. Es ist nicht kein irreduzibler Fixpunkt und auch wenn das Selbstverständnis, wie es sich in den Augen des Nutzers darstellt, relevant ist, heißt das nicht, dass es der Wahrheit entspricht.

2. Für das Selbstverständnis des Designers von sich und seiner Arbeit gilt dasselbe. Es ist relevant und hat Auswirkungen, aber daraus folgt nicht, dass es deckungsgleich damit ist, was tatsächlich vor sich geht.

3. Es herrscht ein Widerspruch zwischen dem Anspruch des Designers, sich in den Nutzer hineinzuversetzen und dem Anspruch, die Verhältnisse besser zu durchschauen, als es der Kunde kann oder soll. Der Qualitätsmaßstab in der Formel: „den Kunden besser kennen als er sich selbst“ produziert eine Schiefelage, denn es der Kunde ist eben der, der sich genau so kennt und nicht der, der ihn besser kennt.

4. Mit (2) kann ich den Widerspruch von (3) auflösen. Dann folgt der Ansatz, dass der Designer sich in den Nutzer hineinversetzen kann, weil er sich genau so wenig selbst kennt, wie der Nutzer sich selbst kennt.

5. Dem Nutzer wird durch (4) grundsätzlich dasselbe Potential wie dem Designer zugestanden, ohne dass ihre Rollen dadurch in eins fallen. Dies kann die Gestalt annehmen, dass der Nutzer anderen gegenüber so tätig wird, wie der Designer ihm gegenüber (Multiplikator) oder so, dass der Nutzer ermutigt wird, dieses Potential dem Designer zu Verfügung zu stellen (Feedback).

6. Die Handlungsfähigkeit eines Designers besteht darin, einen Rahmen von Angeboten für den Nutzer zu schaffen, der dessen Akzeptanz findet, den er sich zueigen macht und der Aktivität produziert. Dafür muss der Designer in einer Situation operieren, in der für ihn dasselbe gilt.

7. Die Parallelität dieser Rahmenbedingungen in (6) ist nicht unabhängig von den Ergebnissen. Die Arbeitsbedingungen des Designers konfigurieren seine Produkte, seine Rolle im Arbeitsprozess konfiguriert seine Vorstellung vom Nutzer.

8. Entsprechend kann der Designer nicht anders, als Anforderungen an seine Arbeitsbedingungen zu stellen, die durch die Praxis der Nutzer konfiguriert werden. Es handelt sich um eine wechselseitige Abhängigkeit.

9. Diese Wechselwirkung beschreibt weniger zwei Seiten, die sich einander immer mehr annähern, sondern ein immer dynamisch bleibendes Verhältnis. In diesem Verhältnis sind die Rahmenbedingungen des Designers tendenziell eher träger und veränderungsresistenter als die des Nutzers, der äußere Einflüsse und Ansprüche hineinträgt.

10. Diese Aktivitäten des Nutzers sind eine Ressource, die der Designer braucht, die ihm aber immer unverfügbar bleibt.

11. Zu den Rahmenbedingungen des Designers gehören die Forderungen nach sachfremden Formen der Gewissheit, Kalkulierbarkeit und Machbarkeit.

12. Diese Rahmenbedingungen von (11) bleiben dem Designer fremd, erfüllen für ihn trotzdem oder gerade so ihre Rahmenfunktion. Zu seiner Praxis gehört es, diese gegen sie selbst zu wenden, indem er von dem kalkulierbaren, passiven Nutzer als Konsequenz der Forderungen sich selbst eine passive, kalkulierbare Rolle aneignet, um die Forderungen zu beruhigen.

Ich höre an dieser Stelle einmal auf. In diesen Thesen tritt nun nicht plötzlich der praktische Nutzen zu Tage. Was steckt also sonst darin? Die Überlegungen hinter diesen Thesen fingen an mit dem Zweifel, ob die Designpraxis wirklich so funktioniert, wie sie es darstellt, wie sie sich versteht. Das war zunächst ein unbegründeter Zweifel, ein einfaches Misstrauen, das

sich immer auch selbst rechtfertigen musste. Und es ging so vor, dass es behauptete: die allgemein angenommenen Darstellungen sind sich selbst sehr gewiss; ich will schauen, ob die Möglichkeit besteht, das auch anders zu beschreiben. Dadurch lasse ich die bisherigen Überzeugungen ihrerseits als lediglich eine Möglichkeit erscheinen, wobei ich Wert darauf legen muss, ihre eigene Selbstgewissheit als eine Funktion mitzubeschreiben, die nicht unwesentlicher ist als die eigentlichen Behauptungen der allgemein angenommenen Darstellungen. Sonst würde mein Relativismus in sich zusammenfallen und die unterstellte Beliebigkeit des allgemein angenommenen wäre auch die meiner Beschreibungsalternative.

Indem ich diese Darstellungen als Möglichkeiten beschreibbar gemacht habe, stelle ich sie selber zur Disposition und füge sie zum Repertoire der Faktoren hinzu, die von jeder möglichen Beschreibung der Funktionsweisen der Designpraxis mit abgedeckt werden müssen. Ich mache den Designer zum Mitarchitekten seiner Arbeitsbedingungen und das nicht nur als eine mögliche Alternative, sondern als Bedingung für alle Beschreibungsalternativen, von denen sich zeigen lässt, dass sie nur eine Möglichkeit darstellen.

Diese Skizze ist ein Strategiepapier aus der Denkpraxis und sie enthält eine ganze Menge Material für die Praxis. Nur eben nicht so, dass hier verbindliche Anweisungen gegeben werden, sondern so, dass die Forderung erhoben wird, mehr Anweisungen aus dem jeweiligen Projekt abzuleiten. Es geht nicht darum, eine andere Rahmenbedingung zu schaffen, sondern eine Handhabe für den Umgang mit Rahmenbedingungen zu schaffen und sie zur Disposition zu stellen.

Natürlich kann das nicht heißen, dass sie dabei beliebig werden. Die Hoffnung, dass sich Auftraggeber in jedem Fall neu diktieren lassen, was sie erwarten können, ist nicht nur unrealistisch sondern auch kontraproduktiv. Die Schwierigkeit einer solchen Anpassung und die Reibungen, die dabei entstehen, sind in den theoretischen Überlegungen gar nicht als etwas aufgetreten, was ein für alle mal beseitigt werden kann oder soll. Es wurde auf theoretischem Terrain gezeigt, dass es zum Prozess gehören muss, sich von einem Rahmen zum nächsten zu bewegen und den Moment des Umbruchs zu nutzen. Die Rahmenbedingungen können und müssen nicht geändert werden, so dass sie zum jeweiligen Projekt passen. Der Moment des Umbruchs, entwickelt an den Anforderungen des Projekts, muss genutzt werden, so dass er sich möglichst mit der Projektlaufzeit deckt. Ob die benötigten Rahmenbedingungen sich einstellen oder nicht, das Projekt, wofür sie nötig waren, muss im Idealfall beendet sein, wenn dieser Punkt gekommen ist.

Der einzige Ort, aus dem diese Anforderungen geschöpft werden können, ist der Nutzer. Denn nirgends anders lässt sich ein Faktor für die Rahmenbedingungen des Designprozesses finden, der nicht bereits in ihnen aufgehoben ist. Und deshalb ist es gar nicht möglich, die Rahmenbedingungen für die Designpraxis zu ändern, bevor ihre Ergebnisse in die Praxis umgesetzt werden. Wenn es immer wieder darum ging, den Nutzer (oft als „Subjekt“) anders zu denken, dann war man dabei immer schon bei der Designpraxis, weil dies die Funktion einer Strategie hat, die Wechselwirkung zwischen den Rollen von Nutzer und Designer auszunutzen.

Das heißt dann konkret, den Nutzer gegen den Auftraggeber auszuspielen. Wenn ich den Nutzer auf eine spezifische Art denke, dann produziere ich mit den Anforderungen, die sich dadurch für mich als Designer ergeben, ein spezifisches Spektrum von Möglichkeiten. Damit kann ich meine Konzepte rechtfertigen. Verkaufe ich diesen Nutzer erfolgreich an den Auftraggeber, dann gibt es dann zwei Möglichkeiten: entweder er stellt seine Erwartungen in Sachen Quantifizierbarkeit zurück oder er passt sie an diesen Nutzer an. In jedem Fall habe ich mit dem so gedachten Nutzer immer auch einen so gedachten Designer verkauft. Solange ich das jeweils an den Anforderungen des Projekts anpasse, ist das kein mieser Trick. Und ich muss dafür nicht immer wieder ein neues Modell des Nutzers verkaufen (die Paradigmen hier sind ja viel träger als die für ein Projekt), sondern nur ein Modell, dass offen ist für die Notwendigkeit, die Rahmenbedingungen für ein gegebenes Projekts anzupassen.

NICHT 3. (WEIL ES MEHR SPASS MACHT, SCHAMLOS SEINE QUELLEN ZU VERBERGEN, WENN MAN SICH DABEI ERTAPPEN LÄSST)

Zum Schluss noch eine Geschichte aus einer Denkpraxis in guter Gesellschaft. Ein Historiker – nennen wir ihn einfach M.F. – nimmt seine Quellen in ihrer Geschichtlichkeit ernst. Er versteht die Probleme, sich über die zeitliche Distanz zu nähern und die Probleme, sie vorschnell zu aktualisieren, Muster aus der Gegenwart in sie hineinzulesen. Er ist außerdem politisch interessiert an gegenwärtigen Ereignissen, die er wie sich selbst historisch geprägt verstehen muss.

Herr M.F. sagt sich nun: gut, ich bin auch Produkt meiner historischen Situation und als

solches kann ich sie nicht überblicken. Ich wende mich besser etwas zu, wo mir die Distanz einen Überblick ermöglicht. Er beginnt und setzt sich mit den historischen Quellen seines Themas auseinander und findet dort Widersprüche zur Geschichtsschreibung, wie er sie kennt, Zeugnisse eines Selbstverständnisses, dass einen guten Teil der historischen Tatsachen ausblendet und so weiter. Kurz: er diagnostiziert in der Epoche, die er untersucht, genau den Mangel an Überblick, den er sich selbst eingesteht.

Nun passieren M.F. drei Dinge. Zum ersten prägt seine Gegenwart die Perspektive auf das, was er da untersucht. Die Zugänglichkeit von Quellen und all die Recherchen anderer aus der Zwischenzeit, auf die er sich stützen oder die er verwerfen kann, üben ihren Einfluss. Zum zweiten sieht er die Epoche in ihrer Widersprüchlichkeit, in all den Dingen, die damals unwichtig erschienen und all jenen Behauptungen, die im nachhinein unsinnig wurden, nachdem sie ihre Gegenpositionen mundtot gemacht hatten. Er kennt die Epoche besser als sie sich selbst und zugleich ist es nicht die Epoche, wie sie in ihrer eigenen Gegenwart war, sondern der Geschichte gewordene Gegenstand der Untersuchung. Und zum dritten wird er von den Denkweisen und Selbstverständlichkeiten der untersuchten Epoche selbst unterwandert. Denn sie ist als etwas Geschichte gewordenes ja Teil seiner Gegenwart und damit fehlt doch wieder Distanz. Das verkehrt sich zum eigentlichen Nutzen, da die Quellen sich verselbständigen und durch ihn sprechen. Die Epoche gewinnt inmitten ihrer Vereinnahmung durch die Perspektive der Gegenwart an Eigenständigkeit. Nicht als Zielort einer Reise mit der Zeitmaschine, sondern als Spiegel, so massiv, greifbar und fest wie ein materieller Gegenstand.

Er wird mit seinen Recherchen wohl stoppen, bevor er auch nur in die Nähe seiner eigenen Gegenwart kommt, denn M.F. ist auf die zeitliche Distanz angewiesen. Und doch können eine Ergebnisse einen einschneidenden Einfluss auf die politischen Verhältnisse haben, denn er hält ihnen nicht nur einen Spiegel vor, der ihnen zeigt, wie sehr sie mitsamt ihrer Selbstverständlichkeit geschichtlichen Bedingungen unterliegen. Sondern M.F. zeigt auch die Notwendigkeit dieser Spiegelschau auf, die ja selbst ein Produkt der Gegenwart ist. Sie ist ein Produkt genau der politischen Verhältnisse und ihrer Selbstverständlichkeit, die dadurch überhaupt erst in Frage gestellt werden können.

Dieses Potential bleibt davon abhängig, dass der Historiker eben keine künstlichen Gegenwartsbezüge herstellt. Und es setzt voraus, dass er für seine Anstrengungen die Interessen seines vorherigen Projekts hinter sich gelassen hat, um sich neu vereinnahmen zu lassen. Er

wird keine Verbindlichkeiten formulieren können, weder der Sache nach noch ohne damit alles zu vernichten, was er versucht. Er kann nur darauf vertrauen, dass gerade wenn er sich und seinen Blick in seinem Thema verliert, gerade das zum Vorschein kommen wird, wofür er notwendig blind ist. Prost, M.F., und hoch die Tassen.

DISSONANTE FRAGEN

1. Verliert eine Leitstruktur wirklich ihre leitende Funktion, wenn sie revidiert wird? Die Revision beschädigt den Glauben daran, der Leitstruktur buchstäblich folgen zu müssen und können, um ein optimales Produkt zu entwickeln.
2. Was ist das dann noch für eine Leitstruktur, die Platz für Praxis und Innovation im Projektablauf machen muss? Welchen Sinn hat diese Leitstruktur dann überhaupt noch? Warum geht es nicht ohne sie?

Wir könnten unterscheiden zwischen der „empirischen“ Leitstruktur, also dem, was am Flipchart beim ersten Meeting der Designer stand und der „ideologischen“ Leitstruktur,¹ also dem, was rückwirkend in diese erste Skizze hineingelesen wird, wenn jemand eine Entscheidung trifft und sich sagt: das geht aus dem hervor, was am Anfang vorgegeben wurde. Die ideologische Leitstruktur ist also das, was die empirische Leitstruktur gewesen *ist*, obwohl sie es nie *war*.

Mit dieser Unterscheidung kann ich nun verschiedene Formen von Revisionen beschreiben. Wenn Zweifel an der empirischen Struktur aufkommen, dann ist das nicht die erste und naheliegendste Form. Denn in der ideologischen Leitstruktur zu operieren, bedeutet ja gerade, Revisionen zu produzieren, ohne dass diese Zweifel aufkommen. Ist die empirische Struktur allgemein genug, um eine Vielzahl von Umsetzungen zuzulassen, dann ist es wahrscheinlich, dass eine gute Entscheidung als die „Verwirklichung“ des Plans auf diesen zurückgeführt wird. Eine Revision, die sich auf die empirische Struktur bezieht, muss immer erst an der ideologischen Struktur vorbei. Das heißt: erst wenn letztere gescheitert ist, kommt es überhaupt zu Zweifeln an der empirischen Struktur. Und das Bedürfnis, letztere zu revidieren, ist damit letztendlich immer der Versuch, eine intakte ideologische Struktur wiederherzustellen.

1 Ideologie heißt hier einfach nur: stillschweigende Voraussetzungen oder Annahmen, die sich wesentlich in ihrer stillschweigenden Funktion erfüllen. Das, worauf etwas destruiert ist und was missverstanden wird, wenn eine solche Destruktion zu dem Urteil kommt, die Quelle sei einfach ignorant oder blind dafür. Denn wenn ihr dafür die Augen geöffnet würden, käme dadurch nicht etwas nur hinzu, sondern würde alles ändern.

Ein Arbeitsprozess ist statisch, wenn er nur den Vorgaben des (empirischen) Plans folgt. Er ist nicht weniger statisch, wenn er keine Vorgaben bekommt. Denn es gibt immer Bedingungen und Zwänge, sie sind nur unsichtbarer und unrevidierbarer, wenn sie nicht in einem Plan expliziert werden. Ein Arbeitsprozess, der nur den Vorgaben eines (empirischen) Plans folgt, ist statisch, weil in ihm der empirische und ideologische Plan identisch sind (Totalitär, das Subjekt des Herrschaftssystems fällt mit seiner Subjektivität in eins). Ein Arbeitsprozess ist dynamisch, wenn das Verhältnis zwischen empirischem und ideologischem Plan dynamisch ist. Der Plan ist dann so etwas wie der debile Monarch, unter dessen Nase die Untertanen in seinem Namen tun, was sie wollen und solange es funktioniert und sie ihn dafür loben, genießen sie maximale Freiheit. Der empirische Monarch ist tatsächlich nur ein alter syphillitischer Sack ohne die geringste Ahnung. Aber der ideelle Monarch ist die Bedingung dafür, dass die verschiedensten Dinge funktionieren, denn er leistet überhaupt erst den Anspruch, dass die Dinge zueinander passen sollen (identitätsstiftende Wirkung). Je cleverer der Monarch ist, desto eher interveniert er oder durchschaut, dass er ja gar nicht all das Lob verdient. Ein solcher Monarch ist in der Praxis wohl unkluger als der alte Sack. Und wenn der empirische Monarch tatsächlich ein Genie ist und gleichzeitig wirklich den ideellen Monarch darstellt (Platons Philosophenkönig), dann müsste man ihn einsperren und vollkommen von der Welt fernhalten damit er das leisten könnte, ohne es zugleich zunichte zu machen (darum ist dieses Ideal paradox; damit er den Überblick haben könnte, müsste man ihm den Überblick nehmen).

3. Wieder ist der "aktive Nutzer" der Schlüsselbegriff und wieder bemerke ich die Vorurteile, die ich gegen dieses Verständnis des Nutzers habe. Noch hat es keinen festen Platz in meinem Verständnis von Design gefunden.

Der aktive User, wie immer wieder bemerkt, ist nicht der User, der etwas radikal ändert oder die Rolle eines Mitdesigners im einfachen Sinne einnimmt. Es ist eine Art, genau die Aktivitäten zu beschreiben, die in einem Modell eines passiver gedachten Users im Mittelpunkt stehen. Nur eben als solche, als Aktivitäten. Um die Analogie des aktiven Users mit dem Designer in diesem Text zu reproduzieren: wenn ein User sich von einem Angebot angesprochen fühlt, dann macht er es sich zueigen: Er passt es in seine Routinen ein, räumt

als regelmäßiger Nutzer Zeiten dafür ein, die nicht zufällig sind, legt Bookmarks für den Bereich an, der für ihn interessant ist, etc. Natürlich will all das antizipiert sein und zwar in einer Form, die offen genug ist, um eine Vielzahl von Nutzern anzusprechen und präzise genug, um einzelnen Nutzern das Gefühl zu geben, dass es wie für sie gemacht ist. So gesehen ist die Aktivität sehr oberflächlich, im Grunde eine (notwendige) Illusion.

Wenn ich sage: die Aktivitäten des Users bestätigen nur das, was sich der Designer für ihn gedacht hat, dann denke ich den Plan des Designers als statisch: er funktioniert, wenn alles so läuft wie schon antizipiert, auch und gerade wenn es nicht so aussieht. Aber hat der Designer das wirklich so geplant? Oder wird der User in dem Moment, wo er sich auf das Entscheidungsspektrum einer Website einlässt, zum Komplizen eines „ideologischen“ Narrativs, in dem die Aktivitäten rückwirkend in den Plan eingeschrieben werden, obwohl sie dort nie waren? Natürlich gab es einen Plan, aber eben nie für genau diese oder jene Nutzung. Sicher, der Plan umfasste auch diese oder jene Nutzung, aber wir haben ja gesehen, wie ein solcher allgemeiner Plan in seiner Allgemeinheit nur eine sehr spezifische Funktion erfüllt. Jede Nutzeraktivität hat dann die Form: der Zweck der Website wird einer Revision unterzogen, die Nutzer und Designer gemeinsam dem zuordnen, was das Designziel gewesen *ist* (obwohl es das nie *war*). Man könnte das auf die Formel bringen: „der Nutzer scheint eine aktive Rolle zu spielen, aber lass dich nicht davon täuschen – er spielt tatsächlich eine aktive Rolle.“²

Die Aktivität des Nutzers bezieht sich dann auf zwei unterschiedliche Faktoren: die konkrete Verwendung eines Angebots und auf den Rahmen, der den Spielraum für mögliche Verwendungen bereitstellt. In der konkreten Verwendung schreibt der Nutzer durch seine Handlungen seine Aktivität in den Plan des Designers ein; er gibt seine Souveränität ab, indem er sie zu einem reinen Schein werden lässt und bewahrt darin seine genuine Souveränität. Indem er sich in dem Angebot wiederfindet, was durch den Rahmen vorgegeben ist, glaubt er, dass ihm die Entscheidungen vorsehend abgenommen werden, die er eh treffen wollte (er findet sich darin wieder), obwohl das offensichtlich fremdbestimmt ist. Diese Fremdbestimmung funktioniert, indem sie suggeriert, nur scheinbar eine Fremdbestimmung zu sein („es geschieht ja in deinem Sinne“) und etabliert darin die genuine Fremdbestimmung (tu was du willst, solange wir entscheiden können, was das ist).

Es handelt sich also um zwei gegenläufige Prozesse in der Aktivität, die jeder für sich die

2 http://www.youtube.com/watch?feature=player_detailpage&v=DEabC9WzHck - t=130s

Struktur des „etwas ist so, obwohl es so scheint als wäre es so“ haben. Die Pointe liegt nicht darin, dass man aufzeigen könnte, der eine Prozess wäre „stärker“ oder „primärer“ als der andere und folge dessen wäre der Nutzer nun genuin aktiv oder eben nicht. Sie liegt darin, dass nur diese beiden Prozesse zusammen überhaupt Aktivität beschreiben können. Der aktive Nutzer ist ja weder der willkürlich agierende Zombie noch der aus dem Nichts aktiv werdende Demiurg (a.k.a. das reine Subjekt). Erst in dieser Gegenläufigkeit, zu der eben auch Fremdbestimmtheit gehört, lässt sich Aktivität beschreiben. Es handelt sich also bei Aktivität hier nicht um einen Gegenbegriff zu Fremdbestimmtheit. Die Prozesse sind nicht auf letztere reduzierbar, aber das soll nicht heißen, dass sie geleugnet werden, so dass das, was übrig bleibt, der aktive Nutzer sind. Fremdbestimmtheit wird wieder und wieder in Frage gestellt, um zugleich nicht alles darauf zu reduzieren und um sie selbst irreduzibel zu machen. Beides ginge verloren, wenn man sie zum Prinzip erheben würde.

Interessant ist nun vielleicht, wie andere Formen der Aktivität hineinkommen. Es war bisher ja nur von genau den Formen die Rede, die auch in der Erfassung eines passiven Nutzers als relevant in den Blick kommen. Diese anderen Formen, also etwa Folgehandlungen off-site und offline, sind nicht nur das, wofür man mit dem Interesse am aktiven User den Blick öffnet und was dann daraufhin untersucht werden müsste, welchen Mehrwert oder Nutzen es haben könnte.

Diese Kategorien von anderen Formen von Aktivität fassen jene, die den „Kernformen“ (die bisher im Mittelpunkt standen) folgen in dem Maße, wie zu ihnen auch jene gehören, die ihnen vorausgehen. Beide sind zugleich fremdbestimmt und revisionistisch und beide bestimmen etwas anderes und werden davon revidiert.

Letzteres, also die Aktivitäten, bevor sich jemand auf eine Website begibt, gilt wohl gemeinhin als etwas, das sich empirisch-statistisch bestimmen und steuern lässt. Befragungen, Werbung etc. greifen hier. Aber ist es nicht kurios, dass dieser Bereich (das Vorausgehende) als greifbar und relevant gilt, obwohl seine andere Hälfte (das Folgende) eher ausgeblendet wird? Natürlich ist das von den Interessen und Zielsetzungen her zu erklären. Aber wenn beides in die selbe Kategorie gehört, muss man dann nicht annehmen, dass ein Fehler oder eine schräge Sichtweise vorherrscht, wenn sie die eine Hälfte der Fälle in der Kategorie so versteht, dass sie nicht mit hinein gehören kann?

Der Sinn des Interesse an den weitergehenden Formen von Aktivität wäre dann, von ihnen einen Anspruch zu übernehmen, den man auch an die vorhergehenden anlegt, mit denen

man vermeintlich schon ganz gut zurecht kommt. Und nicht unbedingt Wege zu suchen, die weitergehenden Formen irgendwie mit einzubeziehen (das käme dann je auf die Anforderungen des Projekts an).

4. Was will Jan damit sagen: „Aber eine solche Aussage ist eben nicht unmittelbar selbstevident, seine Aktivität und seine Freiheit ergeben sich erst in der Auseinandersetzung mit der Nutzung, in der Tätigkeit, und insofern er davon losgelöst über sich selbst spricht, lassen sich seine Selbstaussagen in Frage stellen.“ Meint er damit: Wenn er sein Vorgehen hinterher beschreibt, tut er so, als wäre er einem logischen Plan gefolgt und vergisst dabei das wilde Suchen, das auch Teil seiner Tätigkeit war?

Was der Jan sagen will: dem Nutzer wird bewusst, dass er geleitet wird. Er ist einerseits souverän und andererseits nicht (das merkt er ja gerade). Denke ich einen Nutzer so, dann hat das Konsequenzen dafür, wie ich seine Selbstaussagen verstehe. Denn auch darin ist er einerseits souverän und andererseits nicht. Ich habe aber nicht: (1) den fremdbestimmten Nutzer in Form des schnöden fleischlichen Körpers und (2) den souveränen Nutzer in Form des freien Geists, der einschreitet, um Reize per Bewusstwerdung zu bremsen. Ich habe beides gleichermaßen in unwillkürlichen Handlungen und in distanzierten Überlegungen (zwei Formen von Praxis).

Wenn der Nutzer also sagt: das und das hat mich geleitet, dann muss ich dem nicht unbedingt glauben (auch wenn ich ihm vertraue) und es heißt auch, dass ich fragen kann, was ihn dabei geleitet hat, diese Aussage zu treffen. Das sollte nicht seine Souveränität in Frage stellen, sondern das komplementieren. Und es stellt sie auch nicht in Frage, wenn ich voraussetze, dass diese Selbstaussagen relevant sind und durch nichts ersetzt werden können.³

Ich will also die Selbstaussage als Resultat einer (vermutlich vom Designstandpunkt unerwünschten) Distanzierung als genuinen Umgang mit dem Design lesen, nicht mehr und nicht weniger als die reibungslose Nutzung. Es handelt sich um einen Sonderfall, aber nicht um einen radikal anderen Fall des Umgangs mit dem Design. Nur ist es eben ein spezifischer

3 Nur weil ein Subjekt sich selbst fremder und ferner ist, als allen Dingen – es braucht immer den Umweg über die Welt als Spiegel – bedeutet das nicht, dass Subjektivität nichtig ist, im Gegenteil: erst durch diese Fremde kann es sich in Bezug zu sich selbst irren und wird damit wahrheitsfähig.

Zug dieses Sonderfalls, dass der Nutzer Distanz aufbaut und über die Nutzung spricht, als würde er von außen darauf herab- oder zurückschauen. Das muss zugleich als wesentlich verstanden, wie auch in Frage gestellt werden.

5. „Die Dissonanz des Designers ist die zwischen seiner Rolle für den Stakeholder und seiner eigenen Praxis, zu der auch seine Rolle gehört.“

Quelle der Dissonanz beim User: zwischen seiner Rolle für den Designer und seiner eigenen Praxis, zu der diese Rolle gehört. Darüber sollten wir noch sprechen.

Was meint Jan damit, dass „die Aktivität eben nicht an der erwarteten Stelle, der Praxis, von außen in den Nutzungsprozess einbricht, da die Praxis immer auch Rollengeprägt ist und die Dissonanz nicht zwischen „a und b“ herrscht, sondern zwischen „a und a+b“? Darin liegt der Kern des Verständnisses der Aktivität des Nutzers. Das habe ich noch nicht verstanden und bitte um Klärung.

Hier nur ein paar Andeutungen, die nicht primär die Sache selbst betreffen (ist besser darüber zu reden), sondern nur den „Argumentationsstil“, den ich hier verwende. Ich gebe gerne zu: ich treibe mein Spiel mit den Bedeutungen von „Dissonanz“. Einerseits verwende ich es im eher psychologischen Sinne (ich weiß etwas, aber ich handele so, als wüsste ich es nicht, oder auch: ich handele wie jemand, der nur so tut als ob, aber in Wirklichkeit weiß ich es tatsächlich nicht besser). Andererseits verwende ich es als Metapher für abstrakte Konstellationen, Symmetrien oder Harmonien, mit anderen Worten: für Strukturen. In diesem Sinne will ich „Dissonanz“ sowohl vom harmonischen Gefüge als auch von der Disharmonie abgrenzen, da letztere ja immer nur der Bote neuer Hörgewohnheiten ist. Dissonanz herrscht, wenn man sich nicht ganz sicher ist, ob der falsche Ton gegriffen wurde oder ob eine Saite verstimmt ist. Dieser metaphorische Bedeutung will ich fruchtbar machen für eine Methodik, für die strukturellen Verhältnisse zwischen Ansätzen und zwischen Unterscheidungen. Primär will ich eine Alternative zu dialektischen Strukturen.

Ich will keine billige Dialektik, die Widersprüche entweder vereint (bzw. die Möglichkeit dazu in ihnen angelegt sieht) oder in ihrer Wechselwirkung notwendig bestehen lassen will. Beides ist rein affirmativ und nicht nützlich.

Stattdessen verkompliziere ich im ersten Schritt die Angelegenheit, indem ich das Verhältnis der beiden dialektischen „Pole“ daraufhin befrage, wie es durch die eine oder andere Seite geprägt ist. Es geht also um seine Parteilichkeit. So lässt sich die Frage stellen, ob ein gegebenes dialektisches Spiel nicht eher einem „Pol“ dienlich ist und es nur neutral erscheint, weil der andere Pol so ins Spiel kommt, wie er für die andere Seite erscheint. Damit kommen Phänomene wie Macht und die Trägheit von Etablierten Praxen in den Blick. So weit so gut, einfache Supplementen-Logik.

Ich will noch einen Schritt weiter gehen, und zwar weil dieses etwas kompliziertere Model selbst wieder in eine nicht so einfache, aber ebenso billige Dialektik gefasst werden kann. Statt des Verhältnisses zwischen „a“ und „b“ (das einfache Szenario) stände hier lediglich das Verhältnis zwischen ‚a‘ sowie seines Verhältnisses zu ‚b‘, welches ‚b‘ umkonfiguriert und unterordnet“ und ‚b‘ sowie seines Verhältnisses zu ‚a‘, welches ‚a‘ umkonfiguriert und unterordnet“.

Was bleibt in diesen Spielereien bestehen? Die Dichotomie zwischen „a“ und „b“, egal wie kompliziert ich es mache. Ich kann diese Unterscheidung irgendwie einebnen, aber dann schaffe ich eben eine neue – das Spiel wiederholt sich. Ich brauche Unterscheidungen, um überhaupt operieren zu können, daran führt kein Weg vorbei.

Mein Lösungsansatz in diesem Dilemma, wo ich einerseits affirmativ bleiben kann oder andererseits ein neues Paradigma aufstelle, das dieselbe Form haben wird, ist folgender. Ich versuche, den Punkt des Umbruchs zu fixieren und auszudehnen, an dem man eine Dichotomie verwirft, aber noch nicht sicher ist, wie sehr sie noch nachwirkt. Ich nehme das Bedürfnis, neu anzufangen ernst, ohne mir Illusionen zu machen, was am Ende dieser Anstrengungen stehen wird. Es ist also ein Lösungsansatz, der seine Hoffnung wie seine Grenzen darin hat, dass er immer provisorisch bleibt und immer neu geleistet werden muss. Die Pointe dieses Ansatzes: damit will ich nicht nur ein theoretisches Werkzeug beschrieben haben, sondern freie Handlung in all den Fällen, die im Thema eine Rolle spielen. Die Formel der Dissonanz zwischen „a und a+b“ beschreibt die Reibung zwischen einem Pol („a“), der einem anderen die Rolle der Gegenseite („b“) zuschreibt auf der einen Seite, und auf der anderen Seite die Selbstbehauptung des anderen Pols, noch gegen seine Rolle als Pol, der sich selbst behauptet, aufzubegehren. Das macht er, indem er das gesamte Feld in sich selbst aufnimmt und sagt: nur weil du lediglich ein Teil dessen bist, was ich bin, lasse ich mich nicht

zum Rest davon machen. Noch nicht mal und gerade nicht dann, wenn es schmeichelhaft und bequem wäre, jenen Teil an dich abzugeben. Zurück auf den Anspruch bezogen, damit freie Handlung zu beschreiben, heißt das: nicht nur Verantwortung zu übernehmen, sondern auch für den Mangel an Souveränität die Verantwortung zu übernehmen. Im Kontext des vorherigen hieße das: ein aktiver Nutzer ist der Gegenbegriff zum passiven Nutzer, nicht der Gegenbegriff zum fremdbestimmten Nutzer. Die Zuschreibung von Fremdbestimmtheit zu Passiv und Souveränität zu Aktiv ist noch Teil dessen, wozu eine Alternative gedacht werden soll. Diese Alternative funktioniert allerdings nur, solange es eine Zumutung bleibt, die Unterscheidungen anders zu denken, solange es eine Dissonanz bleibt und noch keine neue Harmonie ist. Denn die Zuschreibungen von Seiten des Konzepts des passiven Nutzers sind nicht beliebig, sondern kommen mit aller Wucht wieder, sobald man sie abgeschrieben hat.

Der Anspruch, die Tragweite dieses Ansatz so auszuweiten, folgt direkt aus den Parallelen zwischen dem nicht-dualistischen Subjektverständnis, sich hier ergibt und der Rolle eines theoretischen Denkens, das ebenso wenig einen Dualismus zwischen sich und seinem Gegenstand gelten lassen kann.

Der ganze Ansatz ist – im Grunde – nichts anderes als die Sammlung der Spuren, die meine beiden Texte „Wunschproduktionen“ und „Wege aus der Maschine“ hinterlassen haben. Also die doppelte Gefahr einer affirmativen Haltung einer Analyse zwischen Fatalismus und neuer Starre, aber eben auch mit der (wesentlich provisorischen) Hoffnung als Produkt eines Übergangsfensters.

Vermutlich erscheint es im besten Fall reichlich kurios, hier diesen Theoriebrocken hinzuwerfen. Man müsste meinen, entweder schiebe ich hier etwas nachträglich unter, oder ich habe zuvor mehr vorenthalten, als man vorenthalten kann, wenn man verstanden werden will. Also was von beiden ist es? Keines davon. Es liegt im Kern des Ansatzes, dass er immer wiederholt werden will und seinen Sinn nur erfüllt, wenn er aus den Worten und Auseinandersetzung einer spezifischen Frage immer neu herausgearbeitet wird – und sich davon vereinnahmen und verwandeln lässt. In dem Sinne ist diese methodische Perspektive nur ein Fall neben anderen und nur einer nachträglichen Revision zufolge ist er zuvor vorenthalten worden.

GERISSENES SYSTEM, PROZESS

1. DAS GERISSENE SYSTEM UND SEINE BEDINGUNGEN

Ein System zu bauen, das sich nicht seinem Gegenstand bemächtigt, ist schwer. Das trifft nicht nur auf Versuche zu, ein „Gesamtsystem“ zu entwickeln, sondern auch auf einfachere theoretische Beschreibungsversuche, denn auch diese tragen eine Menge ungesagter Annahmen mit sich.

Warum überhaupt diese Sorgen? Jeder Beschreibungsversuch muss fruchtbar sein, nützlich in irgendeiner Hinsicht. Das heißt, seine Unterscheidungen müssen über den Einzelfall hinaus verwendbar sein. Aber wenn die Beschreibung ihren Gegenstand so zu einem beliebigen Fall macht, dann gibt es überhaupt keine Einzelfälle mehr, nur noch Instanzen. Statt einem Werkzeug ist die Beschreibung dann zu einer Gussform geworden, ihr Nutzen verabsolutiert sich.

Trotzdem ist jeder Einzelfall auch ein Fall von etwas. Er hätte auch anders sein können, anders als alternative Lösungen für dasselbe Problem, wofür er entwickelt wurde. Mit diesen anderen Lösung hat er Dinge gemeinsam. Außerdem ist er nicht in einem leeren Raum entwickelt worden, hat Vorgänger. Einen Einzelfall zu denken, bedeutet also nicht im radikalen Gegensatz zum System, etwas Singuläres zu denken. Jeder Einzelfall existiert immer schon in Sequenzen, in Spuren oder Netzwerken.

Deshalb gilt es, ein System mit einem Riss zu bauen, der nicht gekittet werden kann und nicht als Funktion im System aufgehen kann. Es liegt in der Natur der Sache, dass dies nicht ein für alle Mal geleistet werden kann, sondern in jedem Einzelfall und für jeden Einzelfall neu aufreißen muss.

Es lassen sich jedoch ein paar grundlegende notwendige Bedingungen formulieren, ohne die ein solches „gerissenes System“ nicht möglich ist. Ich habe die zentrale Bedingung bisher an der provisorischen Schnittstelle zwischen zwei „paradigmatischen“ Systemen gesucht. Ich glaube nicht, dass das ein Irrtum war, aber es hat zwei (miteinander verbundene) Schwierigkeiten mit sich gebracht. Erstens macht es den Eindruck, als sei dies die einzig mögliche Strategie. Zweitens übergeht sie das, was in ihr die eigentliche Bedingung ausmacht; sie

beschreibt den Effekt von etwas in der spezifischen Form der „provisorischen Schnittstelle“ und nicht dieses etwas selbst. Das wäre aber gerade interessant, um es auch in anderen Strategien einbetten zu können.

Dieses „etwas“, von dessen Effekt die Strategie der „provisorischen Schnittstelle“ profitiert und was ihre notwendige Bedingung als „gerissenes System“ ausmacht, gilt es selbst zu fassen. Ich würde dies die „Prozesshaftigkeit“ einer solchen Strategie nennen. Was damit gemeint ist, ist die irreduzible Zeithaftigkeit eines Beschreibungsmodells oder Systems, das einen Riss aufweisen will. Ein System ist generell nicht zeithaftig, es existiert nur in konzeptuellen Zusammenhängen, die über jeden Anwendungsfall hinaus weiterbestehen. Ein System wird nicht geboren und es altert nicht; es wird nur zusammengesetzt und ausgebaut. Jede Anwendung bezieht sich auf ein System als etwas, das schon vorher da war und danach weiter da sein wird. Zumindest auf der phänomenalen Ebene ist der Umgang damit wirklich der des Zugriffs auf etwas Ewiges.

Wie man es dreht und wendet, in einem solchen System gibt es nur Harmonie, mal ganz einfach und manchmal erst auf einer höheren, dialektischen Ebene. Aber ein genuiner Riss ist nicht möglich, denn der Bezug jeder Anwendung auf den Riss ist derselbe wie der Bezug auf das System: verbindlich und in jedem Fall gleich.

Erst wenn ich ein System als Prozess denke, wird ein Riss möglich. Das bedeutet, die Phase der Überlegungen, die Wahl der Wörter bei der Beschreibung des Systems, die Missverständnisse und Umstände eines Dialogs in der Entwicklung des Systems nicht als äußerlich oder kontingent zu denken. Das System ist dann nicht mehr das Resultat, die Zusammenfassung, sondern eben genau der Prozess, der dorthin führt. In den ersten Beschreibungsmühen, wo noch nicht alles klar ist, wo die Beispiele vorschnell gewählt sind und ihren Stempel den Konzepten aufdrücken, denen sie dienen sollten, kommen verschiedene Betrachtungen „wie von selbst“ zusammen. Thesen werden teilweise formuliert, weil sie sich logisch aus vorangegangenen ergeben, teilweise weil die Grammatik eines angefangenen Satzes fordert, dass er so oder so weitergehen muss. Was zur Sprache kommt, tut das in der Art eines Gesprächs, in dem wir typischerweise anfangen, einen Satz auszusprechen, ohne ihn vorher zu Ende entworfen zu haben.

Nichts in einem solchen Prozess ist radikal anders als in einem zeitlosen System. Es ist lediglich eine andere Perspektive darauf, worin das System „zu Hause ist“. Denn ein solches prozesshaftes Denken behauptet ja nicht, es gäbe zeitlose Systeme und dann vielleicht noch

besonders „assoziative“ Denkprozesse. Ein solches Denken unterstellt sich jedem System. Für die Perspektive eines zeitlosen Systems ist das eine extreme Zumutung. All die Kontingenzen müssen ihr beliebig vorkommen und einem radikalen Relativismus Tür und Tor öffnen.

Aber relativ auf was hin? Ein prozesshaftes Denken, zuckt nur die Schultern, wenn es mit den Kontingenzen konfrontiert wird, weil es keine ewige Verbindlichkeit fordert, die davon in Frage gestellt werden würde. Und den Relativismus bejaht es, denn er garantiert nur, dass es eine Relation benötigt, um haltbar zu sein. Der radikale Relativismus ist seine Angewiesenheit auf den Einzelfall, das Problem, dass ein zeitloses Systemdenken mit einem Relativismus hat, ist nur der Anspruch, nicht von einem Einzelfall in Frage gestellt werden zu können.

Die Strategie der „provisorischen Schnittstelle“ hat immer die Schnittstelle betont. Aber jetzt wird deutlich, dass das Provisorische eigentlich im Mittelpunkt stehen sollte, denn es ist ein Kriterium der Zeitlichkeit. Ein Riss im System kann sich nur auftun, wenn er plötzlich oder endlich nach einigen Mühen oder immer noch nicht, kurz: in der Dramaturgie eines zeitlichen Prozesses auftreten kann. Er kann sich dann auch schließen, denn er ist eben radikal zeitlich. Das heißt: es gibt nicht ein System, das garantiert, dass darin ein Riss möglich sei. Das wäre ja paradox, denn diese Garantie wäre „systematisch“ garantiert und so wieder darin aufgehoben. Es heißt: ein Riss ist in jedem System möglich, insofern es „verzeitlicht“ wird und auch dort wird es nicht ein für alle mal bleiben. Es mag zusätzliche Kriterien und „weichere“ Bedingungen geben, die einen solchen Riss oder zumindest seine Lebensdauer begünstigen, aber ein solcher Riss kennt keine „grundsätzlichen“ Bedingungen außer seiner eigenen Zeitlichkeit und dafür die Bedingung der Zeitlichkeit des Systems als dem, wo er zu Hause ist: dem System als Prozess.¹

1 Der Ausdruck „gerissenes System“ will also „Gerissenheit“ nicht als Status verstanden wissen, sondern „gerissen“ als Verweis auf ein vergangenes Ereignis („ist gerissen“) verstehen. Aphorismusalarm: Ohne Tonfolge kann es keine Dissonanz geben.

2. PRAXIS ALS PROZESS

Mit dem Wind von „Getting Practical“ in den Segeln, frage ich an dieser Stelle wieder nicht: was kann ich damit für die Praxis machen, sondern: was habe ich unversehens bereits für die Praxis gemacht?

Dafür überspringe ich einfach den Gedanken an die Designpraxis und schaue auf den Nutzer. Ist die „Zeitlichkeit“, also das Nacheinander der Seitenaufrufe zusammen mit der jeweiligen Verweilzeit und Verweildauer nicht genau das, was eine Perspektive der „User Experience“ hinzuzufügen hat? Bevor man eine Website besuchen kann, müssen alle Teile bereits stehen, sie warten alle gleichzeitig auf dem Server auf den User und um zu funktionieren, müssen sie richtig ineinandergreifen; die Funktionskriterien beim Launch müssen gegeben sein, bevor der User ins Spiel kommt, sie sind also gewissermaßen „systematisch“. Was dann beim Besuch des Users passiert, ist ein Prozess, der natürlich gewissermaßen antizipiert wurde, aber in keiner Hinsicht etwas „erfüllt“, was schon da ist. Denn dieses „ist“ bezeichnet nicht einmal eine Gegenwart, sondern eine überzeitliche Struktur. „Erfüllen“ heißt für den Nutzungsprozess aber gerade „erfüllt werden“ und dieses „werden“ lässt die gegebenen Strukturen zum einen (grammatisch) passiv dastehen, zum anderen lässt es die Nutzung (wieder grammatisch) als zeitlich im Sinne von je-auf-die-Zukunft-bezogen dastehen.

Die Nutzung einer Website als das Fortschreiten von einer Unterseite zur nächsten ist also nicht (nur) der Umgang mit verschiedenen Informationen, die gegliedert werden, um den Nutzer nicht zu erschlagen oder die deshalb auf verschiedenen Seiten hinterlegt werden, um direkter zu finden sind. Diese Kriterien spielen immer noch mit dem Ideal, dem Nutzer so schnell wie an die menschliche Unzulänglichkeit des Nutzers: „Eines Tages können die Nutzer so schnell möglich alles zugänglich zu machen; sie verstehen alle Gliederungen als notwendiges Zugeständnis Informationen scannen wie ein Computer und dann müssen wir nur alle Daten hinknallen und er hat sie sofort präsent. Aber bis dahin...“

Natürlich ist dieses Ideal absurd und träumt von der Selbstabschaffung des Designs. Aber es ergibt sich wie von selbst aus dem Gedanken der Schnittstelle zwischen Computer und Nutzer als der Grenze des Verfügbaren, kurz: als Problem: „Wäre der Nutzer doch nur mehr wie die Bereiche, die wir kontrollieren können, dann...“

Der Beieffekt dieses (unausgesprochenen) Ideals ist auch die Entzeitlichung der Nutzung. In dem Maße, wie ich die Nutzung als einen Prozess denke, sind die Gliederungen, das Nach-

einander der Informationsangebote, nicht mehr notwendige Übel, sondern die notwendige Bedingung für eine Nutzung als solche, also für einen menschlichen Nutzer, der etwas damit macht. Es ist aber nicht nur eine andere Beschreibung desselben, sondern es eröffnet auch andere Aspekte, die für eine systematisch-entzeitlichte Perspektive auf ein Informationsangebot nur Störungen sind.

Das sind alle Aspekte, die mit der Zeit der Nutzung zu tun haben: Pacing, produktive Wiederholungen, der Unterschied zwischen Verweilzeit und Verweildauer (im Sinne von Bergson's *durée*) etc.² Diese Aspekte zu begünstigen und in den Designprozess einzubeziehen, ist möglich und sicher sinnvoll. Bestimmt wird es bereits gemacht. Aber wenn es gemacht wird, dann finden sich hier Paradefälle von Aspekten, die nicht quantifizierbar sind wie andere, deren Sinn verloren geht, wenn mit Durchschnittszeitintervallen operiert wird (weil es eben keine empirische Differenz zwischen Zeitspanne und Zeitdauer gibt). Diese Aspekte, sofern sie bereits eine Rolle spielen, warten nur darauf, von einer Perspektive der „User Experience“ zu einem Riss gemacht zu werden.

Natürlich ist jedem immer schon klar, dass die Nutzung einer Website und der Umgang mit jedem Design in der Zeit stattfindet. Aber das heißt nicht, dass jeder immer schon Nutzung und Umgang radikal zeitlich denkt. Jeder wird behaupten: es wird immer mitgedacht – aber womit wird es zusammengedacht? Mit un- oder überzeitlichen Strukturen, die die Zeitlichkeit eben gar nicht mehr denken oder der sie zumindest so schnell verloren gehen kann, wie auch der Nutzer immer wieder droht, die Rolle einer „Störung“ einzunehmen.³ Allein die Tatsache, dass dieser Aspekt verloren gehen kann, zeigt schon, dass er überhaupt nicht hinreichend gedacht wird.

2 Gemeint ist eines auf keinen Fall: erzwungene Intervalle wie ein Introvideo, das nicht übersprungen werden kann. Was gemeint ist, spielt sich auch darin ab, aber nicht mehr als auf jeder Textseite. Es geht um die Art der Aufmerksamkeit als einem innerzeitlichen Prozess, der immer unterbrochen oder abgelenkt werden kann, der ungeduldig oder interessiert werden kann, genussvoll oder gelangweilt.

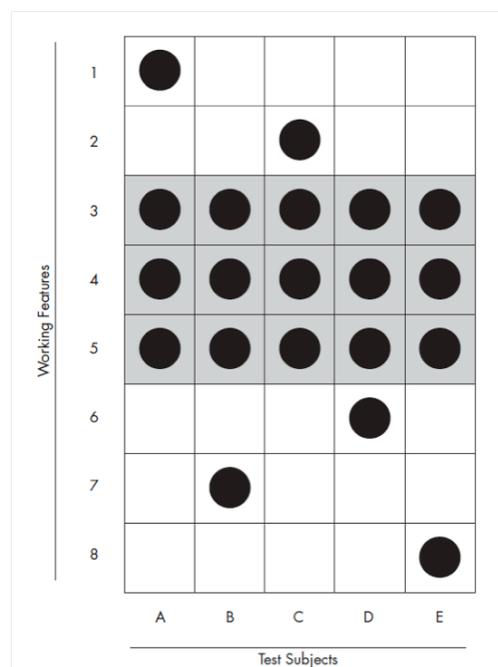
3 Vielleicht ist genau das (die Differenz zwischen Systemdesign und Nutzungsprozess) die Wurzel des Gedankens des Nutzers als Störung.

SCIENCE FICTION, DOUBLE FEATURE!

IST DIE REDUKTION AUF DEN KLEINSTEN GEMEINSAMEN NENNER DURCH EMPIRISCHE TESTREIHEN EIN MYTHOS?

Man stelle sich eine Testreihe vor, um ein komplexes Design zu erproben. Das Design hat acht distinkte Funktionen oder Bereiche (Features 1-8), die unabhängig voneinander testbar sind, aber zusammen angeboten werden. Die Testreihe besteht aus fünf Testpersonen, die sich mit dem Design auseinandersetzen sollen und deren Reaktionen protokolliert werden (Test Subjects A-E).

Das Testinteresse ist (a) welche Features funktionieren in dem Sinne, dass sie von einem Test Subject angenommen werden (Spalten A, B etc.); und (b) welche Features funktionieren verbindlich zwischen den verschiedenen Test Subjects (Reihen 1, 2 etc.).



Das Auswertungsdiagramm zeigt schnell eindeutige Ergebnisse: Features 3, 4 und 5 werden durchgängig aufgerufen, während Features 1, 2, 6, 7 und 8 nur sehr sporadisch Akzeptanz finden.

Ein solcher Test muss Abweichungswerte für Testinteresse (b) festlegen, das Resultat ist hier

deutlich: selbst bei einem Abweichungswert von 0% (kein Testsubject lehnt ein bestimmtes Feature ab) setzen sich die drei Features durch. Es bräuchte einen Abweichungswert von 80% (bis zu vier Testsubjects lehnen ein bestimmtes Feature ab), um die Ergebnisse in Frage zu stellen. Dieser Abweichungswert wäre allerdings so hoch, dass er die Testreihe per se ad absurdum stellen würde, er würde Testinteresse (a) stützen, Testinteresse (b) jedoch nivellieren.

Ein solches Ergebnis erklärt manche Features für schwach („unverbindlich“), obwohl sie in Einzelfällen angenommen werden. Es empfiehlt eine Normierung des Designs auf die verbindlichen Bereiche 3, 4 und 5.

Nun lässt sich mit diesen Ergebnissen durchaus noch nach anderen Mustern suchen, die relevant werden könnten. Ein solches Muster ist: jedes Testsubject hat ein Features außerhalb des verbindlichen Bereichs akzeptiert. Daraus könnte die Anschlussfrage gestellt werden (die neue Tests benötigen würde), ob (mindestens) ein weiteres Feature in der Auswahl dafür signifikant ist, dass der verbindliche Bereich akzeptiert wurde. Und: reicht dafür ein weiteres Feature oder braucht es dazu noch (mindestens) ein weiteres Feature, das abgelehnt wird.

Mit anderen Worten: die Normierung auf den verbindlichen Bereich als potentielles Problem ist in einer Testreihe, deren Kerninteresse eben diese Normierung ist, durchaus formulierbar. Der Gedanke, dass ein solches Testinteresse „unversehens“ eine potentiell fatale Reduktion (die vermeintlich ineffiziente Wahlmöglichkeit zwischen Features war essenziell) vornimmt, ist voreilig.

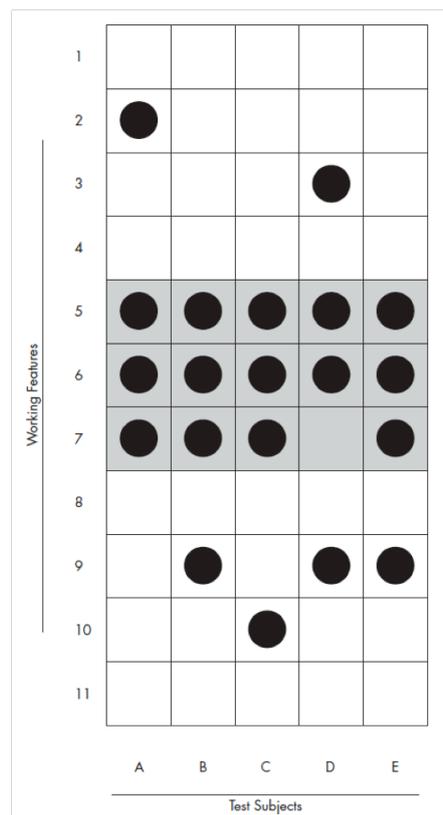
Wie würde ein solcher Folgetest für dieses potentielle Problem aussehen? Zunächst würde wohl eine Kontrollreihe gefordert sein, in der fünf neuen Testpersonen nur die drei Features angeboten werden. Aller Wahrscheinlichkeit nach wird sich dabei eine Abweichung von der ersten Testreihe abzeichnen. Selbst wenn das nicht so ist, handelt es sich dabei um einen Wahrscheinlichkeitswert, denn die Tests sind nicht identisch und können sich nicht gegenseitig bestätigen, ohne dass Relevanzkriterien für ihr Verhältnis vorbestimmt werden. Die Auswertung dieses Folgetests könnte so aussehen:

Working Features	1	●		●	●	●
	2	●	●	●	●	●
	3	●	●	●		●
		A	B	C	D	E
		Test Subjects				

Es gibt also weiterhin eine signifikante Dichte in der Verbindlichkeit der Akzeptanz der Features, aber der Abweichungswert muss entweder angepasst werden (20% statt 0%), oder zwei der Features müssen in Frage gestellt werden.

In diesem Beispielfall wäre es sehr einfach, die beiden Tests zueinander in Beziehung zu setzen. Selbst wenn ich die Abweichung für den Folgetest anpasse, kann ich mit derselben Anpassung den ersten Test genau so auswerten wie zuvor. Aber woher soll ich wissen, ob es gerechtfertigt ist, diese Anpassung vorzunehmen?

Ich könnte einen ergänzenden Folgetest konzipieren, der die Abweichung vom ersten Test in die „andere Richtung“ untersucht, also statt einer Reduktion auf Key Features noch mehr hinzufügt, um zu schauen, ob sich hier ein symmetrisch entgegen gesetzter Fall für den Abweichungswert ergibt:



In diesem Test habe ich so viele Features hinzugefügt, wie ich in dem ersten Folgetest herausgestrichen habe. Das Testinteresse ist hier (a) weicht der Abweichungswert symmetrisch zu dem ersten Folgetest ab und (b) weicht er gleich ab oder invers zum Folgetest? Dahinter

steht die Frage: ist die Auswahlmenge der Features im ursprünglichen Test ein „sweet spot“ (mehr sowie weniger Features stellen eine Ballung von verbindlichen Features in Frage) oder ist die Auswahlmenge der Features im ursprünglichen Test ein Punkt in einem Kontinuum (je mehr oder je weniger Features, desto größer die Ballung).

Die Kriterien für verbindliche Akzeptanz von Features bleiben hier zwischen allen Tests vereinbar, wenn ich eine Abweichung von 20% annehme. Aber sobald ich die Abweichung um eine einzige Einheit verschiebe, passieren zwei Dinge. Zum einen ist die Abweichung zwischen den Tests nicht mehr äquivalent und zum anderen wird ein neues Feature als verbindlich angenommen (Feature 9).

Es gilt nicht nur, alle drei Tests zu vergleichen, sondern das relative Verhältnis des ersten Tests zu den beiden anderen als einen Variationen (4 Features weniger, 4 Features mehr). Und da zeigt sich, dass ich zwar mit 20% Abweichung stabile Ergebnisse formulieren kann, aber für das Verhältnis von Ursprungstest und erstem Folgetest mit $\leq 20\%$, für das Verhältnis von Ursprungstest und zweitem Folgetest jedoch mit $\approx 20\%$. Selbst wenn ich die Testreihen vereinbar halten will, dann muss ich eine weitere Spezifikation hinzufügen (Abweichung ist genau 20%).

Was ist die Antwort auf die Frage, für die dieser zweite Folgetest angesetzt wurde? Der Test legt nahe, dass es eine relativ symmetrische Abweichung bei beiden Folgetests gibt, der Ursprungstest also eher als eine Art „sweet spot“ einzuordnen ist.

Die Betonung liegt allerdings auf „relativ“ und auf „eher“. Denn die Abweichungen in beide Richtungen (weniger Features, mehr Features) sind nicht perfekt symmetrisch. Was lässt das für einen Schluss zu? Genau genommen keinen. Denn es ist ja klar, dass es sich hier um statistische Samples handelt. Die Abweichungen sind Durchschnittswerte und der Unterschied zwischen den Abweichungen (die „Abweichungen der Abweichungen“, Abweichungen zweiter Ordnung) sind ebenfalls Durchschnittswerte.

Ich kann mit dem Datenmaterial unmöglich unterscheiden, ob der Abweichungswert nun bestätigt wurde oder nicht. Selbst wenn er perfekt symmetrisch wäre, würde es sich um einen Wahrscheinlichkeitswert handeln, der auf die Größe des Testsamples angewiesen bliebe (vergrößere das Testsample (mehr Testsubjects) und früher oder später gibt es eine Abweichung).

Ich kann das Problem der Signifikanz der Abweichung also Verschieben auf die Abweichungen zweiter Ordnung, aber ich kann sie nicht aus der Welt schaffen. Um die Signifikanz der Abweichungen zweiter Ordnung zu untersuchen, müsste ich wiederum weitere Testreihen hinzufügen, die in weiteren Schritten mehr oder weniger Komplexität ins Spiel bringen, und so weiter.

Aber genau genommen geht es nicht immer so weiter. Früher oder später (eher früher) komme ich bei den Schritten in Richtung weniger Komplexität an den Punkt, wo ich nur noch ein einziges Feature habe. Und dieser Testfall (der ja weiterhin die Vergleichbarkeit der Tests stützen soll), ist nicht mehr mit den anderen vergleichbar. Nicht, weil in ihm notwendig ein Abweichungswert entsteht, der nicht mehr Deckungsgleich mit den komplexeren Tests sein wird, sondern weil es einfach eine radikal andere Art von Test ist. Bei einem einzigen Feature ist die Akzeptanz eines bestimmten Testsubjects total und bei einem anderen die Ablehnung. Ob der Test als solcher abgelehnt wurde oder das einzige Feature wird nivelliert. Ob das Testsubject vor dem Feature rätselt oder eingeschlafen ist, wird normiert.

Selbst wenn ich also sagen würde: mit jedem weiteren Schritt der Abweichung in eine höhere Ordnung gewinne ich weitere (approximative) Präzision und auch wenn ich keine Gewissheit habe, kann ich doch diese Schritte so weit durchgehen, wie ich will und den Punkt finden, an dem die Vergleichbarkeit der Abweichungswerte bricht (und diesem Punkt dann einen Wert zuordnen, mit dem ich verschiedene Fälle von Tests und Folgetests vergleiche); dann wird mir die Praxis einen Strich durch die Rechnung machen, da ich die Komplexität nicht beliebig reduzieren kann. In den Tests zu einem Projekt komme ich nach x Schritten an den Punkt des einen Features, in einem anderen nach y Schritten. Den Vergleich zwischen den Tests zu verschiedenen Projekten kann ich nur dort durchführen, wo es das Projekt mit dem geringsten anfänglichen Komplexitätsgrad zulässt. Selbst wenn ich also das Interesse am Bruchpunkt der Vereinbarkeit der Abweichungen rein relationistisch nehme, nivellieren sich die Vergleichsfälle gegenseitig, und zwar mit einer steigenden Wahrscheinlichkeit, je mehr ich miteinander vergleiche (und das widerspricht natürlich der approximativen Gewissheit, die ich mir von einem großen Sample erwarten würde).

Auch ein rein statistischer Umgang mit den Abweichungswerten als solchen reproduziert also die Problematik der finiten Reduzierbarkeit von Komplexität (und damit deren entsprechender Erweiterung der Komplexität für die Frage nach der symmetrischen Abweichung).

Natürlich werden diese Probleme in der Praxis nie auftreten. Denn die Anzahl der Features ist ja immer schon (zumindest grob) vorgegeben, durch Kundenwünsche, Anforderungen der Projektmaterie etc. Man kann natürlich nicht beliebig gleichwertige Features hinzufügen oder wegnehmen, da sie in einem gemeinsamen Kontext stehen oder immer überflüssiger werden.

Aber genau das ist der Punkt. Eine statistisch-empirische Testreihe entzieht den zu testenden Elementen nicht die Kontextrelevanz und verarbeitet sie blind. Sie bleibt auf diesen Kontext angewiesen, um den Rahmen für die statistisch-empirische Testreihe zu garantieren. Und zwar nicht nur als notwendige Vorbedingung, sondern auch in und für die Tests innerhalb deren Kriterien, wie hier in der Gestalt der Abweichungswerte. Diese Tests verwerten nicht eine Menge sachgebundener Entscheidungen und reduzieren sie auf einen gemeinsamen Nenner, sie müssen sich immer wieder rückversichern, was dieser Nenner der Sache nach überhaupt sein kann.

Mit anderen Worten: ein solches Testinteresse kann sich durchaus in Frage stellen, es kann dabei nur nicht zu einer Antwort kommen. Für diese Antwort muss es sich zurück an andere Perspektiven wenden (oder diese bereits geliefert bekommen). Das Problem dabei ist nur, dass diese Fragen wie auch die Formulierung der Antwort in der Sprache dieser Testreihen gefordert werden („welchen Abweichungswert soll ich verwenden“).

Die große Frage, die dann übrigbleibt, ist die: sollten andere Perspektiven also nur lernen, die Sprache der Testreihen zu sprechen, um sie in ihren eigenen Grenzen zu halten (i.e. es ist deren eigene Schuld, wenn sie ihre Ergebnisse nivellieren oder normieren lassen), oder handelt es sich erst und genau bei der Forderung, sich auf die Sprache der Testreihen einzulassen, um deren normierenden Einfluss?

In jedem Fall muss die Antwort auf diese „große“ Frage in einem Dialog mit den Herangehensweisen der Testreihen geführt werden. Denn sie sind dafür offen und nicht blind. Sie können durchaus die Probleme formulieren – nur nicht die Antworten.

User Experience Design ist das Interesse an dem, was passiert, wenn der Produktionsprozess abgeschlossen ist. Es ist der Versuch, das mit einzubeziehen, was übrig bleibt, wenn etwas der Nutzung überlassen würde. Es geht um nichts weniger als den Versuch, das einzuholen, was nicht einholbar ist: ein Produkt wird hergestellt und dann als solche Erfahrung besteht das Produkt daraus; die Erfahrung zu gestalten, ist eben dies Teil der Herstellung, die dann als solche erfahren wird. Es handelt sich also um Design als transzendentalen Akt. Die Einheit des Produkts soll über sich selbst hinaussteigen, indem seine
Ihre Verwendung antizipiert. Diese Verwendung kann aber nicht bereits vorweggenommen werden, da sonst der Nutzer
obsolet würde. Stattdessen soll der Nutzer miteinbezogen werden, also zu einer Funktion der Einheit werden. Diese Einheit
ist von einer anderen Art als die der anderen Bestandteile. Eine Website wird entworfen und bereitgestellt. Jeder Teil hat
eine Funktion und erst, wenn er diese für das große Ganze erfüllt, wird die Website ans Netz gestellt. Die Funktion des
Nutzers trifft nachträglich auf dieses Funktionsganze. Die Website ist also auf ihn eingestellt, als etwas, das ihn erwartet.
Der Nutzer ist also den anderen Funktionen nicht gleichgestellt und seine Funktion kann nicht so wie die anderen gesteuert
werden. Dies als Problem wahrzunehmen bedeutet zu versuchen, seine Handlungen so gut wie möglich vorherzusagen
oder zu teilen. Das Identifizieren der Maßstäbe sind dabei die logischen Funktionen des Produkts, die erfüllt werden müssen.

Drittes Feld: Modelle

so wird aus der Antizipation als Induktionsinteresse
Gestalt eines Durchschnittsnutzers. Da es sich jedoch
um Durchschnittsnutzer der Frage stellen, ob es ratsam
die Möglichkeit, dass dieses Interesse als interne
des Produkts innewohnen soll. Konkret gesagt: will der Nutzer verstanden und willkommen gesehen werden, wenn es
bedeutet, dass er sich als typischer Gast wie alle anderen fühlen muss? Die im dritten Probleme: User Experience fassbar
und gestaltbar zu machen, ergeben sich aus dem Unterschied von innerer Funktion und den anderen Funktionen des Designs.
Mit dem Produkt im Mittelpunkt kommt der Nutzer nun entweder als vollkommener Außenstehender oder als innere Funktion verstanden
werden; eines bedeutet Blindheit und das andere Verstehen. Hier kann der Designer keine Folgen abschätzen und darf gleich
es keinen Nutzer, den die Funktion der Öffentlichkeit schließt. Hier mit der Soles Pflicht an und schlägt vor, das beim Wort zu
nehmen, was User Experience Design für die Form kann: den Nutzer in den Mittelpunkt zu stellen. Er wird so statt der
Eigenschaft, dass der Nutzer zur beobachtbaren Funktion und das gestaltete Produkt wird zusammen mit allen anderen
komplexen Ereignissen, die eine einzelne Nutzung beinhalten, zu den Zahnrädern in einem provisorischen Gefüge. An die
Stelle eines Produkts, das sich dem Nutzer vor Augen zu zeigen hat und doch durch ein Interface zu einem
Angebot verbindet, das Produkt werden soll. Interface was anderes. Der Nutzer als Maschine, die all das in Bewegung bringt,
was auch im Gegenteil hat und all das, was zufällig da war. Dieser Nutzer ist nicht mehr der Körper, durch dessen Sinne
die gealterten Reize auf der anderen Welt. Er ist das gesamte Umfeld der Nutzung, der sich immer

gestreckt
wird nicht
in Sinne,
zu wem
sich der
nicht kein
weiteres
neues
männliche
was sich
lung in
Kationen
um als
sie liegt
einfach und
nis des
die noch
er sein
isse und
gesehen
atsache,
nis, den
on wird
mehr im
meshops
auf der
nschaft
kriterien
nicht als

gestreckt
wird nicht
in Sinne,
zu wem
sich der
nicht kein
weiteres
neues
männliche
was sich
lung in
Kationen
um als
sie liegt
einfach und
nis des
die noch
er sein
isse und
gesehen
atsache,
nis, den
on wird
mehr im
meshops
auf der
nschaft
kriterien
nicht als

Wiederholung, Verschiebung, Gestalt

WIEDERHOLUNGEN

1. WIE FUNKTIONIEREN THEORIEN ALS WERKZEUGE?

Warum das „Marx-Brothers-Modell“? Weil es mir erlaubt, das Verhältnis der Designpraxis zu seinem Theoretischen Überbau aufzugreifen. Ansonsten gehe ich in die Falle, der Designpraxis ein besseres Theoriemodell anzubieten und damit der falschen Annahme aufzusitzen, sie könnte dies gebrauchen oder es würde ihr daran mangeln. Woran es ihr mangelt, ist nicht ein schwacher theoretischer Überbau, sondern ein schwaches, weil übermütiges Verhältnis zu ihrem theoretischen Überbau: es glaubt, nur mit ihm zu spielen, ihn in der Hand zu haben, aber das Spiel hinterlässt Spuren und die Hand wird bleibt daran kleben.

Dieses Verhältnis sieht so aus: wir interessieren uns nicht für Theorie, außer sie ist nützlich; sie ist für uns ein Stück Praxis. Die Absurdität dessen – eine solche Theorie müsste immer auch eine Theorie ihrer selbst als Praxis sein – interessiert uns nicht, das sehen wir als ein rein theoretisches Problem und nicht unser. Nützlich ist Theorie für uns, um uns damit zu verkaufen: Überblick, Machbarkeit und Kontrolle zu suggerieren. Wir wählen die Theorie, die dies artikuliert: den passiven Kunden. Die Pointe hier: es wäre ein Irrtum, nach einer Theorie zu suchen, die hinter dieser Praxis mitsamt dieser Verwendung von Theorie steht und zu glauben, sie wäre subtiler oder kohärenter. Denn die Verwendung von Theorie hinterlässt Spuren im Rest der Praxis, genau wie eine zur Rechtfertigung aufgesetzte empirische Testreihe einen kleinsten gemeinsamen Nenner forciert. Die Theorie der Designpraxis mitsamt ihrer Verwendung von Theorie ist, ohne dass sie es merkt, die verwendete Theorie. Die Formel lautet dann: „wir stellen den Kunden als Passiv dar, aber lasst euch nicht täuschen: wir denken ihn tatsächlich als Passiv.“

Die Frage lautete: nimmst du die Rede vom passiven Subjekt denn wirklich ernst? Und die Antwort war: ja, wenn nicht als Theorie, dann in den Resultaten, die aus ihrer Verwendung folgen. Denn diese Resultate, ob wegen oder trotz ihr, sprechen für sich.

Was ist es nun, „wegen“ oder „trotz“? Zunächst wollte das „wegen oder trotz“ sagen: es ist

egal, unabhängig von ihrem Verhältnis zum theoretischen Verständnis sprechen die Resultate für sich. Nun ist aber klar: es ist nicht unabhängig davon, die Verwendung entspricht gleichzeitig der Theorie. Also: „wegen“ oder „trotz“?

Die Frage ist schwer zu beantworten. Zu allererst: die Verwendung der Rede ist nicht die Theorie in dem Sinne, dass sie in der Verwendung zur Sprache kommt oder sich dort ausprägt. Die Formel ist ja nicht: „wir stellen den Kunden als Passiv dar, denn wir denken ihn als Passiv“. In der Verwendung kommt die Theorie gerade nicht zur Sprache und zwar dadurch, dass sie explizit ausbuchstabiert wird. Denn sie wird mit der impliziten Behauptung kombiniert: „Dies ist nur eine Behauptung, das erzählen wir halt den Kunden (und vielleicht uns selbst, wenn wir verunsichert sind)“. Ich kann also sagen: wegen der Verwendung der Theorie als Verkaufsstrategie, als Floskel, schaffen wir leichter Resultate, aber ich kann davon nicht ableiten: die Theorie, die genau dieser Floskel entspricht, hat etwas mit diesen Resultaten zu tun. Auf der Ebene der Verwendung kann ich also von einem „wegen“ sprechen. Was ist also mit der Theorie im Hintergrund, gilt hier „wegen“ oder „trotz“? Diese Theorie ist in jedem Fall das unbedachte, das was wirkt, obwohl in der Praxis vermeintlich damit nur spielerisch kokketiert wird. Hier muss ich noch einmal differenzieren. Einmal haben wir die implizite Theorie in dem Sinne, dass dem Designer klar ist: das ist die implizite Theorie für den Kunden und das, was er macht, muss zumindest in deren Rahmen verkaufbar sein. Also „ich kann machen was ich will, aber ich sollte immer im Hinterkopf haben, dass ich es dem Modell des passiven Kunden entsprechend vorstellen und verkaufen kann“. Dies ist die Art, in der die Theorie seine Praxis bestimmt, obwohl er glaubt, souverän zu sein und hier muss man wohl sagen: die Resultate, die diesen Prozess überstehen, tun das „trotz“ der Theorie. Die andere Ebene ist die, dass der Designer in dem Gedanken, etwas in diese Theorie übersetzen zu müssen, damit er andere von seiner Idee überzeugen kann, sie immer als etwas Äußerliches konfrontiert. Das war auf der einen Ebene ein Irrtum, aber es ist auch nicht nichts; er konfrontiert sie mit einer naiven Selbstüberschätzung, aber er konfrontiert sie. Nur weil er von ihr mehr beeinflusst wird, als er merkt, heißt nicht, dass er vollends in ihr operiert. Die Notwendigkeit, seine Ideen in diese Theorie zu übersetzen, beeinflusst ihn zwar so, dass er ohne es zu merken blind immer schon die Übersetzbarkeit gewährleistet (erste Ebene), aber der Akt der Übersetzung selbst lässt eine andere Praxis spürbar werden, wenn auch nur in dem Schwund oder dem Bedeutungswandel während der Übersetzung (dem Gefühl, dass man seine eigentliche Idee jemandem in der Machbarkeitsrhetorik verkleidet unterschiebt). Diese andere Praxis bleibt notwendig und

immer weiter möglich, weil die Theorie vom passiven Nutzer für sich selbst so mangelhaft ist. Man kann nur aus ihr keine Ergebnisse klonen, stanzen oder errechnen. Insofern kann man festhalten: auf dieser Ebene der impliziten Theorie geschieht es „wegen“ dieser Theorie, da das, was sich auf den ersten Blick als ein „trotz“ darstellt, einen positiven Effekt hat, auch wenn dieser nicht auf das zurückgeht, was die Theorie Wort für Wort behauptet (eine Theorie besteht ja nicht nur in ihren Behauptungen, sondern genauso in dem was sie Verschweigt und in ihren geduldeten Widersprüchen; deren Auflösung als Angewiesenheit auf die Praxis garantieren mehr als die Behauptungen die Fruchtbarkeit einer Theorie – sie ist so sinnvoll, wie sie einen immer zwingt zu beginnen mit: „es kommt auf den Fall an. . . , so allgemein kann man das kaum sagen.“).

Einmal „wegen“ in der Verwendung, dann „trotz“ als Theorie und dann noch einmal „wegen“ in der Art und Weise, wie die Theorie eine Rolle spielt. Einmal die Theorie als Praxis, dann die Theorie als solche und dann die Praxis der Theorie. Erinnert diese Sequenz an etwas? Ich formuliere noch einmal anders: „Es scheint, als würde die Resultate zustande kommen wegen der Theorie, aber täuscht euch nicht...“

2. WIE FUNKTIONIEREN WERKZEUGE ALS THEORIEN?

Es ging mir um die Frage: was ist überhaupt zu gewinnen, wenn ich eine andere, bessere Theorie vorschlage? Der Selbstzweifel, der am Anfang stand, war: macht es überhaupt Sinn, eine gute Theorie zu bauen, wenn das, wogegen ich sie absetze, gar keine eigentliche Theorie, sondern nur eine Floskel, ein Werkzeug ist, dessen einziges Problem ist, dass dann ungeahnte Konsequenzen mit sich bringt.

Dieser Zweifel scheint nun mit den bisherigen Ergebnissen geradezu nichtig gegenüber einem Neuen: wenn all das, so wie es ist, doch konstitutiv für die Ergebnisse ist, was macht es dann überhaupt für einen Sinn, weiter nachzudenken? Vorher stand nur in Frage, ob eine neue Theorie reicht oder ob es eine neue Theorie als praktisches Floskel-Werkzeug sein soll, die das alte Werkzeug ersetzt und dann neue ungeahnte Konsequenzen entfalten kann. Aber jetzt?

Jetzt muss man weiter nachdenken, gerade indem man diesen Selbstzweifel ernst nimmt. Und darauf achten: es ist kein einfaches „wegen“, das die mangelhafte Theorie und die Re-

sultate verbindet, sondern eben ein doppelbödiges. Wenn das der Fall ist, gibt es keine einfache, direkte Beziehung zwischen der mangelhaften Theorie und den Resultaten. Aber eine solche direkte Beziehung ist es gerade, was die mangelhafte Theorie ausmacht, genau das ist ihre Behauptung. Ich habe den produktiven Nutzen der mangelhaften Theorie mit dem „wegen“ bestätigt, aber die Doppelbödigkeit des „wegen“ entzieht ihr die Bedeutungshoheit darüber, was unter „produktiv“ zu verstehen ist. Sie wirkt daran mit, spielt eine Rolle, aber sie führt nicht zu diesen Resultaten, produziert sie nicht.

Wenn jetzt überhaupt erst deutlich wird, wie einseitig bestimmt der Begriff von „produzieren“ war, dann zeigt sich auch, dass dadurch dem Begriff des „Resultats“ eine Bedeutung zugeschoben wird, die nicht theorieneutral gelten kann, so dass daran verschiedene Theorien gemessen werden können. Natürlich gibt es Resultate, die als Erwartungswerte oder Vorgaben erfüllt werden müssen. Aber das geht eben so oder so. Und eine Herangehensweise schafft diese Resultate und bringt einige weitere willkommene unerwartete Glücksfälle mit sich, während eine andere Herangehensweise jene Glücksfälle als Resultate greifbar gemacht hat und vielleicht die Resultate der ersten glücklich mit sich bringt. Beide Herangehensweisen hätten sehr ähnliche Endprodukte und würden wohl alle für alle Ergebnisse die Verantwortung übernehmen wollen. Aber obwohl sie gleich gut sind, haben sie doch unterschiedliche Resultate in dem Sinne, was und wie sie wirklich vor Augen hatten und was und wie darüber hinaus sich wie von selbst ergeben hat.

Von Resultaten übergreifend als dem zu reden, was funktioniert hat oder was möglichst gut die Vorgaben erfüllt hat, ist also nie spezifisch genug. Und dadurch, dass es so allgemein bleibt, droht man immer blind von dem derzeit dominanten Begriff von Resultat zu sprechen, welcher der dominanten Herangehensweise zueigen ist. Resultat ist nicht gleich Ergebnis oder gleich Endprodukt; es ist eine je spezifische Art, das Ergebnis auf den Arbeitsprozess zurückzuführen.

Es gibt also doch genug Gründe, weiterzudenken oder die Ansätze gerechtfertigt zu sehen, die ich hier versuche, noch einmal aufzuarbeiten. Aber wie sind sie ins Spiel zu bringen, was anstellen mit den theoretischen Ergebnissen? Zunächst ist klar: es geht nicht darum, sie als einen Überbau zu formulieren und Leuten in die Hand zu drücken. Nicht darum zu sagen: werdet euch darüber bewusst, was ihr macht, dann könnt ihr etwas besser machen.

Warum nicht? Zunächst aus strategischen und rhetorischen Gründen. Strategisch, denn: die

Zielgruppe kann ein „Bewusstsein“ dieser Zusammenhänge gar nicht umsetzen, weil sie in Abhängigkeitsstrukturen operiert, in denen Bewusstsein nicht Handlungsspielraum produziert. Was nötig ist, das ist zunächst eben Handlungsspielraum und alles weitere kommt hinzu, indem man den spezifisch prägt, ob dabei etwas bewusst wird oder nicht, ist strategisch sekundär. Rhetorisch denn: ein solcher theoretischer Überbau ist nicht eine zielgruppenspezifische Art, die Probleme so anzugehen, dass man damit Leser aktiviert. Selbst wenn sie sich damit auseinandersetzen, werden sie es als abstrakt und trocken rezipieren und nichts damit machen.

Stattdessen war schon klar: eine neue Theorie muss die Form eines praktischen Werkzeugs annehmen, dass zur Anwendung empfohlen wird „ob ihr daran wirklich glaubt oder nicht“, so dass es seine Konsequenzen dadurch entfaltet, dass es die weitere Praxis nachformt. Das wiederum muss „verkauft“ werden, und zwar am besten durch eine Argumentation der größeren „Bedürfnisentsprechung“ des Kunden.

Dieses Argument soll zunächst den Designer überzeugen, aber gleichzeitig so, dass er überzeugt ist, dass es nützlich ist, um damit einen Kunden ruhigzustellen, damit der Designer weiter sein Ding machen kann (was sein Ding ist, wird sich dann und erst dann ändern).

Dieses Argument muss so funktionieren: es behauptet, der bisherigen Praxis etwas hinzuzufügen (einfach nur ein „mehr“ an Bedürfnisentsprechung), während es durch dieses „mehr“ das Bisherige umwertet, weil es dies schon mitgedacht hat; es ist kein „mehr“, dass sich zusätzlich oder äußerlich denken lässt (auch wenn es das Bisherige dafür nicht zu sehr in neuem Licht erscheinen lassen muss).

Ich behaupte also, etwas Komplementäres zu liefern, aber dahinter entfaltet es eine supplementäre Logik, ordnet sich sein vermeintlich komplementäres Gegenüber also unter. Da diese Bewegung aber schon innerhalb der Alternative mitgedacht wurde, schleicht es sich dahinter als genuines Komplement ein, nur nicht mehr zu dem, was am Anfang da war.

3. DIE LOGIK VON VERDRÄNGUNG UND WIEDERHOLUNG

Was hier wieder und wieder (und wieder) auftaucht, ist das, was oben als das „Marx-Brothers-Modell“ bezeichnet wurde und in anderen Texten als kognitive Dissonanz. Im allge-

meinsprachlichen Kontext bezeichnet „kognitive Dissonanz“ irgendeine Art von gelebtem Widerspruch, der erstaunlicherweise zu keinen echten Problemen zu führen scheint. Im spezifischen (therapeutischen) Kontext bedeutet „kognitive Dissonanz“ etwas spezifischeres, und zwar genau das, was das „Marx-Brothers-Modell“ illustriert: ein Missverhältnis, in dem das Bewusstsein dieses Konflikts schon eingelassen ist, in dem also ein Bewusstwerden keinen Ausweg verspricht.

Ich denke hier an einen besonderen, paradigmatischen Fall von Verdrängung, für den folgendes Beispiel gut funktioniert: ein Klient fühlt sich seiner Umwelt stark ausgeliefert und leidet darunter. Der empfundene Mangel an Souveränität habituiert seine Auseinandersetzung mit diesem Problem (so wird es überhaupt erst chronisch, die Auseinandersetzung reproduziert das Problem). Seine Auseinandersetzung damit sieht dann so aus, dass er selbst als allererster (auch unaufgefordert) sagt: natürlich bin ich meiner Umwelt ausgeliefert, wer ist das wohl nicht, wenn man nur genau hinsieht? Er macht verständlich: ich habe mich damit abgefunden. Der Reiz dieser etwas fatalistischen, aber scheinbar akzeptierenden Haltung ist, dass er sagen kann: ich habe mich damit abgefunden. Aber natürlich weiß er ganz genau, dass er diese Wahl nie hatte, dass genau diese Einsicht die Umwelt ihm aufgezwungen hat. Dass, was der Klient nur schwer wahrhaben kann, verbirgt sich dahinter, dass er genau das bezeugt.

Warum ist das überhaupt ein Problem? Weil es ihm die Möglichkeit nimmt, es als das Problem, aus dem es erwachsen ist, anzugehen. Das Reden darüber kann der Funktion nicht mehr entkommen, es weiter zu verbergen. Dabei ist vollkommen unerheblich, ob sich der Klient bewusst ist, dass er das „nur so sagt“ und seinen eigenen bitteren, fatalistischen Trotz schmeckt. Verdrängung ist nicht notwendig unbewusst (kann aber dazu habituiert werden), sie funktioniert nur nicht-bewusst in dem Sinne, dass Bewusstsein oder Mangel an Bewusstsein dafür kein Kriterium darstellen (weil es nicht um „wissen“ sondern um „wahrhaben“ geht).

Verdrängung ist dies also insofern, als dass aus dem eigentlichen Fall: „Die Umwelt bestimmt mich und sie zwingt mich dazu, mich damit abzufinden“ die Umwelt verdrängt wird durch ein Ich, das nicht vergessen kann, dass es immer noch durch diese Fremdbestimmung definiert ist, wenn es sagt „Die Umwelt bestimmt mich und ich habe mich damit abgefunden“.

den“. Semantische Verdrängung: das „ich“ im zweiten Satz verdrängt das „sie“ (die Umwelt). Ideeale Verdrängung: das „ich im zweiten Satz verdrängt seine eigene Bestimmung im ersten Teil desselben Satzes (Die Umwelt bestimmt mich). Der Klient behauptet also etwas, um es nicht wahrhaben zu müssen – Er scheint ist fremdbestimmt, aber täuscht euch nicht, er ist es tatsächlich.

Interessant (und der eigentliche Grund für diese ausführliche Analogie) ist nun eine klassische therapeutische Herangehensweise an einen solchen Fall. Sie ist bestechend einfach und besteht „nur“ darin, den Klienten zu bestätigen, indem man seine Behauptung wiederholt. Das ist weitaus komplexer, als es klingt. Zunächst bekundet es Anteilnahme und begünstigt ein weiteres Gespräch. Dann vermeidet es eine Konfrontation, die Druck ausüben würde und damit das Problem reproduzieren würde. Aber die Hauptkomponente besteht darin, dass man in der Wiederholung der Behauptung den Sinn der Aussage vollkommen ändert. Denn die Wiederholung ersetzt das „ich“ und ersetzt es durch ein „du“. Die Wiederholung lautet „Du bist deiner Umwelt ausgeliefert, wer ist das auch nicht, wenn man genau hinschaut.“ Typischerweise überhört der Klient dies ein paar Mal, aber wenn man das diese Wiederholung bei ein paar Gelegenheiten einbringt, fühlt sich der Klient typischerweise provoziert oder sogar beleidigt. Aus dem Mund eines Anderen macht die Aussage die Verdrängungsdynamik zunichte, ohne sie dem Klienten wegzunehmen. Die ideale Reaktion ist die, dass er der Wiederholung widerspricht und seine Souveränität zumindest teilweise beginnt zu rechtfertigen, wenn ihm nicht klar ist, was in der Wiederholung der Aussage passiert ist. Aber selbst wenn er die Provokation vom inhaltlichen verschiebt, etwa auf ein: „was soll das, warum wiederholen Sie einfach nur, was ich sage!“, übernimmt er Kontrolle über den Gesprächsverlauf und bricht den fatalistischen Habitus, was man dann selbst zum Gesprächsinhalt machen kann. Selbst wenn er genuin über die „dumme“ Wiederholung verärgert ist, bietet sich dies noch an.

Wichtig ist nur zu schauen, wie sich mit solchen Fällen umgehen lässt. Übertragen auf die Designüberlegungen haben wir den Fall, dass eine direkte Infragestellung des Status Quo die Reaktion befürchten muss, dass defensiv gefragt wird: nun gut, aber inwiefern erfüllt eure Alternative den Status Quo? Konkreter gesagt: man stellt nicht zuletzt einen Teil der statistisch-empirischen Standards infrage und soll sich doch daran messen lassen. Die Alter-

native wäre eben, das zu wiederholen, was der Status Quo selbst behauptet, so dass er sich in dieser Behauptung nicht mehr selbst aufgehoben fühlt. Diesen Versuch gibt es leider bereits („Intersection“).

Gibt es einen Weg, diese Umgangsweise mit der Verdrängung strategisch fruchtbar zu machen? Ich müsste den Klienten, oder wer auch immer dem entsprechen soll, ja erst dazu bringen, die Selbstbehauptung zu äußern, damit ich sie zurückspiegeln kann. Als Unterstellung funktioniert das ganze nicht. Was ist mit dem Nutzer? Kann ich die gegenläufige Dissonanz, die bei ihm in Kraft ist, so spiegeln? Wenn er von sich behauptet, der eigentliche Entscheider zu sein, ändere ich dann etwas, indem ich ihn konfrontiere mit der Provokation: „du bist der eigentliche Entscheider“?

Welchen Sinn soll das haben? Welcher eigentliche Sinn steht hinter der therapeutischen Strategie? Es ist ja nicht so, dass der Klient in einem Bewusstsein der Verdrängungsdynamik qua kognitive Dissonanz irgendwie besser aufgehoben wäre, wenn die Dissonanz als solche transparent wird (er widerspricht, behauptet Souveränität, belebt den Widerspruch). Dies ist nur Möglichkeitsbedingung für weitere Arbeit, schafft überhaupt den Raum für ein Reden darüber. In dem gilt es dann nicht, die Verdrängung auszuräumen (sie hatte ja ihren Zweck), sondern sie neu einzuordnen. Also ihr einen neuen Kontext zu geben oder sie mit etwas zu verknüpfen, was einen neuen Komplex bildet. Zum Beispiel: „ja, du bist deiner Umwelt ausgeliefert und noch das „Ich“, auf das du dich berufst, ist nichts als ein Sprachrohr dieser Dynamik“ und dennoch: „Gilt nicht dasselbe für deine Umwelt? Ist dieser Begriff nicht genauso an die Stelle des „Ich“ getreten, wie dieses den Begriff „Umwelt“ ersetzt hat? Was bringt dich dazu, die Aussage mit der Umwelt als ursprünglicher anzusehen als die Aussage mit dem Ich, die erstere verdrängt hat?“ Man würde also dieselbe Dynamik in die andere Richtung hinzufügen, mit der Pointe, dass keine der beiden noch ursprünglich und damit keine der beiden aufgesetzt sein kann. Dadurch wird der Konflikt nicht aufgehoben oder ausgeglichen, er verliert nur die Logik der Verdrängung. Der Konflikt muss bestehen, damit die Problemauseinandersetzung des Klienten nicht nichtig wird, sondern es ihm offen steht, sie zu einer fruchtbaren Auseinandersetzung zu erklären („Ich verhandle hier etwas und wo es zuvor schien, als würde ich darin feststecken, sehe ich nun, dass es einfach kein Prozess mit klarem Ende sein kann. Das Feststecken war nur ein Symptom meiner Fixierung auf einen vermeintlichen Endpunkt, der nicht näher kommen wollte.“).

FUNKTIONEN IM MITTELPUNKT

Nehmen wir die Rede vom „User-Centered Approach“ beim Wort. Was bei der Nutzung eine Rolle spielt, wird so betrachtet, dass dabei der Nutzer im Mittelpunkt steht. Sämtliche Funktionen, Features und Angebote werden darauf hin betrachtet, wie sie im Verhältnis zu diesem Mittelpunkt stehen. Sie werden um ihn herum gruppiert, sie erfüllen eine Funktion für ihn.

1. DAS PRODUKT UND SEINE FUNKTIONSWEISE

Wovon grenzt sich diese Perspektive ab? Auch wenn es das so nie gab, könnte man es einen „Product-Centered Approach“ nennen und dies wäre das, was sich von selbst einstellt, während man etwas baut. Die verschiedenen Funktionen und Teilbereiche sollen zueinander passen, jedes erfüllt eine Funktion für das andere: das eine macht das andere zugänglich, dieses erfüllt das Versprechen von jenem. Eine Website hat eine Struktur, in der alles seinen Platz hat und jede Funktion weist jeder anderen ihren Platz zu.

Der Haken bei dieser Perspektive ist nicht so sehr, dass der Nutzer darin keinen Platz hat. Natürlich ist diese Struktur zugänglich und die Verknüpfungen sind gangbare Wege. Der Haken ist die Art des Platzes für den Nutzer, denn es ist der Platz einer Funktion. Funktion heißt hier nicht: der Nutzer passt hier hin, insofern er als Kunde einen Nutzen aus der Interaktion zieht. Funktion heißt: indem er interagiert, wird er zur Funktion für die Struktur. Er ist wie das letzte Stück Leitung in einem Stromkreis, er bringt all das zusammen, was nur noch eine letzte Verknüpfung braucht. Sein Sinn von Zufriedenheit ist der eines Gefüges, in dem alles endlich seinen Platz findet (falls into place).

Dies ist nicht so sehr eine Reduktion einer Person auf eine Funktion für ein System in dem Sinne eines Fehlers oder einer Dummheit. Was hier passiert, ist eher die Verknüpfung der Interessen des Nutzers mit dem Bedürfnis der Struktur, verinnerlicht vom Nutzer als Funktion der Struktur. Dem Nutzer wird eine Auswahl präsentiert und er sucht nach dem, was für oder zu ihm passt. Die Kriterien des Passens sind nie vollkommen klar ausgeprägt und das wird zu

einer Last, die ihm abgenommen werden kann. Die Bedürfnisse der Struktur bieten hier Kriterien an. Das ist dasselbe wie der Verkäufer, der eine persönliche Beziehung aufbaut, so dass der Kunde eine Hemmschwelle überschreiten muss, um vom Kauf zurückzutreten. Er will den Verkäufer nicht enttäuschen, obwohl das niemals seine Hauptpriorität ist.

Festzuhalten ist hier nur: ein Produkt und seine Struktur bilden ein Gegenüber für den Kunden, die auf ihre eigene Art eine Funktion übernimmt, die es so auch in personalen Beziehungen gibt. Vermeintlich akzidentelle Faktoren verbinden sich mit den eigentlichen Prioritäten und leiten sie, indem der Nutzer oder Kunde in mehr als einer Rolle angesprochen wird. Von Kunde und Mitmensch zu Nutzer und Strukturfunktion.

So gesehen kommuniziert das Produkt gar nicht etwas, was in es hineingelegt wird, ist nicht so sehr Medium. Es ist vielmehr Sender, kommuniziert selbst als das Gegenüber des Nutzers.

2. MIT DEM USER IM MITTELPUNKT: DIE FUNKTIONSVERSCHIEBUNG

Im „Product-Centered Approach“ bestimmt das, was im Mittelpunkt steht, welche Art die Funktionen aller Teile sind. Wenn man nun die Perspektive wechselt zum „User-Centered Approach“, ändert sich nun die Funktion aller Teile nach der Maßgabe eines neuen Mittelpunkts, des Nutzers?

Ja und nein. Der Nutzer trifft nachträglich auf eine Website. Er findet eine Reihe von Funktionen vor, die logisch zueinander geordnet sind. Sie bilden ein Beziehungsgeflecht nebeneinander, kommen zugleich online. Ihr Zusammenhang ist gewissermaßen zeitlos, es muss nichts auf der einen Seite geschehen, damit die andere ihre Funktion erfüllt. Sie warten alle zusammen auf die Nutzung und nie auf einander. Bevor der Nutzer in den Mittelpunkt rücken kann, gibt es also schon eine festgelegte Art des Funktionierens, eben die logisch-zeitlose.

Die Erfahrung des Nutzers ist die eines zeitlichen Nacheinanders. Erst die Startseite, dann eine interessante Abzweigung entlang, dann zurück, weil sie doch nicht interessant war. Nun zu der parallelen Abzweigung, was er vorher ignoriert hat, aber für die das Interesse durch die vorherige Sackgasse geweckt wurde. Und so weiter. Der Pfad dieses Nacheinanders ist von einer anderen Art als die Pfadstruktur der logischen Struktur der Website. Auf dem Pfad des Nutzers ist der

Punkt, zu dem er zurückkehrt nie mehr derselbe.

Der Nutzer schafft also neue Verbindungen, neue Elemente werden für Verknüpfungen relevant. Die Enttäuschung über die erste Abzweigung, beziehungsweise das Unerwartete dort, was für sein Interesse übrig blieb, hat ihn an die zweite Abzweigung verwiesen. Diese Verbindung hat kein Korrelat auf der logischen Ebene der Struktur. Es ist also nicht nur so, dass der Nutzer manche Verbindungen anderen vorzieht und in einem Rahmen von Funktionen lediglich Schwerpunkte setzt. Er schafft neue Verbindungen, die von einer anderen Art sind. Nicht weil etwas persönlich wird oder weil hier eine Maschine menschlich wird, wo vorher ein Mensch zum Teil einer Maschine wurde. Sondern weil der Nutzer zum Mittelpunkt einer Verzeitlichung von etwas wird, dass vorher nur wartete.

Das heißt natürlich nicht, dass die logischen Strukturen nachträglich überflüssig werden, genauso wie die (zeitliche) Nutzung als zukünftige für die logischen Strukturen nie überflüssig waren. Aber es heißt, dass sich von den logischen Strukturen nie ableiten lässt, wie etwas in der Nutzung funktionieren wird. Man kann nur die Möglichkeitsbedingungen schaffen, weil sich von den logischen Arten des Funktionierens nichts ableiten lässt, was zu einer anderen Kategorie des Funktionierens gehört (dieses Ableiten würde ja ein logisches sein wollen und so nicht zwischen den Kategorien verhandeln können weil es zu einer von ihnen gehört).

Der „User-Centered Approach“ formuliert also weniger eine Alternative, sondern interessiert sich für einen weiteren Bereich. Zugleich ist er doch eine Alternative, da er auch in einem anderen Licht auf den vorherigen Bereich zurückschaut. Das Produkt als solches will ja nicht für sich funktionieren, sondern Interaktion provozieren und das funktioniert eben anders, als es vom Produkt aus scheint.

Wie es vom Produkt aus scheint, wurde oben beschrieben. Der Nutzer als Interessent und der Nutzer als Funktion werden verschmolzen, um zwar nicht seine Entscheidungen (was passt zu mir?), aber zumindest sein Entscheidungsspektrum (was von dem hier passt mehr zu mir?) zu beeinflussen – die Kriterien des Passens, während ihm die Wahl gemäß der Kriterien überlassen wird (Spielraum für das Passen an kontingente Einflüsse, Kaffeetasse etc.). Der Nutzer wird einem Überfluss von Kontexten ausgesetzt, die sich überlappen und deren Anforderungen miteinander verknüpft werden.

Dabei bietet sich die Struktur, ebenfalls wie oben skizziert, als ein Gegenüber, ein Kommunikationspartner an. Es geht nicht darum, dass die Struktur dem Nutzer im Weg steht, als Message besonders durchlässig oder Barrierefrei sein muss. Sobald der Nutzer da ist, gibt

es nichts mehr dahinter. Kriterien wie Durchlässigkeit oder Barrierefreiheit entpuppen sich als immanente Faktoren des Verhältnisses von Elementen zueinander. So wie es von der Perspektive des Produkts als logische Struktur scheint, ist das Wesen der Funktion der Elemente zueinander eben Zugänglichkeit, Widerstandslosigkeit, naheliegendes und natürliches Folgen-können.

Das ist beinahe selbstverständlich, denn die logischen Verknüpfungen sollen ja zeitliche Verknüpfungen ermöglichen, nicht verhindern oder schon erfüllen (erfüllen hieße: schon wählen, hier verknüpfen und dort nicht). Es ist folgt ebenso aus der Funktion der Struktur als Gegenüber, denn es gibt ja nichts, dem sie im Weg stehen könnte (wie einem Sender „hinter“ ihr).

3. NUTZER-ERFAHRUNG ALS SPIEL BEIDER FUNKTIONSWEISEN

Und doch erscheinen all diese Funktionen in einem anderen Licht, wenn ich die Rolle der Verknüpfungen von der Art des Funktionierens eines Nacheinander bedenke. Die Funktion der Struktur als etwas, dass als Gegenüber einen Kommunikationspartner mit eigenen Erwartungen ersetzt, erfüllt sich erst, sobald der Nutzer ihr gegenüber tritt. Diese eigenen Erwartungen, die der Nutzer an sich gestellt sieht, waren nie da, sie widersprechen dem Wesen des logischen Funktionierens als einem Ermöglichen von Zugänglichkeit.

Durch die Nutzung als Nacheinander, in der jedes „dies zuerst“ auch ein „das jetzt nicht“ ist, schreibt der Nutzer Widerstände in die Alternativen ein, die er nicht wählt. Als Alternativen müssen die verschiedenen Elemente ihre Funktion der Zugänglichkeit unterschiedlich anbieten. Er wählt das eine, weil es ihn mehr einläd als das andere, obwohl es ihn eigentlich nur anders einläd als das andere. Aus der Perspektive des logischen Funktionierens erscheint dies so: das eine funktioniert besser als das andere, hier lässt sich noch etwas verbessern. Aber das ist ein Irrtum, ein Kategorienfehler der Art des Funktionierens. Diese Zuschreibung des „passt mir besser als der Rest“ auf einen Pfad ist eine notwendige Funktion der Nutzung als einem Nacheinander.

Die Nutzung erfüllt die Rolle des Produkts als einem Gegenüber. Das heißt: etwas mit einem eigenen Willen, eigenen Charakter, mit dem ich Verhandeln kann. Damit sich das wirklich erfüllt, muss es eine eigene Meinung haben, einen eigenen Stil, der nicht bevor-

mundet, aber dem gegenüber man die Erfahrung machen kann, sich durchzusetzen und zu behaupten. Natürlich sind all das Metaphern einer persönlichen Beziehung. Es geht nicht darum, eine virtuelle Person in die Website zu integrieren. Insofern die Struktur die Rolle eines Gegenübers einnimmt, sind all diese Funktionen schon vollwertig da (virtuell heißt eben nur metaphorisch: wie im Alltag).

Wenn es heißt: die Nutzung als Verschiebung der Art des Funktionierens in ein Nacheinander erfüllt erst das Produkt als ein Gegenüber, dann bedeutet das, dass durch die Nutzung Widerstände (als logische Konsequenzen eines Entscheidens) produziert werden und dass erst durch diese Widerstände das Produkt als Gegenüber funktioniert. Diese Widerständigkeit ist das Wesen der Art der Funktion des Nacheinander (ich wähle dies und nicht das, aber dieses hält nie was es verspricht, da es immer nur Teil des Ganzen ist, welches ich nie gleichzeitig als solches wählen kann; das Produkt gibt mir nie ganz, was es verspricht, bis ich einen Überblick habe, der immer das Ende meines Interesses markiert).

Das Produkt als Gegenüber ist zwar vollkommen offen für die Nutzung, aber diese Offenheit hat die Form: es ist zugänglich-widerständig. Diese Widerständigkeit kommt erst nachträglich durch die Nutzung hinzu, erscheint dann aber so, dass sie in die logische Struktur ein- und ihr zugeschrieben wird: „es bietet mir nicht das, was ich will.“ „nur das ist interessant“ „endlich das, was ich suche“ etc. Insofern man zugesteht, dass diese Erfahrungen notwendig zu einem erfolgreichen Produkt gehören, welches Entscheidungen produziert, erscheinen diese Widerstände als ein Nicht-Funktionieren auf der Ebene der logischen Struktur. Der Schluss mag dann sein, dass es möglich sei, eben gezielt einige Ereignisse dieses „Nicht-Funktionieren“ in die logische Struktur einzubetten und damit die Entscheidungen zu steuern.

Aber das ist wieder ein Kategorienfehler. Denn es handelt sich bei diesem „Nicht-Funktionieren“ nicht um Funktionen von der Art von logischen Verbindungen. Es sind nicht logische Verbindungen, die funktionieren oder nicht funktionieren. Diese Ereignisse von Widerstand sind zum einen Funktionen von der Art des Nacheinanders und dort nicht einmal als „Brüche“ von funktionierenden Verknüpfungen zu unterscheiden. Im Nacheinander des Wählens von Pfaden ist jedes Entscheiden-für ein Entscheiden-gegen für den Rest. Sollte ich tatsächlich versuchen, ein solches „Nicht-Funktionieren“ vorgängig einzubauen, um dem Nutzer die Erfahrung zu vermitteln, sich etwas zu erarbeiten o.ä., dann mache ich das „Nicht-Funktionieren“ der Kategorie des Nacheinanders an genau dieser Stelle nur unmöglich.

Die Intuition sagt: wenn ich mich um das Produkt als solches kümmere, dann vergesse ich den Nutzer und das Ergebnis ist wohlmöglich unzugänglich und nicht gut. Wenn ich mich dagegen um den Nutzer kümmere, ist alles viel einladender und reibungslos und besser.

Natürlich kann ein Produkt-zentrierter Ansatz ein schlechtes Ergebnis bringen. Die Frage sollte aber sein: kann es ein Ergebnis bringen, das gut ist und kann der Nutzer-zentrierte Ansatz es dann immer noch besser? Unabhängig von der Bewertung täuscht die intuitive Zuschreibung der Kriterien, nach denen hier bewertet wird. Die Begrenzung des Produkt-zentrierte Ansatz ist es, dass er sein Ergebnis nur zugänglich machen kann. Die Nutzer-zentrierte Perspektive kümmert sich nicht darum, dass etwas zugänglicher wird, sondern im Gegenteil darum, dass Reibungen und Widerstände auftreten können. Das allerdings nicht durch eine Revision des Produkts und seiner logischen Strukturen, da diese Widerstände dort nicht etablierbar sind, sondern in der Nutzung als solcher.

4. FUNKTION, MACHBARKEIT UND EINFLUSSMÖGLICHKEIT

Was macht also überhaupt der „User-Centered Approach“? Er greift nicht in die logische Struktur ein und was ihn interessiert, geschieht von selbst in der Nutzung. Er sagt nicht: baue alles so für den Nutzer, sondern: die Nutzung baut es sich so und was wir bereitgestellt haben, ermöglicht das hinreichend, auch und weil wir das nicht so festgelegt haben. Alles, was der „User-Centered Approach“ zu sagen hat, ist so: kümmert euch nicht um den Nutzer, der kümmert sich schon selbst darum.

All das ist wahr, aber es macht ihn nicht überflüssig. Denn diese negativen Funktionen haben eine sehr konstruktive Rolle, insofern sie immer dann die Stimme erheben, wenn jemand versucht, etwas einzubauen oder vorwegzunehmen, was wesentlich erst nachträglich (und in der Art der Nachträglichkeit) dazukommt.

Und es hat noch eine positivere Funktion. Es sagt nicht nur: „das könnt ihr eh nicht festlegen – also gebt es auf“. Es sagt: „euer Steuerungspotential liegt woanders, und ihr entfaltet es erst, wenn ihr den Traum von der Festlegung verzichtet“. Den Nutzer zu steuern ist nicht konstruktiv, selbst und vor allem dann nicht, wenn man weiß, was er will. Das Steuerungspotential liegt nicht darin, ihm Möglichkeiten vorwegzunehmen, sondern Möglichkeitsräume vorzuzeichnen. Das Produkt kann seiner Funktionsart nach nicht Entscheidungen treffen,

ohne den Nutzer überflüssig zu machen. Es kann nur Angebote machen und miteinander in Verbindung stellen, die eine Entscheidung fordern. Diese Entscheidungsspektren und Möglichkeitsräume sind nie endlos und immer verknüpft mit dem Stil und dem Charakter (dem „Zweck“ als Gegenüber) der Website. Die Steuerung, die in jeder Begrenzung („Vorauswahl“) eines Spektrums liegt, hat für den logischen Aufbau der Struktur die Form einer Bevormundung, aber in der Nutzung ist es positiv bestimmt ein notwendiger Faktor in der Interaktion: die Website als Gegenüber ist überhaupt nicht zugänglich, wenn sie alles bietet, wenn sie keine Auseinandersetzung und Widerstand produziert (die reine, totale Zugänglichkeit von Information ist gleichzeitig die Nivellierung von allem).

Geht wirklich nicht mehr? Natürlich lassen sich die Pfade eines Nacheinander innerhalb einer logischen Struktur auch beeinflussen. Ich kann zum Beispiel durch die Bebilderung Assoziationen wecken und Pfade vorschlagen, die nicht in der logischen Struktur vorgezeichnet sind. So kann ich am Ende eines Pfades ein Bild einbetten, das neugierig auf das Icon-Bild am Anfang eines anderen Pfades macht und darauf zählen, dass der User sich an die Startseite erinnert, wo sich das Icon befindet, oder darauf zählen, dass er beim nächsten Besuch der Startseite sich assoziativ an das Bild am Ende des ersten Pfades erinnert.

So könnte ich ein Geflecht in der logischen Struktur etablieren, das sich unabhängig von Verknüpfungen in der Form von Links und Menüpunkten entfaltet. Ich könnte also eine alternative Karte von Verknüpfungen anlegen, neben der Pfadstruktur auf dem Server eine eher semiotische Struktur.

Das ist alles andere als unsinnig, aber es ist nur eine andere logische Struktur. Es nimmt nichts vorweg und ist auch nicht Nutzer-zentrierter als die reine logische Struktur einer Sitemap. Es hat nichts mit „User-Centeredness“ zu tun, sondern erhöht lediglich die semantische Dichte der Website, was kein Qualitätsmerkmal für sich ist, sondern ein Ermessensfaktor in jedem Einzelfall. Da eine solche semiotische Struktur immer schon eine Rolle spielt, ob bedacht oder nicht, muss man einfach sagen: sie gehört immer schon zu einer soliden Produkt-Perspektive dazu.

Die Illusion, dass eine semiotische Pfadstruktur näher am Nutzer sei, kommt vermutlich nur daher, dass die semantische Dichte, die sie der logischen Struktur hinzufügt, in direktem Zusammenhang zu der Gestaltung des Möglichkeitsraums, also dem eigentlichen Einfluss auf den Nutzer, steht. Jede zusätzliche Verbindung und Verknüpfung provoziert Entschei-

dungen, aber sie nähert die Alternativen auch einander an. Ein Zuviel an Verknüpfungen und Assoziationen miteinander lässt die Alternativen immer auch als Teile von etwas Gemeinsamen erscheinen und provoziert den Hunger nach einer Alternative zu dem, was sie gemeinsam haben. Das Fehlen von assoziativen (semiotischen) Verbindungen ist also unter Umständen genauso sinnvoll wie das Weglassen von Links zur Seite der Konkurrenz.

Ich kann anscheinend kaum beschreiben, wie Einflussnahme durch Gestaltung von Möglichkeitsräumen funktioniert. Vielleicht liegt der Grund darin, dass das Vokabular dieses Versuchs gewachsen ist an dem Interesse die beiden „Zentrierungen“ voneinander zu differenzieren und dann in ihrem Verhältnis wieder zusammen zu führen („Produktzentriert“ und „Nutzerzentriert“ als Zusammenführung von Nutzer- und Produkt“ – „a“ und „a+b“). Schon wenn ich in diesem Absatz von Möglichkeitsräumen gesprochen habe, rutsche ich in das Vokabular der einen Perspektive, während ich auch von ihr in ihrer verwandelten Form innerhalb der anderen Perspektive sprechen muss. Die Fragestellung fordert wenn nicht eine neue Sprache, dann eine, welche die Unterscheidungen dieses Versuchs ein Stück weit hinter sich lässt. Die braucht einen neuen Anlauf mit etwas Distanz, der diesen letzten Abschnitt zu einer Vorbereitung werden lässt.

PRODUKT UND CHARAKTER

1. WIEDERHOLUNG: NUTZUNG UND EINFLUSSNAHME

Ich habe behauptet, dass ein Produkt nie die Nutzung antizipieren kann, weil die Verbindungen zwischen seinen Elementen von einer anderen Art sind als die Verbindungen, die durch die Nutzung produziert werden. Die Verbindungen des Produkts (die „logischen“) bilden gewissermaßen den Boden für die Verbindungen der Nutzung (die „zeitlichen“), aber weder im Sinne einer Möglichkeitsbedingung noch im Sinne eines zu verarbeitenden Materials. Beide Arten der Verbindungen (ich hatte gesagt: Kategorien des Funktionierens) realisieren einander und lassen eine doppelte Struktur der Auseinandersetzung („durchlässig-widerständig“) entstehen, die wiederum doppelt genutzt wird (das eine supplementiert das andere). Das Ergebnis hat die Form einer intersubjektiven Konfrontation.

Ich habe dabei die Entstehung des Produkts ausgeklammert, um den Blick darauf zu fokussieren, wie das Produkt als Gegenüber in der Nutzungserfahrung nie über sich selbst hinaus verweist (dies zeigt sich, wenn etwas schief geht – das Gefühl ist: „*es will* nicht so wie ich will“ oder „was *will das* von mir“). Der Preis dieser Perspektive war, dass nur sehr undeutlich klar werden konnte, wie das entsteht, was als Möglichkeitsraum (aus der Perspektive des Produkts) und als Charakter (aus der Perspektive der Nutzung) beschrieben wurde. Dies ist aber gerade interessant als der Ort und die Art der Einflussnahme.

Was war die Grenze, bis zu der dies schon beschrieben wurde? Es wurde gesagt: dem Nutzer wird die Wahl gelassen, aber die Wahlmöglichkeiten stehen schon fest. Und darüber hinaus: dies ist nicht rein manipulativ in dem Sinne einer Bevormundung, sondern es ist zugleich die Möglichkeitsbedingung von Manipulation wie von Auseinandersetzung überhaupt. Wenn ich alles anbiete, mache ich überhaupt kein Angebot. Natürlich ist es möglich, dies auszunutzen und zu betrügen. Ich kann zum Beispiel eine Vorauswahl auf teure Luxusgegenstände begrenzen und darunter ein paar billige Artikel zu Luxuspreisen mischen (auch das kann noch eine Aufwertung nach der Logik des Warenfetischs sein). Aber indem mein Angebot einen Charakter hat, ein Thema, einen artikulierbaren Zusammenhang (Firma, Zweck, Preisseg-

ment etc.), um so einen Betrug möglich zu machen, stellt ein solcher Betrug auch dieses Thema in Frage, macht es dies angreifbar. Dies ist nur möglich, weil es zugleich die Bedingung für Betrug und Auseinandersetzung darstellt.

2. DER CHARAKTER VON PRODUKTEN

Wie funktioniert nun ein solcher Charakter auf der Ebene des Produkts? Natürlich gebe ich ihm einen Zweck vor, indem ich es mit eben jenen Angeboten bevölkere, ich gebe einen Namen und einen Slogan, der damit verbunden wird. Aber das Produkt muss dazu passen. Wie funktioniert das im Produkt, wenn doch gesagt wurde, dass so etwas wie ein Charakter nicht machbar ist, sondern erst in der Nutzung in das Produkt eingeschrieben wird? Wenn das Produkt vor der Nutzung, als wartende logische Struktur zu einem Charakter passen muss, was ist die logische Struktur einer freundlichen Einladung? Von einem überraschenden Erfolgserlebnis?

Die Antwort ist natürlich: so etwas gibt es nicht. Aber man muss einschränken: so etwas gibt es nicht allgemein, nicht ein für alle mal. Natürlich kann ich mir im nachhinein verschiedene Produkte auf ihre logische Struktur anschauen und sagen: dieses hat einen vergleichbaren Charakter besser ausgeprägt. Aber ich weiß es nicht vorher und kann es nicht reproduzieren, nicht sicher und nicht für jeden.

Wie kann das sein, wie kann es einerseits Kriterien geben und andererseits nichts aus ihnen folgen? Aber es folgt ja etwas daraus: nämlich die Gewissheit, dass nie etwas allgemein folgt. Das Rätsel löst sich auf, wenn ich zurückkehre zu dem, als was ein Produkt verstanden wurde: als quasi-intersubjektives Gegenüber, weshalb ich überhaupt von so etwas wie „Charakter“ spreche. Was ist das Ideal, nicht einmal nur unausgesprochen, hinter dem Interesse an der Verbindlichkeit des Erfolgs eines solchen Charakters? Es ist: er spricht jeden an und das immer wieder. Dies ist nicht nur unmöglich, es ist auch kontraproduktiv. Indem ich mich diesem Ideal annähere, verfehle ich es im höchsten Maße.

Ein Gegenüber mit Charakter ist keines, das es jedem Recht macht. Es ist das Gegenüber eines Nutzers, eines Partners, der nicht ein jeder sein will, dessen Persönlichkeit dadurch bestätigt wird, dass das Gegenüber je seines ist. Nicht weil er der erste oder einzige ist (Avantgarde-Logik), sondern weil es andere gibt, die seine Rolle nicht ersetzen können und weil es

andere Produkte gibt, die die Rolle von diesem nicht ersetzen können. Insofern jede Nutzung als zeitliches Ereignis flüchtig ist und nie so wiederholt werden kann, will es auch intim sein in dem Sinne, dass das, was dort geschieht, nicht beliebig ist.

All das ergibt sich schon durch die Endlichkeit des Möglichkeitsraums, den das Produkt bietet (Optionen, Features, Menüpunkte, Content, Warenspektrum). Ein Produkt kann nicht keinen Charakter haben (genau wie ein Nutzer nicht keine Nutzererfahrung haben kann), es kann aber schnell den eines seelenlosen, aufdringlichen Opportunisten mit multipler Persönlichkeit haben. Wie funktioniert also ein „guter“, passender Charakter? Genau wie ein Protagonist, mit dem sich ein Zuschauer im Film identifizieren kann: er muss ausgeprägte Eigenschaften haben, diese müssen in einem Verhältnis zum Thema der Erzählung stehen und er muss echte Schwächen haben. Echte Schwächen meint: nicht nur eine negative Eigenschaft, die in einem notwendigen Zusammenhang zu seinen Stärken steht (Einzelgänger und deshalb extrem selbständig; super stark weil von einem anderen Planeten, aber anfällig gegen Kryptonit), sondern willkürliche Macken, die ihn „menschlich“ machen.

Seien wir ehrlich: es gibt wohl (mindestens) zwei verschiedene Arten, einen solchen Charakter zu zeichnen. Auf der einen Seite ist ein Autor, der seine eigene partikuläre Perspektive in den Charakter einschreibt, vielleicht indem er den Charakter jemandem nachformt den er kennt, vielleicht indem er ihm seine eigenen Macken gibt um sie liebenswürdig zu machen, vielleicht ohne es zu merken, weil seine Arbeit einem Bild im Hinterkopf gar nicht entkommen kann. Auf der anderen Seite kann eine Gruppe einen solchen Charakter planen, denn in dem Maße, wie ich es hier skizzieren kann, ist es ja auch planbar. Dann werden Macken so gezielt hinzugefügt, weil sie ja notwendige „Stärken“ nicht des Charakters, sondern der funktionierenden Charakterisierung sind. Es lässt sich dann abwägen, welche am besten ankommen und am besten eine Identifikation oder Sympathie begünstigen.

Das Problem mit der letzteren Art der Charakterzeichnung ist nicht, dass sie notwendig schlecht, künstlich oder unpersönlich ist. Ihr Problem ist, dass ihr Entstehungsprozess Entscheidungskriterien benötigt, wie es der einzelne Autor auch tut. Die Tatsache, dass die geplante Herangehensweise analytischer vorgeht, heißt nicht, dass diese Analyse ihrer Kriterien bewusster ist, als der einzelne Autor. Das Hauptkriterium ist: kommt bei den meisten und am besten an. Aber das muss verbunden werden mit: kommt nicht bei allen an, denn sonst wäre es nicht mehr eine Macke. Der Zuschauer, der dem Charakter eine Macke „verzeiht“, ihn „trotzdem–deshalb“ sympathisch findet, produziert damit eine Beziehung zu dem Charakter,

von der er unterstellt, dass sie nicht jeder haben wird.

Wie kann die analytische Charakterzeichnung hier das Maß zwischen „kommt bei vielen an“ und „kommt bei zu vielen an“ finden? Sie kann es nicht in sich und je länger sie sich mit diesem Problem auseinandersetzt, desto mehr irrt sie in die Richtung der übergroßen Akzeptanz, weil die einzige Quelle ihres Maß die Reste der spontanen, willkürlichen Ideen darstellen, mit denen die Analyse begonnen hat (zu viele Köche verderben den Brei etc.).

Zurück zum Produkt – auf der Ebene der logischen Struktur des Produkts existiert der Charakter nicht, aber trotzdem gehört sie zu diesem Charakter, muss zu ihm passen. Ihn allein hier zu generieren ist nicht möglich, da eine Macke in einer „logischen“ Struktur immer zu einer integrierten Funktion wie dem Kryptonit wird. Das heißt nicht, dass die Charakterzeichnung nichts mit der logischen Ebene zu tun haben; ich kann sehr wohl Kriterien des Passens auf dieser Ebene festlegen, die konstitutiv für einen Charakter sind: die Länge von Wegen für den Nutzer, die Dichte von Informationen, Farben- und Bildercodes etc. Aber was diese bedeuten, ist nicht außerhalb der Nutzung klar.

Diese Kriterien sind konstitutiv in der Art, wie die Themen und die Kulissen für einen Charakter konstitutiv sind. Sie setzen ihn in Szene, geben ihm Bedeutung und Fallhöhe. Der weltmüde, zynische Detektiv ist in der Welt eines Film Noir das Produkt seiner Umwelt und spiegelt sie wieder, er ist unser Schlüssel zu der Welt und führt uns in sie ein. Aber indem er handelt, egal wie hoffnungslos oder selbstzerstörerisch, formuliert er Widerstand, rückt er sie in ein neues Licht und produziert Sinn. Allein das Nacheinander der Handlungsfolge macht etwas mit den Themen, auch wenn es sie nur wiederholt und variiert.¹ Zu ihnen zu passen heißt nie: mit ihnen identisch zu sein.

Es wäre also zu einfach zu sagen: auf der Ebene der logischen Konstruktion kann ich zwar positive Charakterzüge generieren, nur keine intim-persönlichen Macken. Ich kann auch die positiven Charakterzüge nicht generieren, wohl aber anlegen (ermöglichen) und verankern (realisieren im Sinne von: sie erfüllen ihre Bedeutung, sobald sie hierin eingeschrieben worden sein werden). Entstehen tun die positiven Charakterzüge als solche erst in der Nutzung und im Zusammenspiel mit den alternativen Verbindungen, die dort entstehen.

1 Die Ausnahme bestätigt die Regel: „La Jeteé“ im Gegensatz zu „12 Monkeys“.

3. MACKEN UND MACHBARKEIT

Aber wo entstehen die Macken? Gewissermaßen nur in der Nutzung. Funktional beschrieben ist eine Macke dies: der Nutzer stößt auf etwas, das nicht ganz passt und schreibt dies nicht seinem eigenen Irrtum, sondern dem Produkt zu, und zwar so, dass er annimmt, es sei dort nicht geplant (das muss nicht die Form eines „Fehlers“ haben, es kann auch die Form der Unterstellung eines „glücklichen Zufalls“ sein). Es handelt sich also um einen Modus der Zu- und Einschreibung in das Produkt, wie auch die positiven Charakterzüge. Nur ist dieser Modus dadurch ausgezeichnet, dass (1) der Nutzer merkt, dass er hier etwas zuschreibt und (2) dies daran merkt, dass es sich dabei lediglich um eine Zuschreibung handelt, während die anderen Zuschreibungen sich als „herausgelesen“ verstehen und diese Funktion auch „unbemerkt“ erfüllen. Die Macke erfüllt ihre Funktion dort, wo sie zugestanden, verziehen oder in Kauf genommen wird, wo der Nutzer über sie verfügt und sie (vielleicht „verzeihend“) gewähren lässt. Diese Logik des „sich dem Nutzer ausliefern“ in einem Kontext, der ein Passen für eine „Begnadigung“ bietet, zeichnet die Funktion der Macke als eine Logik der Intimität.

Sind Macken also das reine Unverfügbare, das, wofür es keine Anlage gibt und geben kann? Wieder ist es nicht so einfach. Es kann keine Anlage dafür geben in dem Sinne, dass wenn es als solche erkannt wird, nicht mehr eine Macke ist. Vielleicht ist es planbar, aber dies wird potentiell immer verräterisch sein, da es beinahe unmöglich ist, es so zu planen, ohne sich durch ein Interesse an der größtmöglichen Erfolgsquote selbst zu bezichtigen.

Ein Produkt kann auch nicht keine Macken haben, ist es zu glatt oder konturlos, dann wird eben das zu einer Macke (der Nutzer sucht nach einer Beziehung zu seinem Gegenüber, wird sich dessen als seiner eigenen Arbeit bewusst und erkennt darin eine Macke, die er aber eher nicht verzeihen wird, da keine „Einladung des Passens“ für dieses Verzeihen angeboten wurde).

Ich erwähne diesen Sonderfall des „zu glatten“ Produkts, um davon einen indirekten Schluss zu ziehen: wenn ein Produkt wie dieses eine Struktur aufweist, der es an Macken mangelt, dann müssen sich Macken (wie ihr Mangel) ja doch in der Struktur auffinden lassen, sie können also nicht Unverfügbar sein in dem Sinne, dass sie nicht greifbar sind. Darüber hinaus: dass sie greifbar sind, entlarvt sie noch nicht als verräterische Manipulation, denn so wie der Mangel an Macken genuin greifbar ist, müssen es auch andere Macken sein.

Ich würde die Antwort so formulieren: die Macken sind durchaus greifbar, man kann sie nur nicht verlässlich in der Hand behalten. Wie unterscheiden sich also "richtige" von „verräterischen“ Macken? Ich fürchte, der Übergang ist fließend und genau so wie es keine „echte“ Macke gibt, die ihre Funktion immer erfüllt, gibt es auch keine, die nicht mit einer „verräterisch-manipulativen“ verwechselt werden kann.

Der beste Weg, um echte Macken zu generieren (ich sage nicht: zu machen, zu produzieren), ist der selbe Weg, ein Produkt zu einem charakterstarken Gegenüber werden zu lassen: es besteht darin, den Gestaltungsprozess mit seinen (teilweise persönlichen, teilweise kontingenten) Spuren nicht übereifrig aus dem Produkt zu tilgen, welches als sein Ergebnis als logische Struktur übrig bleibt. Das heißt nicht: eine Baustelle stehen lassen oder Fragmente zu konstruieren, weil während des Gestaltungsprozesses die Deadline näherückte und dies als „charmante Macke“ zu deklarieren. Es heißt einfach: es als eine Frage des jeweiligen Ermessens zu betrachten, durch wie viele Korrektur- und Normierungsschleifen durch fremde Hände man das Produkt schickt, dass man so fertig wie möglich werden lässt.

Der sicherste Weg zur unersetzbaren Macke in ihrer positiven Funktion ist die persönliche Unzulänglichkeit der kompetentesten Designers für die Aufgabe (eben nicht: sein Genie, sondern das Gegenteil) (x) Im Vokabular des Versuchs zum „gerissenen System“: Die Macke wird generiert als der Riss, der aus dem Prozess als solchen in das System als Spur hineinragt, dann und gerade dann, wenn er dort zu einer Funktion verschluckt wird (denn das erst macht ihn vom Riss zur Spur, es nivelliert ihn nicht vollkommen).

Was dem Nutzer als Macke begegnet, kann als Spur des Designprozesses gelesen werden, muss es aber nicht. Sowohl wenn es so gelesen wird als auch wenn es nur innerhalb des Produkts konfrontiert wird, kann es verdächtigt werden, ein „verräterisch-manipulativer“ Fall zu sein. Nur weil es aus dem Prozess hineinragt, garantiert nichts, sondern begünstigt nur. Die Macke ist weder Verfügbar noch Unverfügbar und darin der paradigmatische Fall schlechthin für die (Mit-) Gestaltung der User Experience.

Eine Macke wird also im besten Fall durch die Besonderheiten des Gestaltungsprozesses und jede Macke muss zu der restlichen Charakterisierung passen wie auch der Charakter des Produkts zu seinem Zweck und seiner Funktion in Struktur und Nutzung. Daraus folgt, dass ein Produkt nicht positiv erfahrbar gestaltet werden kann für die maximale Anzahl von Nutzern. Der sicherste Weg ist, ein Produkt mit einem Profil zu gestalten, dass weder allen gerecht werden will, noch ein wenig für alle beinhaltet. Das bedeutet nicht, dass Produkte mit Brei-

tenwirkung auf Kosten positiver Nutzererfahrung gehen oder dass positive Nutzererfahrung an Nischen gekoppelt ist. Es heißt, dass auch das populärste Produkt so funktioniert, wie ein Nischenprodukt. Die Faktoren, die zum Erfolg im Sinne von Breitenwirkung oder Popularität führen, sind andere.² Es gibt nur einen negativen Faktor, der klar ist – ein Produkt, dass es darauf anlegt, diese Breitenwirkung zu entfalten.

- 2 Der offensichtlichste Faktor ist das Image des Produkts, insofern es potentielle Nutzer, auf die das Produkt nicht zugeschnitten ist, dazu bringt, jemand sein zu wollen, für den es zugeschnitten ist. Die Frage: funktioniert es für den Nutzer verschiebt sich dann zu: funktioniert es für den Nutzer, der jemand sein will. Nicht die Erfahrung wird hier normiert, sondern die Nutzer normieren sich als Subjekt der Erfahrung. Sie kaufen damit die Eintrittskarte zur Identität des Nutzers, auf den das Produkt zugeschnitten ist – indem sie es nutzen. Gelingt das, dann ist die Nutzererfahrung zwar nicht machbar, aber wenn bereits vorhanden, dann doch reproduzierbar.

NUTZER, IMAGE, ROLLE

In den Skizzen der letzten beiden Versuche erschienen die Funktionsweisen von Produkten als Gefüge, in denen zwar (notwendig) etwas mit dem Nutzer gemacht wird und er nicht frei mit einem Produkt umgeht, aber dies immer mit zur Disposition stand. Statt als passives Subjekt wurde der Nutzer beschrieben als Mitgestalter in Augenhöhe, wobei seine Gestaltung nicht darin bestand, dass er etwas tut oder wiederholt, was der Designer macht. Es bestand vielmehr darin, dass er sich die Funktionsweise des Produkts zueigen macht, indem er der Art des Funktionierens des Produkts ergänzend und verwandelnd eine andere hinzufügt.

Indem da Produkt darauf angewiesen bleibt, in der Nutzung erfüllt zu werden und nicht die Möglichkeit der Nutzung, sondern nur den Möglichkeitsraum zu bestimmen (und auch dies nur in einem Maße, das selbst zum „Charakter“ verwandelt wird), bewahrte der Nutzer seine Souveränität. Dann folgte diese Notiz:

Der offensichtlichste Faktor ist das Image des Produkts, insofern es potentielle Nutzer, auf die das Produkt nicht zugeschnitten ist, dazu bringt, jemand sein zu wollen, für den es zugeschnitten ist. Die Frage: funktioniert es für den Nutzer verschiebt sich dann zu: funktioniert es für den Nutzer, der jemand sein will. Nicht die Erfahrung wird hier normiert, sondern die Nutzer normieren sich als Subjekt der Erfahrung. Sie kaufen damit die Eintrittskarte zur Identität des Nutzers, auf den das Produkt zugeschnitten ist – indem sie es nutzen. Gelingt das, dann ist die Nutzererfahrung zwar nicht machbar, aber wenn bereits vorhanden, dann doch reproduzierbar.

Es klingt hier so, als sei die Vorbestimmung der Nutzerrolle ein Sonderfall, die in besonders image-lastigen Produkten auftritt. Dort würde dann die Variable des Nutzers in seiner Kontingenz antizipiert (durch Komplizenschaft des individuellen Nutzers) und als Folge dessen auch die Nutzererfahrung reproduzierbar. Es stellen sich die Fragen: (1) ist das wirklich ein Sonderfall oder verweist die Möglichkeit dieses Falles darauf, dass dies immer in einem gewissen Grad stattfindet; und (2) wie findet das statt und welche Rolle spielt das Produkt und sein Design dabei?

Wenn (1) auch nur annähernd positiv beantwortet werden muss, dann steht die Souveränität des Nutzers in Frage. Auch wenn es nur im Sonderfall stattfindet, muss (2) die Form einer

Untersuchung annehmen, die fragt, ob ein Produkt (a) von einem solchen Image nur profitiert, ob es (b) dies reproduziert, also in die Struktur von Produkt und Nutzung integriert, oder ob es (c) dies eine solche Image-Funktion selbst hervorruft.

Eine Beobachtung sei schon vorangestellt (Spoiler Alert): sollte sich Fall „2–C“ als zutreffend herausstellen, dann müssten alle vorangegangenen Beobachtungen neu wiederholt werden, denn die Rolle des Images und sein Einfluss auf den Nutzer würden dann nicht (oder nicht nur) die Nutzererfahrung konfigurieren, sondern selbst durch den Prozess der Funktionsverschiebung selbst mitverhandelt und refiguriert. Es wäre dann ein klarer Fall von „Wo die Gefahr wächst...“, wo es Schritt für Schritt finsterer aussieht, aber dadurch, dass die Fremdbestimmung letztendlich keinen Halt macht, letztendlich kippt verhandelbar wird (genauer: sich Nutzerpraxis immer schon als Verhandeln dessen zeigt).

1. VORENTSCHEIDUNGEN UND UNENTSCHEIDENHEITEN

Aber zunächst von Anfang an. Dort steht nicht die Frage (1), sondern die Verunsicherung, die sie erkunden soll. Es ist das Gefühl der Handfläche, die man sich vor die Stirn schlägt: wie konnte ich nur? Wie konnte ich nur so naiv sein und in der Frage, ob und inwiefern der Nutzer als Subjekt seine Souveränität behauptet oder behält, davon ausgehen, dass das Nutzer-Subjekt als ein Souveränes in die Auseinandersetzung eintritt, in dem diese dann auf dem Spiel steht oder auch nicht. Ich habe dem Nutzer-Subjekt die Möglichkeit von Souveränität zugestanden, richtig. Genauer gesagt, hat mein Interesse dies für mich erledigt. Ich habe nicht entschieden: ein solches Subjekt setzt du voraus. Ich habe nach der Rolle und Funktion von Souveränität gefragt und ihre Möglichkeit als Bedingung des Sinns dieser Frage hingenommen.

Ich sollte also nicht fragen: was für ein Subjekt könnte ich sonst voraussetzen, sondern: lässt die Frage auch andere Subjekte als ihre Formulierungsbedingung zu, beziehungsweise: wie genau konfiguriert sie dieses Subjekt mit Souveränitätspotential als ihre Möglichkeitsbedingung des Fragens? Die Antwort ist recht trivial. Es ist ein Subjekt, das keine unveräußerliche Souveränität innehat, sondern eines, für das Souveränität möglich ist, also auch fehlen kann; kurz: das mitsamt seiner Souveränität immer zur Disposition steht. Der nächste Schritt ist etwas weniger trivial.

Seine Souveränität ist immer nur möglich und nie realisiert im Sinne eines endgültigen Sieges. Selbst wenn sie aktualisiert wird, bleibt sie Möglichkeit – ergriffene Möglichkeit – und nicht mehr. Denn wenn sie einmal Wirklichkeit werden würde, dann wäre alles, was darauf folgt, eine Kette von Folgen dieser Selbstsetzung und die Souveränität hätte die Form eines archimedischen Punkts oder einer Apotheose. Damit würde jede weitere folgende Aktualität von Souveränität überflüssig und damit unmöglich; außerdem wäre eine solche Form von Möglichkeit qua Verwirklichung immer schon geschehen und immer schon unmöglich geworden (es handelt sich hier ja nicht um ein eschatologisches Ereignis mit einer lediglich minimalen Wahrscheinlichkeitsquote, sondern um eine immanente Struktur). Festzuhalten ist also: die Denkvoraussetzung des souveränen Subjekts mit seiner Souveränität war nicht eine lediglich bescheidene Annahme in der Art: „Ich würde gern ein vollkommen souveränes Subjekt annehmen, aber ich begnüge mich mit dem Minimum, das die Frage fordert“, sondern ein solches vollkommen souveränes Subjekt würde die Frage ebenso mit sich reißen wie das nicht souveräne Subjekt. Das Subjekt, für das Souveränität immer Möglichkeit bleibt und zur Disposition steht, ist genau das Subjekt, das durch die Frage gefordert wird.

Oben hat sich der Einschub eingeschlichen: das Subjekt steht mitsamt seiner Souveränität immer zur Disposition. Es gibt also kein Subjekt, das dann souverän sein kann oder nicht. Das wäre ja eine Entität, die souverän ist oder nicht, die also Bestand hat unabhängig von dieser Eigenschaft. Damit diese Eigenschaft aber kommen und gehen kann, müsste diese Entität wesentlich die Möglichkeit zu eigen sein, sie wieder zu bekommen und zu verlieren. Aber diese wesentliche Möglichkeit ist nicht die Bedingung für Souveränität-als-Möglichkeit, sie ist bereits diese wesentliche Möglichkeit (das Verhältnis zur Souveränität ist selbst ein Fall, der von Souveränität oder Mangel davon geprägt ist). Ich müsste also diese Möglichkeit in die Entität verlagern, aber da es sich bei dieser Möglichkeit um etwas akzidentelles handelt, hätte ich es nicht mehr mit einer durchgehenden Entität zu tun. Subjekt und Souveränität-als-Möglichkeit an einander zu koppeln bedeutet also, das Subjekt als Entität fallen zu lassen und seinerseits als Möglichkeit zu verstehen. Das heißt nicht, dass es identisch mit oder reduzierbar auf seine Souveränität ist, aber dass es vollkommen dort zu Hause (oder besser: Obdachlos) ist, wo beide zur Disposition stehen: bei den Sachen selbst.

All dies ermöglicht Rückschlüsse auf die Figur eines nicht souveränen Subjekts. Auch dieses wäre bei den Sachen selbst, stünde dann immer nicht-mehr-zur-Disposition. Ziehe ich das souveräne Subjekt in Frage, dann kann ich es ja ebenso wenig zu einer Entität erklären,

ohne ihm eine negative Möglichkeit zuzuschreiben; denn das ist die Form, die eine negative Wesensart hätte – ich kann nicht sagen: diese Entität hat eine negative Eigenschaft, da sie als Entität ja eben wesentlich und nicht relational bestimmt ist. Was ihr negativ zu kommt, ist negativ im Vergleich zu etwas anderem. Eine Entität könnte nur eine negative Eigenschaft im Sinne eines immanenten Mangels haben, einem einer Möglichkeit, die sie selbst entfalten muss aber nicht kann. Dieses Modell ist durchaus fruchtbar, um eine Öffnung auf die Sachen selbst hin zu beschreiben. Aber auch dies ist nur dadurch fruchtbar, dass es den Gedanken einer Entität zerstört (und damit nebenher die Idee des „Mangelwesens“ zu einem „Bedürfnis-können“ umwertet).

Selbst wenn es sich herausstellt, dass wir uns gezwungen fühlen, ein nicht souveränes Subjekt anzunehmen, können wir es also nicht so denken, dass wir es als einen Denkfehler deklarieren, dass Subjekt und Souveränität überhaupt etwas miteinander zu tun haben. Wir können ein „unfreies Subjekt“ denken, aber kein „nicht-freies Subjekt“, das überhaupt keinen Bezug zu Auseinandersetzungen, Konflikten, Kompromissen und Verhandlungen hat. Daraus folgt: selbst ein nicht souveränes Subjekt „funktioniert“ der Art nach wie ein Subjekt mit der Möglichkeit von Souveränität. Die Beschreibungen der beiden vorangegangenen Versuche, die an jenes „Funktionieren“ geknüpft waren, können also weiter verwendet werden, egal wie die Sache für Subjekt und Souveränität ausgeht. Dann folgt aber auch: aus den vorangegangenen Versuchen kann ich nichts herauslesen, was diese Sache angeht; sie sind ihr gegenüber (zumindest in den untersuchten Aspekten) indifferent. Das erklärt zumindest, wie es so weit kommen konnte, dass ich die flache Hand vor die Stirn schlage: es gab vorher keinen Anhaltspunkt, weil es keinen geben konnte. Ich habe mich nicht von der Frage nach der Selbstbehauptung des Nutzer-Subjekts überlisten lassen, indem ich eine Vorentscheidung übersehen habe, sondern indem ich nicht darauf geachtet habe, dass diese Vorentscheidung überflüssig sein und unentschieden bleiben konnte.

2. NUTZERROLLEN UND IDENTITÄT. ZU FRAGE (1)

Es wäre ein Irrtum anzunehmen, die eingangs klassifizierten Fragen ließen sich nun einfach abarbeiten. Sie sind nicht bereits in der Vorarbeit des vorherigen Kapitels impliziert und können nicht daraus abgeleitet werden. Denn das Ergebnis war: Subjekt und Souveränität

stehen immer voll und ganz zur Disposition (auch wenn diese je schon vorentschieden sein mag). Es geht also immer wieder um diese Dispositionen, diese Auseinandersetzung und keine davon ist ein für alle Mal vorbestimmt oder ableitbar (auch dann nicht, wenn sie alle schon vorentschieden sind). Das vorherige Kapitel stellte sich dar, als sei es nichts als eine Vorarbeit, aber lass dich nicht täuschen...

(1) Ist das [der Fall des Nutzer als eine Persona, die sich bereits vorangepasst hat] wirklich ein Sonderfall oder verweist die Möglichkeit dieses Falles darauf, dass dies immer in einem gewissen Grad stattfindet?

Die Möglichkeit dieses Falls ist diese: der Nutzer muss nicht als „er selbst“ in ein Verhältnis mit einem Produkt treten. Er kann auch etwas von sich zurücklassen, jemand anders sein, eine Rolle spielen. Wenn die Folgefrage lautet: „aber kann er überhaupt als „er selbst“ in solche Verhältnisse eintreten?“, dann suggeriert sie: er muss etwas von sich zurücklassen, er muss jemand anders sein, muss eine Rolle spielen. So formuliert bleibt immer jemand über, der die Rolle spielt, der reduziert wird auf eine fremde Identität, der zurückbleibt. So formuliert ist derjenige, der nicht „er selbst“ sein kann, immer noch als „er selbst“ mit anwesend. Mit anderen Worten: so formuliert erscheint die Unmöglichkeit des Nutzers, sich als er selbst ins Spiel zu bringen, als die ultimative Bestätigung seiner Souveränität. Aber dies ist als Problem der Formulierung zu verstehen und nicht als Überführung des Unsinn der Fragestellung. Denn insofern so ausgedrückt das Nutzer-Subjekt selbst nicht zur Disposition steht, wurde die Frage einfach nicht verstanden.

Wenn der Nutzer eine Rolle spielen kann, er als jemand anders Verhältnisse eingehen kann, dann folgt daraus, dass er es je schon muss. Denn er ersetzt sich durch die Rolle oder verhandelt zumindest mit ihm selbst aus dieser Rolle hinaus. „Er selbst“ ist dann nur noch die Geschichte (Genealogie) der Übergänge von einer Rolle zur nächsten. Aber das ist nicht der Wachstumsprozess einer Persönlichkeit in dem Sinne, dass sie sich selbst entfaltet. Dies würde wieder implizieren, dass hier eine Entität Eindrücke, Erfahrungen und Einsichten aufnimmt, verdaut und sich wandelt. Eine solcher Wachstumsprozess ist es, der sich vom defizitären Gegenpol einer fremdbestimmten Rolle abgrenzt. Aber er zahlt dafür mit seinem Modell einer Entität. Ein Subjekt, dass als solches zur Disposition steht, kann auf den ersten Blick einfach nicht unterscheiden zwischen diesen beiden Arten von Rollen (Neuerfindung eines Selbst vs. Fremdbestimmung). Aber auf den zweiten Blick ist dies keine Blindheit

sondern die Einsicht darin, dass es sich um einen Scheinunterschied handelt. Eine Rolle einzunehmen ist ja keine Entscheidung aus einer abstrakten Willkür heraus, sondern eine Auseinandersetzung mit einem Ziel, einer Herausforderung, einer Auseinandersetzung. Das Subjekt, das zur Disposition steht wählt nicht eine Rolle und findet dann eine Auseinandersetzung, sondern in einer Auseinandersetzung findet es in eine neue Rolle. Das lässt sich fassen als: die Auseinandersetzung zwingt ihm eine Rolle auf, aber dies darf nicht so verstanden werden, als hätte es eine Auseinandersetzung gegeben und dann würde eine Rolle daraus folgen oder entstehen. Die Auseinandersetzung ist der Name für einen Übergangspunkt im Rollenwechsel, für das Fenster, während dessen eine Rolle eine andere ersetzt.

Die Vorbestimmtheit des Nutzers ist also kein Sonderfall. Aber es ist auch nicht so, als würde die Gesamtmenge der Verhältnisse zu einem Produkt einen Sonderfall in den Auseinandersetzungen und Artikulationen eines Subjekts darstellen. Die Vorbestimmtheit ist der paradigmatische Fall und die Normierung eines Nutzers ist nur ein Modus darin: der Nutzer tritt in einer Rolle auf das Produkt zu und kann sie behalten.

Der Charakter eines Produkts als Gegenüber besteht nicht nur in seinen „markanten Grenzen“, die positive Möglichkeiten der Auseinandersetzung für den Nutzer bieten. Das beschreibt noch nicht ein vollwertiges Gegenüber, sondern nur die Projektionsfläche für den Nutzer. Der Charakter besteht auch in den Erwartungen, die es an den Nutzer stellt – darin wie es den Nutzer sieht – in Form der Nutzer-Rolle, die sie ihm anbietet. Zum Charakter gehört auch die Vorstellung, die mein Gegenüber von mir hat.

Diese beiden Aspekte sind immer schon miteinander verbunden. Schon in der Projektionsfläche erkennt der Nutzer sich in der Auseinandersetzung mit dem Produkt und das Produkt in der Auseinandersetzung mit dem Nutzer, der er werden kann.

Es tritt nie ein rein kontingenter, individueller Nutzer in Kontakt mit einem Produkt und wird dann in eine Rolle gebracht. In Kontakt treten bedeutet immer zugleich schon die Formation einer Rolle (das heißt eine unbewusste Anpassung und der Entwurf des nächsten Schritts als eine etwas bewusster Bejahung einer weiteren Anpassung). Die Auseinandersetzung mit dem Produkt hat immer schon begonnen in dem Sinn dass jede Interaktion immer schon über den Punkt des Eintritts in die Auseinandersetzung hinweg ist.

Es geht nie darum, den individuellen Nutzer zu treffen. Es geht darum, einen idealen Nutzer zu treffen, und dies zusammen mit dem individuellen Nutzer zu leisten. Nur ist der ideale

Nutzer nie der durchschnittliche Nutzer, sondern höchstens der, welcher der durchschnittliche Nutzer sein will und sein kann. Die Frage ist nur, ob das Ideal für den durchschnittlichen Nutzer auch das Ideal für die meisten Nutzer ist; dies ist nicht unmittelbar klar. Es ist allzu gut möglich, dass das Ideal des durchschnittlichen Nutzers nur einen sehr schmalen Streifen aus der Mitte bedient.

Es ging um die „Marketing-Strategie“ eines Produktes, dass gezielt nicht für ein Mitglied der Zielgruppe konzipiert ist und dadurch verspricht, dass die Mitglieder der Zielgruppe so tun könnten, als seien sie jemand, für den es konzipiert ist. Aber dies ist gar kein Sonderfall mehr. Genau so nehmen Leute Rollen an. Der einzige „Trick“, die einzige Manipulation, besteht darin, sie glauben zu lassen, sie „würden nur so tun als ob“, während dies genau die vollgültige Erfüllung dessen ist, wonach sie streben. Es ist ein „Trick“, da dieser glauben einen Mangel und damit endlos wiederholte Versuche provoziert. Aber es ist kein Trick, indem er nur einen Schein und eine Selbsttäuschung offeriert. Wer eine Tom-Cruise-Flieger Sonnenbrille trägt, wird damit eine Rolle verkörpern, jemand, der er nicht ist. Wenn Tom Cruise diese Brille trägt, ist das nicht anders. Und wenn ein Airbus-Pilot diese Flieger Sonnenbrille trägt, dann ist er auch nicht mit dieser Rolle identisch, sie überlappt sich nur mit einer anderen, davon kaum zu unterscheidbaren. Es ist ein wenig wie Abiturienten, die fasziniert davon sind, beinahe Erwachsene zu sein. Sie verhalten sich sehr bemüht wie Erwachsene. Was daran hohl oder falsch erscheint, ist nicht, dass sie so tun als ob, dass das Kind oder der Teenager durchscheint oder dass sie die Rolle noch nicht gut kennen. Falsch erscheint daran, dass sie glauben, Erwachsene müssten diese Rolle nicht mehr spielen und wären mit ihr vollkommen identisch. Sie können oder wollen nicht glauben, dass sie mit ihren Versuchen, erwachsen zu wirken, in ihrer aufgesetzten Art schon genau am Ziel sind.

Aber natürlich würde das Spiel zusammenbrechen (es wäre nicht mehr erstrebenswert), wenn es als „nur“ eine Rolle erkannt würde. Insofern ist also auch der einzige „Trick“, die Suggestion eines Mangels in der Aneignung der Rolle, nicht einmal ein Trick sondern das notwendige Versprechen eines „mehr“ der authentischen Identität, die den Glauben an den höheren Sinn der Rolle bewahrt. Der Preis, den man für das Spiel mit der Rolle als etwas Besonderem bezahlt, ist die Unzufriedenheit mit dem empfundenen Maß, in dem man der Rolle nahekommt. Aber man bekommt eben etwas für den Preis: die Garantie, das Ideal nicht erreichen zu können und damit den Schutz vor der Desillusionierung.

3. VORBESTIMMUNG UND KONTEXTDYNAMIK. ZU FRAGE (2)

(2) wie findet [die Vorbestimmung des Nutzers] statt und welche Rolle spielt das Produkt und sein Design dabei? Es ist zu klären, ob ein Produkt (a) von einem solchen Image nur profitiert, ob es (b) dies reproduziert, also in die Struktur von Produkt und Nutzung integriert, oder ob es (c) dies eine solche Image-Funktion selbst hervorruft.

Was heißt Vorbestimmung? Zumindest zwei unterschiedliche Bedeutungen sind im Spiel. Zum einen ist jedes Produkt wie alles andere auch in einen pragmatischen Kontext eingebettet, von dem wir schon im ersten Moment, in dem wir ihm begegnen, Erwartungen ableiten, wie damit wohl umzugehen sei. Wir verstehen ein Produkt als etwas – als eine Alternative zu..., als etwas Ähnliches wie..., als eine neue Art, ... zu machen. Kein Produkt ist vollkommen unbekannt, kein Umgang damit ist frisch. Es gibt also Erwartungshaltungen und Hypothesen des Umgangs, die sowohl den Nutzer als auch das Produkt vorbestimmen. Wenn ich nach der Vorbestimmung des Nutzers fragen will, muss ich nicht nur auf das reine Subjekt verzichten, auch das Produkt und eine mögliche Praxis existieren nicht tabula rasa. Zum anderen gibt es die Bedeutung von Vorbestimmung im Sinne einer An- oder Zupassung. Ein Nutzer passt sich dem Produkt an, damit es zu ihm passt; ein Produkt bewahrt seine Identität und seinen Wert, indem es den Nutzer daran teilhaben lässt, der dafür jemand anderes wird. Diese Art von Vorbestimmung reagiert zum Teil auf die des pragmatischen Kontexts, indem sie durch Versprechen, Assoziationen und die scheinbar selbstverständliche Rekombination von Erwartungen (unpraktisch–luxuriös, teuer–gut, glatt&rund–benutzerfreundlich, etc.) daran andockt und diese Kontexte mehr oder weniger subtil neu deutet. Zum Teil besteht diese Art von Vorbestimmung aber auch darin, quasi-hermeneutisch Aspekte dieser pragmatischen Kontexte hervorzuheben, die bereits angelegt waren, aber selten explizit verhandelt werden. Verquickt mit pragmatischen Erwartungen sind und waren schon immer ein Wissen über Insignien der Macht, Statussymbole, Codes von Zugehörigkeit usw. Es handelt sich dabei weniger um eine tiefere, unsichtbare Schicht unter der pragmatischen, sondern ist nicht mit ihr zu trennen. Viele Praktiken, die wir unmittelbar mit Gegenständen verbinden, erscheinen uns selbstverständlich, aber zugleich wissen wir, dass es auch andere Praktiken gibt, die nicht zu uns passen. Die naheliegendste Praxis ist nicht nur diejenige, die zu einem Zweck oder Gegenstand passt, sondern auch die, die zu uns als Code in einer Situation passt. Wir denken nicht darüber nach, aber erkennen eine ungewöhnliche

Art und Weise, etwas zu nutzen, sofort – unabhängig davon, ob wir sie als praktisch sinnvoll einschätzen oder nicht.

Vorbestimmung als Anpassung besteht also darin, Erwartungen abzuwandeln und diese gleichzeitig zu verankern oder ihre Verankerung nicht zu gefährden. Es ist kaum haltbar zu behaupten, hier fände eine mutwillige Manipulation von Erwartungen und Kontexten statt; genauso wenig kann man sagen, einfachen und praktischen (oder unpraktischen) Dingen würde eine Bedeutung untergeschoben, sie würden künstlich damit aufgeladen. Insofern solche Anstrengungen funktionieren, ist nichts daran künstlich; insofern sie im Kontext pragmatischer Erwartungen operieren, beweisen sie durch ihre »Manipulation« lediglich die Flexibilität und Dehnbarkeit dieser Kontexte. Mit anderen Worten: da es keine verwendungsneutralen Kontexte vor und außerhalb eines Spiels mit ihnen gibt, handelt es sich bei solchen Operationen nicht um Übergriffe, sondern vollkommen typische Operationen.

Statt von einem vorbestimmten Nutzer zu sprechen, ließe sich also genauso gut von einem eingestimmten Nutzer sprechen. Das ist ein Nutzer, der je schon vorbestimmt ist, einem Überfluss von Bedeutungen ausgesetzt und unfähig, damit umzugehen, ohne sie Umzudeuten (auch ein genaues Befolgen ist Umdeutung: sei es Verfestigung von Konventionen oder allzu buchstabengetreue Karikatur). Es ist ein Nutzer, der jede Verschiebung dieser Kontexte bemerkt – es mag ihm nicht auffallen, weil eine solche Verschiebung das allgegenwärtige, paradigmatische Ereignis dieser Kontexte ist – insofern jedes Engagement innerhalb eines Kontexts »etwas mit etwas anstellt« und jedes Ereignis von Aufmerksamkeit als solches ein allzu bekannter Hinweis darauf ist, dass dort etwas passiert, dass der Nutzer gefordert ist, dass hier Einzelfall und Erwartung miteinander verhandelt werden. In pragmatisch-sozialen Kontexten zu operieren heißt eben nicht, in einem Raster gefangen zu sein und notwendig alles nur durch die Brille von wohletablierten Kategorien zu sehen. Es heißt durchaus zu verstehen, dass jeder Einzelfall die Kategorien in Frage stellen kann und dass man etwas mit ihm macht, wenn er das nicht tut. Es heißt auch, dass unabhängig davon, ob man dies versteht oder nicht, diese Kategorien schleichend von jedem Einzelfall variiert werden, auf die man sie anwendet. Nicht weil das Wesen des Einzelnen immer wieder durchscheint, sondern weil jeder Einzelfall verschiedene Bedeutungen hat, die sich in ihm kreuzen, verschiedene Kategorien bevölkert, die sich durch seine Verortung ein Stück weit mehr überlappen, verdichten, kreuzen, von einander entfernen und an ihren Grenzen ausfasern. Wenn also von einem eingestimmten Nutzer gesprochen wird, ist damit jemand gemeint, dessen Blick

aufmerksam gemacht wird für einen Einzelfall in dieser Funktion. Wenn er auf eine Rolle eingestimmt wird, dann in dem Maße, wie er aus einer anderen Rolle heraustritt. Er passt die Rolle nicht dem Einzelfall oder genau diesem Produkt unter vielen an, sondern auf das Produkt aufmerksam zu werden, bedeutet sich damit zu engagieren, sich an ihm zu verorten, bedeutet eine Rolle einzunehmen. Einstimmung beschreibt nicht etwas, dass mit jemandem gemacht wird, sondern den Prozess, in dem der Nutzer und das Produkt ihren Ort im pragmatisch-sozialen Kontext einstimmig besetzen.

Ein Produkt gewinnt ein Image, indem es in einem Zusammenhang mit Vorgängerprodukten, mit Konkurrenz und Zweckerwartungen und Assoziationen steht, noch bevor es der Öffentlichkeit präsentiert wird. Dieses Image zu kultivieren und zu prägen bedeutet, diese Zusammenhänge gezielt zu verdichten oder zu überlagern. Natürlich profitiert jeder Umgang mit einem Produkt, jede Nutzung, von diesem Image wie von einer Bedienungsanleitung. Aber was hier bedient wird, ist zugleich das Produkt in der Nutzung und das Spiel der Zusammenhänge, welches immer weitersponnen wird. Bedienen heißt nicht: Regeln gehorchen, sondern: mit Regeln spielen in einem unablässlich dynamischen (wenn auch trägen) Prozess. Und was für die Bedeutung von Bedienen gilt, dass trifft auch für die von Profitieren zu: von einem Image zu profitieren, bedeutet auch nicht, sich sklavisch ihm unterzuordnen, sondern damit etwas anzustellen.

Option (a): ein Produkt profitiert von einem solchen Image nur trifft also nur zu, wenn „profitieren“ Gewinn in der Ökonomie von multiplen Praxen, Machtspielen und sozialen Codes bedeutet. Dann verliert aber auch die streng Abgrenzung zu Option (b) ihren Sinn: ein Produkt reproduziert ein Image, integriert es also in die Struktur von Produkt und Nutzung. Was für „profitieren“ gilt, das trifft auch für „reproduzieren“ zu. Wenn jede Auseinandersetzung mit einem Einzelfall, jede Anwendung einer Kategorie oder Zuordnung, etwas mit dem Einzelfall und mit der Kategorie macht, dann ist Reproduktion genau wie Profitieren ein ungelinker Ausdruck für Engagement und beide wollen so ähnlich umgedeutet werden, dass ihr Sinn als Begriffspaar verloren geht.

Und doch fragt Option (b) noch nach etwas anderem: nach der Integration des Images. Das Image geht der Nutzung immer schon voraus und leitet sie. Genau wie das Produkt nicht mit dem Image identisch ist, ist der Nutzer auch nicht mit seiner Rolle identisch. Es handelt sich um ein Versprechen und eine Erwartung, die erfüllt werden will. Der vorhergehende Text ging der Frage nach, wie die Nutzung das Produkt transformiert und wie dies als durch das

Produkt nie hinreichend ermöglicht wurde, sondern „nur“ als Möglichkeitsraum im Produkt angelegt ist. Wenn nach Option (b) das Image im Produkt angelegt wäre, dann würde auch der Nutzer in seiner Rolle im Produkt angelegt und die Transformation wäre reiner Schein. Aber das wäre nur der Fall, wenn das Image erst mit dem Produkt oder seiner Etablierung in der Ankündigung und Empfehlung (Werbekampagne, Verwendung von Anderen etc.) auf den Nutzer zukäme. Das Image ist durchaus integriert, aber nicht mehr in das Produkt als in den Nutzer – und nicht weniger.

Es eröffnet dem Produkt ein gewisses Maß an Antizipierbarkeit des Nutzers in seiner Rolle – aber nur in dem Maße, wie der Nutzer seinen Umgang mit dem Produkt entworfen hat, bevor er sich direkt damit auseinandersetzt. Er ist begrenzt antizipierbar, weil das Spiel von Produkt und Nutzung hat immer schon begonnen und in der direkten Nutzung nicht erst startet. Das Image ist die Gestalt dieses Spiels und was auf der Ebene von pragmatisch-sozialen Kontexten beginnt, prägt sich weiter aus auf der Ebene der direkten Nutzung. Die Dynamik der Kreuzungen und Verdichtungen multipler Kategorien wiederholt in der Dynamik von Produkt und Nutzung. Letztere wird nicht in Frage gestellt, weil das Image einen Schatten darauf wirft. Sie macht Sinn, weil das Image seinen Schatten auf sie als Ganzes wirft und nicht nur auf einen Teil.

Was nun nur noch übrig bleibt, wäre Option (c): das Produkt ruft eine solche Image-Funktion selbst hervor. Diese Option trifft am ehesten zu, aber nur wenn „hervorrufen“ als nicht mehr als die beste Umschreibung dessen gelesen wird, was die beiden anderen Optionen meinen mussten, aber mit „profitieren“ und „reproduzieren“ nur noch schlecht ausdrücken konnten. Auf ein Image in einer Produktankündigung oder Empfehlung aufmerksam zu werden, ist vergleichsweise unverbindlich. Das Produkt zu testen schon etwas mehr. Sich damit zu einem Zweck auseinanderzusetzen und es zu nutzen ist ungleich verbindlicher.

Wenn ich nun einen Sinn in der Formulierung von (c) finden will, die lautet: das Produkt ruft ein Image hervor, dann wäre dies: erst mit der Nutzung wird die Auseinandersetzung mit dem Image dynamisch genug, um dessen Bedeutung im weiteren Kontext zu verschieben (sei es durch Bestätigung, Umdeutung oder Enttäuschung). Diese Veränderung wird phänomenal nicht der Nutzung zugeschrieben, sondern dem Produkt, mit dem die Erfahrung gemacht wird und dass erfahren wird als nicht deckungsgleich mit dem Image. Das veränderte Image (sei es im Modus der Bestätigung) wird also vom Produkt hervorgerufen im Sinne von: provoziert und gefordert, nicht im Sinne von: gemacht, darin angelegt sein.

Wenn ich auch jetzt noch Option (c) im genauen Sinne des Textanfanges lesen will, fragte sie nach der Image-Funktion, also der vorprägenden Wirkung des Images als Funktion des Produktes. Dies ist im Anschluss an die Diskussion von Option (b) zu verwerfen, da es immer schon eine Funktion von Produkt und Nutzer ist, wesentlich offen für die Kreuzung verschiedener Bestimmungen mitsamt ihrer gemeinsamen Reibung und Übersättigung. Der „Spoiler“ am Anfang des Textes stellt sich also weniger als Vorgriff einer Pointe heraus, die nun noch ausstehen würde. Er war eher der Hinweis auf einen schleichenden Perspektivenwechsel. Dort wurde formuliert: Nutzung oder Nutzerpraxis zeigt sich immer schon als ein Verhandeln ihrer Rolle und Bestimmung als Funktion. Dem ist nur noch bestätigend hinzuzufügen: dasselbe gilt auch für ein Produkt im Bezug auf sein Image.

ERFAHRUNGSWERTE

Es ist sicher sinnvoll, die Erfahrung im Umgang mit einem Produkt oder Design zu bedenken. Diese Erfahrung gehört dazu. Sie ist immer Teil der Nutzung und will bedacht werden, weil sie auf der einen Seite Schwierigkeiten oder Widersprüche schaffen kann und auf der anderen Seite dem Produkt hinzufügen kann. Sie ist Teil des Produkts und zugleich macht sie es zu mehr, als es ist.

Dem Produkt einen Sinn geben, es eine Geschichte erzählen zu lassen, eine Beziehung zu dem Produkt aufzubauen – diese Kriterien sind alle auf das Produkt fokussiert und es ist nicht schwer zu sehen warum. Die Erfahrung im Umgang oder die Erfahrung des Produkts kann nicht davon entkoppelt werden und ein sinnvoller Weg, dies zu garantieren, besteht darin, der Gestaltung dieser Erfahrung einen Zweck zuzuschreiben. Die Erfahrung muss passen (und mehr: Arten des Passens vorschlagen), muss zugänglich machen (und mehr: Anstrengungen des Zugangs aufwerten), muss Sinn machen (und mehr: Sinn entdecken lassen). Es ist keine Erfahrung um ihrer selbst willen, sondern eine Erfahrung von etwas und mit etwas – von einem Produkt und mit einem Zweck.

Erfahrung und Produkt sind also nicht voneinander zu trennen und ihre Einheit lässt sich bedenken durch ein Zweckverhältnis. Was ist nun mit der anderen Richtung des Zweckverhältnisses in diesem Bund? Inwiefern können wir sagen: dem Produkt wird ein Zweck zugeschrieben und dieser ist die Erfahrung im Umgang damit? Wird das gemacht, ist das nützlich?

1. DER ZWECK VON ERFAHRUNG. BESTIMMUNGSVERSUCHE

Wie sähe ein solches Zweckverhältnis überhaupt aus? Wir verwenden ein Produkt zu einem Zweck und jede Erfahrung ist zielgerichtet. Auch wenn wir die Erfahrung genießen, will sie auf etwas hinaus und hat die Struktur von Bedürfnis und Befriedigung. Selbst ein Produkt, dass ›einfach nur‹ eine Erfahrung ermöglicht, erfüllt also nicht das Zweckverhältnis, nach dem gefragt wurde; es handelt sich einfach nur um eine Beschreibung der Einheit der bei-

den, in der sie einen Sinn oder Zweck teilen.

Um dieses Zweckverhältnis zu finden, muss ich fragen: was bietet die Erfahrung selbst, so dass es für oder mit dem Produkt nicht direkt zugänglich ist, sondern nur indem es sich der Erfahrung unterordnet? Was ist der eigene Mehrwert der Erfahrung, so wie der eigene Mehrwert des Produkts der Besitz oder seine Nützlichkeit ist? Auf den Punkt gebracht: was ist der Wert der Erfahrung?

Es ist immens schwer, dies aus der Einheit von Produkt und Erfahrung herauszulösen. Vielleicht ist es deshalb hilfreich, diese Einheit aufzubrechen, nicht indem man sie künstlich trennt, sondern indem man zwischen verschiedenen Typen von ihr differenziert. Dann wäre immer noch von Einheiten die Rede, aber zumindest nicht mehr von einer Einheit, nicht einmal in dem übergeordneten Sinn eines gemeinsamen Wesens, einer Einheitlichkeit ihrer Typen. Diese Einheiten realisieren sich in der Auseinandersetzung des Nutzers oder Kunden mit einem Angebot. Wenn ich recht klassisch drei Modelle¹ unterscheide, ist es deshalb nicht weit hergeholt, wenn ich diese zusammen mit dem Nutzer oder Kunden in den Blick nehme:²

Modell 1: Bedürfnisbefriedigung

Ein Produkt weckt, erinnert an oder verweist auf ein Bedürfnis des Kunden. Es bietet an, dieses Bedürfnis zu befriedigen (die Nutzungserfahrung). Sein Zweck ist praktisch und direkt und es empfiehlt sich im Verhältnis zu diesem Zweck. Das Produkt ist nützlich (für einen Zweck geeignet), bietet ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis (erfüllt den Zweck effizient) etc.

Modell 2: Statussymbol

Ein Produkt verweist auf andere, die es besitzen oder nicht besitzen. Es bietet an, dem Besitz einen Symbolwert abzugewinnen (die Besitzerfahrung). Sein Zweck ist typischerweise praxisfremd oder übersteigt einen direkten Nutzen auf ein Verhältnis zu sozialen Codes. Das Produkt ist nützlich im Vergleich mit anderen (lässt mich dazugehören), zur Abgren-

- 1 Die drei Modelle wiederholen der Unterscheidung von Herrschaft, Souveränität und Kontrolle. Herrschaft = Macht über die Umstände und Grenzen + Offenheit der Gestaltung darin; Souveränität = Macht über die Teilhabe und Verhältnisse + Offenheit der Ansprüche und Ziele; und Kontrolle = Macht über die Kriterien der Ansprüche des Einzelnen an sich selbst + Offenheit der Umsetzung.
- 2 Natürlich sind diese Modell in der Praxis nie exklusiv und können durchaus für ein Produkt koexistieren, sei es indem verschiedene Modelle die unterschiedliche Wirkung auf verschiedene Zielgruppen beschreiben oder indem mehrere eine Person ansprechen.

zung von ihnen (lässt mich oder uns herausstechen) oder allgemeiner: es spielt eine Rolle im Wettrennen um Lebensstandards.

Modell 3: Selbstverwirklichung

Ein Produkt ermöglicht etwas, was sonst nur in mir schlummert, es hilft mir, jemand anderes zu werden, es macht etwas aus mir oder lässt mich etwas aus mir machen (die Selbsterfahrung). Sein Zweck bin ich und als Nutzer kümmere ich mich damit um mich; es ist in eine Selbstpraxis eingelassen, in der Zwecke von abstrakterer Natur sind oder den Charakter von Fernzielen haben, die ermöglicht werden sollen; allerdings ist bereits die Ermöglichung hier die Erfüllung des Zwecks, nicht erst die Erfüllung des Fernziels. Das Produkt ist nützlich, insofern ich einen Souveränitätsgewinn erziele (Erfolgserlebnis, Kompetenzgewinn) oder mich verwirkliche (mein Können ein für alle mal unter Beweis stelle, Erwartungen meiner selbst oder anderer erfülle).

Weitere Beispiele für Produkte als Selbstverwirklichung wären aber auch: Engagement (ich entwickle eine Haltung), Selbstlosigkeit (ich kümmere mich um etwas außer mir selbst) oder Verzicht (moralischer Ablasshandel, oder auch: »weniger ist mehr«).

Schnell fällt auf: in den ersten beiden Modellen hat die Erfahrung gar keinen exklusiven Mehrwert. Sie ist als Nutzungserfahrung ein Beiwerk (natürlich immer noch wichtig und produktiv) und als Besitzerfahrung ein Effekt, der vom Produkt nicht zu trennen ist (sie teilt seinen Zweck). Die Frage nach der Einheit von Produkt und Erfahrung stellte sich als schwierig dar, weil sie von einer falschen Voraussetzung ausgegangen ist: es gibt nicht nur verschiedene mögliche Typen dieser Einheit, sondern diese Einheit ist selbst nur ein Typ von verschiedenen Arten der Einheit. Der Typ, der befragt werden sollte, stellte die Einheit von Produkt und Erfahrung als etwas vor, in dem beide Bestandteile sich einander unterordnen. Dies finden wir hier nur im dritten Modell. Die falsche Voraussetzung als Symptom gedeutet, ließe sich hier schon festhalten: die gesamte Fragestellung war von Beginn an ein Modell gebunden, dass weit spezifischer ist, als es ihr klar war; das Interesse an der Gestaltung von Erfahrung als solcher (»User-Centered Approach«) gehört selbst in diesen Typ von Modell. Im dritten Modell der Selbstverwirklichung erscheint die Erfahrung als etwas, dass vom Produkt ermöglicht wird. Diese Erfahrung hat zwar einen Zweck, aber er ist nie in einem pragmatischen Sinne Endzweck. Ein Werkzeugkasten ermöglicht es mir, mit Hammer und Nagel ein Bild aufzuhängen; auch wenn dies in einem weiteren Zweckzusammenhang steht,

ist es doch eine konzise Aufgabe, die erfüllt und zu Ende geführt werden kann. Eine Erfahrung von Selbstverwirklichung kann ihr eigener Zweck sein (das gute Gefühl), gerade weil es keinen fundamentalen Unterschied zwischen den Fällen gibt, in denen sie Selbstzweck ist und denen, wo ihr weiterer Zweck endlos ist in dem Sinne, dass er sich in einer Ermöglichung erfüllt.

Das ist es, was ein Produkt nicht leisten kann, ohne sich der Erfahrung unterzuordnen. Es geht, wie in der zweiten Reihe von Beispielen illustriert, so weit, dass das Produkt sogar – teilweise – wegfallen kann (Verzichtserfahrung, die kleinere Diätportion zum selben Preis) oder schlechter sein kann (Emanzipationserfahrung, der gammelige Bioapfel als Identitätsgarant). Die Erfahrung mit dem Produkt kann sogar darin bestehen, dass einem etwas weggenommen wird, dass man sich mit dem Produkt wiedererstaten lässt (Gewissenserfahrung, das Schild ›20 Cent gehen an den armen Kaffeebauern‹ erinnert mich an meine Ausbeuterrolle und bietet zugleich einen Weg diese wieder loszuwerden; was weggenommen wird ist die Sorglosigkeit, die mir als Kunde weniger wert ist als die Dramaturgie der Buße). Die zweite Reihe von Beispielen sind keine Sonderfälle, sondern zeigen nur besonders deutlich auf, wie wenig es beim Mehrwert um das Produkt selbst geht: so wenig, dass auch und gerade eine Reduktion des Produkts (geringere Menge, ästhetische Zumutung, schlechteres Preis-Leistungs-Verhältnis) die Erfahrung als solche begünstigt und zur Geltung bringt.

Steht die Erfahrung im Mittelpunkt, dann geht es dem Nutzer oder also um sich selbst. Aber diese Bestimmung ist zu grob, sie trifft auch für all die Fälle zu, in denen der Nutzer oder Kunde auf das Produkt vollends verzichtet oder es hinter sich lässt. Und sie trifft auch für Fälle zu, in denen der Nutzer oder Kunde sein Endzweck ist. Es braucht also zwei Erweiterungen: es muss um den Nutzer im Umgang mit dem Produkt gehen (nicht nur allgemein: den Nutzer, der auch ein potentieller oder ehemaliger sein könnte) und es muss sich zugleich um sich selbst und mehr als sich selbst gehen. Zusammengefasst beschreiben diese beiden Erweiterungen die genaue Inversion dessen, was im ersten Absatz über die Rolle der Erfahrung für das Produkt formuliert wurde: »Sie ist Teil des Produkts und zugleich macht sie es zu mehr, als es ist.« Hier heißt es jetzt: das Produkt ist Teil der Erfahrung und zugleich macht es sie zu mehr, als sie ist. Diese Inversion, diese Umkehr des Zweckverhältnisses sollte gesucht werden. Aber handelt es sich hier nicht einfach um vorschnelle rhetorische Gewaltanwendung? Gut, die Rolle des Produkts muss garantiert bleiben, damit die Einheit gewährleistet wird. Aber nun wurde unter der Hand dem Produkt auch eine (untergeordnete) Rolle für den Mehrwert zugestanden,

den die Erfahrung schafft. Vorschnell im Sinne von Vorgreifend – ja. Und auch Rhetorisch im Sinne von rhetorischen Motiven. Aber es handelt sich nicht um Gewaltanwendung, zumindest nicht im Sinne einer Gewalt, die der Sache der Untersuchung angetan wird.

2. DAS SELBST DER ERFAHRUNG. PRODUKT UND VERINNERLICHUNG

In der Selbstverwirklichung als Kundenmodell macht der Nutzer oder Kunde etwas aus sich. Die Modelle der zweiten Reihe haben illustriert, dass es ihm dabei einerseits um sich, aber auch um mehr als ihn selbst geht, um seine Identität sowie um seine Verhältnisse. Ich habe darauf beharrt, dass diese zweite Reihe keine Sonderfälle darstellen. Auch in den ersten Beispielen geht es ihm um sich selbst und um mehr: um den, der er werden will, um den, der verwirklicht werden soll, um den, dem etwas ermöglicht wurde. Auch in diesen »narzisstischen« Fällen ist der Mehrwert der Erfahrung daran geknüpft, dass der Nutzer zweimal vorkommt: als Subjekt und als Objekt eines Selbstverhältnisses.

In der Erfahrung als Selbstverwirklichung macht der Nutzer etwas aus sich – ein Objekt seiner selbst, ein Produkt seiner Bedürfnisse. Was heißt das, der Nutzer wird Produkt? Selbstverwirklichung, wenn sie verstanden wird als etwas, dass sich durch die Investition in eine Ware erlangen lässt, bringt den Nutzer oder Kunden in ein Verhältnis zu sich selbst als etwas, in das er investiert, das aufgewertet wird. Kurz: das eine Ware im Sinne desselben Mehrwerts wird, wie diese Erfahrungen einen Mehrwert haben. Selbstoptimierung, eine Erfahrung gemacht haben die einem niemand mehr nehmen kann – das sind die Beschreibungsmarker dieser Form von Selbstverwirklichung als Investition.

All das tut nicht das Produkt, sondern der Nutzer selbst, sicher. Das Produkt prägt nur diesen Prozess in einer Weise, die es von anderen Produkten abgrenzt und die verhindert, dass es obsolet wird. Aber das heißt nur: hier wird nichts mit dem Nutzer gemacht im Sinne eines fremdbestimmten Prozess. Das Modell der Selbstverwirklichung beschreibt eine totale Einheit der Verinnerlichung der gesamten Dynamik durch den Nutzer. Und das heißt: er ist es selbst, der etwas aus sich macht und er ist es selbst, aus dem etwas gemacht worden ist. Seine Komplizenschaft erstreckt sich auf alles. Aber wenn es heißt: hier ist kein Nutzer, der dann fremdbestimmt wird, dann bedeutet das eben auch: etwas ist schon am Werk, während es aus ihm etwas macht und bleibt am Werk, wenn aus ihm etwas gemacht worden ist. Der Nutzer

ist er Selbst und er ist ein Etwas, aber es gibt keinen Entfremdungsmechanismus, der sich ihm aufzwingt, kein reines Subjekt, das etwas verfällt. Wenn man es als Entfremdung beschreiben möchte, dann als eine Spur, die sich durch ihn selbst zieht, je schon verinnerlicht.

All das tut nicht das Produkt, es hat nur daran teil. All das tut der Nutzer, er lässt es nur teilhaben. Aber der Nutzer tut es dem Maße und in der Form, in der selbst Produkt wird. Er verinnerlicht noch die Funktion des Produktes, der oben vorschnell (oder eben vorgreifend) zugeschrieben wurde: es macht die Erfahrung zu mehr, als sie ist. Die Pointe: indem es in die Erfahrung ein »mehr« einschreibt, verwandelt es die Erfahrung überhaupt erst zu etwas, dass ein »mehr« haben kann.

Das Produkt als verfügbares Versprechen schreibt in der Selbstverwirklichung als Modell der Verinnerlichung von Ansprüchen diese Erfahrung zu etwas selbst Verfügbarem um. Der benennbare Wert einer solchen Erfahrung verleiht ihr einen Mehrwert indem es sie zu etwas macht, dass überhaupt so etwas haben kann. Noch in Formulierungen, die an die Fremdheit dieser Aufrechnung erinnern, bestätigt sich diese Operation: wenn jemand sagt: »Diese Erfahrung war einfach unbezahlbar!« kann er damit sehr gut meinen, dass er damit einen guten Handel, ein Schnäppchen gemacht hat und wenn er nach geduldigem Warten in der Schlange hinzufügt: »Das war es total wert!« dann hat noch die Zeitinvestition den Charakter eines Preises gewonnen.

Meine Frage war: müssen wir nicht ergänzend die Erfahrung als Zweck des Produktes mitdenken? Und: inwiefern können wir sagen: dem Produkt wird ein Zweck zugeschrieben und dieser ist die Erfahrung im Umgang damit? Wird das gemacht, ist das nützlich? Die Antworten sind nun klar. Wir müssen es nicht so mitdenken, aber wir können es, und sobald wir das tun, produzieren wir das Modell der Selbstverwirklichung (oder andere Modelle mit dieser Struktur der Verinnerlichung).

3. KRITIK DER VERHÄLTNISSE, VERHÄLTNISSE DER KRITIK

Die Untersuchung hat sich immer stärker in ein Feld und eine Ausdrucksweise bewegt, die im guten oder schlechten Sinne »kulturkritisch« genannt werden könnte. Es geht aber absolut nicht darum, hier eine Verfallsgeschichte oder eine Geschichte des Verfallens zu beschreiben. Das Modell der Selbstverwirklichung ist nicht mehr und nicht weniger entfremdend als

das der Bedürfnisbefriedigung oder der Statussymbole. Es ist auch nicht qualitativ verschieden vom »privaten« oder »selbstgemachten« Umgang mit Zwecken und Erfahrungen.

Vor allem gilt es, sich von solcher Kritik zu distanzieren, weil eine solche Verfallsgeschichte immer ein Paradies voraussetzt, das nie existiert hat. Das Paradies war nicht der Himmel auf Erden, sondern zwei Nackedeis, denen so langweilig und elend war, dass sie allem Scheiß Namen geben mussten. Verführerisch wird das Paradies erst als Fixpunkt einer möglichen Rückkehr, so unmöglich sie auch ist: es ist gewesen, bevor es je war (dieses war ist die Phantasie eines immer zukünftig bleibenden Punkts, von dem man aus zurückblicken können wird).

Ernst zu nehmen ist eine solche Kritik, insofern man sie auf die Tatsache bezieht, dass ein solches Paradies als Versprechen und Verführung allgegenwärtig ist. Auch wenn es rein imaginär und symbolisch ist, erfüllt es eine Funktion. Ohne die Idee der Souveränität und der Selbstbestimmung, ohne den Gedanken einer Innerlichkeit, die einem niemand mehr nehmen kann (die sicherste Investitionsanlage aller Zeiten!) würde das Kundenmodell der Selbstverwirklichung und Verinnerlichung nicht funktionieren. Das irreduzible Subjekt wie die unsterbliche Seele sind mehr als nützlich, um einiges zu ertragen und um einiges mit sich machen zu lassen und zu machen.

Aber auch dieses Verständnis der Kritik als einer Diagnose der Verhältnisse sollte nicht verstanden werden als ein Traum von der größtmöglichen Distanzierung, nicht als Anklage. Genau wie das Paradies ist die authentische Selbstverwirklichung oder Sorge um sich selbst, die dann durch eine Produktbindung verwertet wird, eine Phantasie. Aber im Gegensatz zum Paradies, das so absolut und ideal erträumt wird, dass es unmöglich bleibt, sind authentische Erfahrungen von Selbstverwirklichung möglich – nur nicht in dem Sinne, dass sie am Anfang oder am Ursprung standen. Sie sind möglich als etwas, das nie war, immer schon in Notwendigkeiten und Ansprüche verwertet war, aber etwas, das werden kann, wenn die Notwendigkeiten und Ansprüche, die Erwartungen und Pläne wegbrechen. Sie setzt die verinnerlicht-fremdbestimmten Anstrengungen voraus und tritt dort zum Vorschein, wo man lakonisch und vielleicht frustriert sagt: »Wenigstens bin ich nun um eine Erfahrung reicher.« Diese halb-ironische Rede vom Reichtum ist der genuine Ort einer solchen authentischen Erfahrung, nicht seine wohlbewahrte Reinheit, sondern der kontingente Bruchpunkt der Verwertung.

Logisch möglich wird eine solche Erfahrung also dadurch, dass es je schon fremdbestimmte

Erfahrungen gibt. Faktisch möglich wird eine solche Erfahrung dadurch, dass fremdbestimmte Erfahrungen scheitern können. Dass sie eben nicht absolut idealisierte Ziele wie das Paradies zum Inhalt haben. Nur wenn sie konkret genug sind, um scheitern zu können, können sie etwas freigeben. Natürlich heißt dieses Scheitern wie für jedes Objekt von Bedürfnissen, dass es automatisch ein neues figuriert – wie jede Bedürfnisbefriedigung einen neuen intentionalen Gegenstand findet, beziehungsweise nur im Modus der Enttäuschung (die nicht phänomenal Geringschätzung sein muss) den selben beibehält. Man kann also nicht sagen: die spezifische Prägung einer Selbstverwirklichung durch ein Produkt und die Bindung daran stellt einen Sonderfall dar, in dem die Reproduzierbarkeit des Kaufs oder des Umgangs mit dem Produkt künstlich garantiert wird. Je spezifischer ein jeweiliges Projekt von Selbstverwirklichung ist, desto erreichbarer ist es (im doppelten Sinne von: Zufriedenheit erlangen und: ein Ereignis des Scheiterns erreichen).

Es gibt sicher ausbeuterische Ausprägungen unter den Angeboten von Erfahrung als Selbstverwirklichung. Ein Fall, wäre der, welcher einen Wiederholungszwang als funktionales Vorbild hat. Wie im Glücksspiel wird die Unverfügbarkeit eines Ziels mit einem exklusiven Zugang verbunden und der Kick der Erfahrung mit Ideen wie abergläubischen Vorstellungen von Wahrscheinlichkeiten (bald muss die Sechs kommen, war ja ewig nicht mehr) oder Schicksal (ich muss durchhalten, bis mein Glück kommt) verbunden wird, weil es eben keinen Zusammenhang gibt. Ein anderer Fall wäre der des Paradieses, das als regulative Idee wirken soll, sich dabei aber als ein realer Maßstab und eine reale Erwartung artikuliert. Jeder Fall einer Annäherung wird damit als defizitär und im schlimmsten Fall als Hybris geprägt. Beim Paradies als Urzustand wird das noch ergänzt durch die Selbstverschuldung, also die weitere Verinnerlichung des Scheiterns, welche ein produktives Scheitern antizipiert und verhindert.

Das ist aber nicht die Grundform einer Gestaltung von Erfahrungen. Eine Erfahrung mit einem Produkt ist immer eine Erfahrung eines Nutzers oder Kunden und die Erfahrung einer Person. Beide Aspekte stehen immer schon in Verhandlung. Es wird nie eine Person zum Kunden gemacht und es wird nie ein Kunde zusätzlich als Person angesprochen. Diese Verhandlung ist deshalb nie zu reduzieren auf einen Nutzer (als Ort des Persönlichen) auf der einen Seite und ein Produkt (als Ort der Rolle oder Funktion) auf der anderen Seite. In jedem Fall, in dem Erfahrung zu einem Gegenstand der Gestaltung wird, wird diese Verhandlung an den Nutzer abgetreten. In dem Maße, wie sie an ein Interesse oder Produkt

gebunden bleibt, das über die Erfahrung hinaus noch etwas verspricht (und daran scheitern kann, es einzulösen), entzieht sie sich zumindest den beschriebenen Fällen von Ausbeutung. Das Spiel bleibt offen, insofern es ein Ende haben kann, selbst wenn dieses Ende nur den Beginn eines anderen Spiels markiert.

4. GRATWANDERUNGEN ZWISCHEN RICHTIG UND FALSCH

Was folgt für die Gestaltungspraxis aus diesen Perspektiven auf Erfahrung? Zu allererst der Anspruch, nie nur eine Produkterfahrung zur Aufgabe zu haben, also nicht nur einem Produkt zuzuarbeiten, dass durch die Erfahrung zur Geltung gebracht wird oder dadurch aufgewertet wird. All das sind noch Dimensionen einer Zuarbeit, die nur die Hälfte dessen fassen, was dazugehört. Die andere Hälfte muss nicht dazugehören, aber sie tut es, sobald man sich um die Erfahrung als solche kümmert. Tut man das nicht, wird diese Leerstelle so signifikant wie die Mühen um sie (es ändert sich der Typ des Modells). Wie kann man sich überhaupt um sie ›nicht kümmern? Indem man ihre Funktion anderweitig belegt. Das Versprechen des Produkts als Aktivierung des Nutzers kann über die Erfahrung funktionieren, aber wenn es etwa über ein praktisches Bedürfnis oder einen Symbolwert belegt wird, dann wird jede Erfahrungsgestaltung davon überlagert und wird zu einer Unterfunktion.

Verzichte ich auf diese anderen Funktionen und halte ich die Aktivierung unspezifisch, dann überlasse den Nutzer sich selbst und seiner Erfahrung, oder genauer: der Erfahrung, die er sich zu eigen macht. Das ist die andere Hälfte, in der dieselben Anstrengungen auch noch das Produkt der Erfahrung unterordnen: ich gestalte es mit ihm selbst um zum Erfahrungsprodukt. Das ist keine zusätzliche Arbeit, sondern ein Achten darauf, dass das Zueinanderpassen von Produkt und Erfahrung eine doppelte ›Richtung des Passens‹ ermöglicht. Der Nutzer wird hier miteinbezogen nicht weil ihm die Erfahrung nahegelegt wird. Er entdeckt und erkundet sie, weil er selbst in die Pflicht genommen wird, um das Feld der Ansprüche von Erfahrung und Produkt zu gründen, indem ein Spiel an die Stelle der Rollenverteilung von Zugang und Maßstab tritt. Die Erfahrung tritt nicht in den Vordergrund, indem das Produkt untergeordnet wird; die Erfahrung tritt in den Vordergrund, wenn beide gleichberechtigt aufeinander verweisen. Sie ist die Erfahrung dieses Verweizens oder dieses Spiels (a vs. a+b).

Weiterhin folgt, dass zwar die Personalisierung oder Verinnerlichung einer gestalteten Erfahrung ein notwendiger Prozess ist, den ich nicht künstlich individualisieren muss, aber da die Gestaltung an dieser Personalisierung gemeinsam mit dem Nutzer teilhat (teilgehabt haben wird), muss sie Entscheidungen treffen. Eben weil immer die Rolle oder die Produktfunktion des Nutzers wie auch seine Person immer im Spiel sein werden (als Austragungsort des verinnerlichten Spiels von Erfahrung und Produkt) und nie eines oder das andere dominieren wird, ist es möglich, den Schwerpunkt auf das eine oder das andere zu legen. Das heißt gerade, dass es durch das andere ergänzt werden wird, ist aber genau dadurch signifikant.

So kann man versuchen, möglichst vielen Nutzern eine Projektionsfläche zu bieten, mit der sie sich als Person angesprochen fühlen, indem sie die Gestaltung etwa als so empfinden, wie sie glauben, dass es ein Personenkreis, von dem es ihnen wichtig ist, sich abzugrenzen, es nicht empfinden würde. Oder man kann durch Kundenprofile oder Anmeldungen Texte oder Anreden personalisieren (»Mein Ebay«, »Hallo Jan, das sind unsere Tips für dich«). Diese Anstrengungen überlassen nichts dem Nutzer außer der Aufforderung, auch noch die Erwartungen an das Produkt auf sich zu beziehen oder projizieren (»Meine bisherigen Einkäufe machen die Dinge unübersichtlich«, »Kein Wunder, ich habe ja auch lange nicht mehr Cookies gelöscht«). Die Individualisierung ist also nicht unbedingt ein Gefallen oder ein Zeichen des Respekts für den Nutzer, aber insofern er angesprochen wird, kann er sich von dem distanzieren (sich dem gegenüber sehen), was ihn anspricht.

Man kann auch darauf verzichten, den Nutzer so offensiv miteinzubeziehen und etwa ein Design bietet, was einen eigenen Charakter hat, das man ansprechend finden mag oder nicht, das aber in jedem Fall gut genug funktioniert, damit sich ein Nutzer damit arrangieren kann. Die Message ist dann: das gibt es und dieses Feel kannst du erwarten, lass deine eigene Skepsis oder Neugier das Verkaufsgespräch führen. Der Nutzer als Gegenüber wird hier in einer anderen Art und Weise sich selbst überlassen. Sicher ist dies einerseits eine Form des Respekts, die ihn nicht bevormunden will oder nichts aufdrängen will. Andererseits ist das, was dem dem Nutzer überlassen wird, gerade die Notwendigkeit, eine persönliche Haltung zu entwickeln, ohne die ihn wenig leitet oder Orientierung bietet. Sein Engagement wird in Kauf genommen und er interagiert mit der Gestaltung als etwas, in das er immer schon investiert ist. Die Personalisierung wird auf ihn verlagert und es gibt keine Kultur der Distanzierung im Umgang mit der Gestaltung außer einem Abbruch des Umgangs.

Wie man es macht, man macht es falsch? Ganz und gar nicht, denn ein Ideal des »Richtigen« hier würde jedes Konzept von Interaktivität, Zugang und Aktivität ad absurdum führen. Es ist nur so, dass beide Wege ihre eigenen Freiheiten und Bevormundungen produzieren. Das eine ist nicht ohne das andere zu haben und der Gestalter tut gut daran, dies anzuerkennen und eine Entscheidung zu treffen, die ihn davor bewahrt, ein Ideal anzustreben, das entweder das beste beider Wege oder das schlechteste beider Wege verspricht. Beides wäre gleichermaßen ein Alptraum, weil in einem Fall der Nutzer ganz sich selbst überlassen ist und im anderen Fall er ganz überflüssig ist.

Was wie zwei Fälle von nicht funktionierendem Design klingt, kann durchaus auch als alptraumhaft gut funktionierende Designs gedacht werden: einmal das Design, in dem der Nutzer Aufforderung und Reaktion sich selbst zuschreibt (Unterschwellige Botschaften oder Zugriff auf vermeintlich privates Umfeld) und einmal das Design, das ihm Bedürfnis und Befriedigung abnimmt (Gedanken lesen oder Musteranalyse von Gewohnheiten). Sicher sind dieser Fälle mehr oder weniger pure Science Fiction, aber wie immer formulieren sie als Metaphern allzu gegenwärtige Ideale. Und indem diese futuristischen Metaphern sich fortspinnen und nahelegen, dass es keinen inneren Widerspruch zu diesen Idealen und ihrer Effektivität gibt, zeigen sie, dass es sich hier eben nicht um Aporien handelt.

Wenn es also heißt: entscheide dich bei der Gestaltung und wie du es auch machst, du machst etwas richtig und etwas falsch, dann ist das nicht ein pragmatischer Kompromiss, sondern das Bekenntnis zu den Bedingungen von Interaktion. Man kann also nicht alles richtig machen und nicht alles falsch machen, zumindest ist das noch Zukunftsmusik. Aber in den Fingerspitzen kennen wir diese Zukunft schon gut genug, um eine gelungene Praxis als eine Gratwanderung zwischen diesen beiden Seiten zu verstehen, denn diese Zukunft kommt nicht in einer unbekanntem Zahl von Jahren, sie kommt naht immer wieder während des Gestaltungsprozesses als imaginäre Konsequenz von Entscheidungen und deren Idealen. Wenn sich Richtig oder Falsch also während des Gestaltens wie zwei Blöcke immer näher zu schieben scheinen, dann ist es nicht verwunderlich, dass der Spalt zwischen ihnen die Fluchtlinie der Gratwanderung vorzeichnet. Und es ist auch nicht verwunderlich, dass diese Fluchtlinie zwei ebenbürtige, entgegengesetzte Richtungen kennt. Die Entscheidung zwischen diesen beiden bleibt offen.

KOGNITIVE DISSONANZ

AKT, AKTIVIERUNG, AKTIVITÄT

Kognitive Dissonanz ist eine effektive und weit verbreitete Strategie zur Aktivierung von Kunden. Sie fördert emotionale Bindung durch die Produktion von Stress und Erleichterung. Damit dies funktionieren kann, muss der Kunde in den Prozess miteinbezogen werden, so dass er nicht nur einen Weg sieht, Erleichterung zu erreichen, sondern auch so, dass er die Quelle des Stress verinnerlicht. Wenn er die Möglichkeit hat, ihre Quelle außerhalb von sich zu identifizieren, muss jeder Weg der Erleichterung

zumindest konkurrieren mit der Strategie, sich einfach der Situation zu entziehen. Den Kunden zu aktivieren bedeutet also: eine Stresssituation zu produzieren, die der Kunde sich selbst zuschreibt und ihm eine Lösung für ein Problem anbieten, die äußerlich verfügbare Erleichterung verspricht. Die Produktion von Bedürfnissen ist nicht das Schaffen oder Bewusstmachen eines eindeutigen Mangels, sondern einer dissonanten Ambivalenz. Ein Mangel kann immer auch zu einer positiven Erfahrung umgewertet werden (Askese als Code), eine Ambivalenz nur sehr viel schwerer.

Ein Werber muss diese Dynamik nicht wirklich verstehen und verfolgen, um sie umzusetzen. Wenn er sich zur Aufgabe setzt, ein unpopuläres Produkt gut dastehen zu lassen, erarbeitet er eine Dissonanz auch und gerade wenn er versucht, es so eindeutig positiv darzustellen, wie er kann. Die positive Konnotation dieses Produkts als Ziel seiner Strategien ist einfach eine regulative Idee, also eine Tendenz, die in sich zusammenfallen würde, wenn sie ihr Ziel je erreichen würde, die aber bis es so weit ist ihre Tendenz am ehesten erreicht, wenn sie so stark wie möglich gemacht wird. „Ich habe getan was ich kann, das Produkt hat einfach Schwächen“ ist nicht das Zugeständnis der Grenzen der Machbarkeit des Werbers, es ist ein myoptischer Blick auf eine Dynamik, die seine eindeutigen Bestrebungen erst gründet. Hätte das Produkt diese Schwächen nicht, dann würde seine Anstrengung eine ganz andere sein. Das bezieht sich nicht nur auf das Produkt und seine Darstellung, sondern auch auf das Verhältnis zum Kunden. Ihm die Rolle eines Partners zuzugestehen und nicht mehr eines Kunden, von dem man etwas will, ist schnell kontraproduktiv. Das ideale Gegenüber des Kunden ist kein Freund (auch wenn dies nicht nur ein Fake ist!), sondern einen Freund/Feind, das

Objekt einer Hassliebe, den man „durchschauen“ kann und dem man ein „Schnäppchen“ abringen kann, eben weil er seine Hintergedanken hat.

Die unmittelbare Lösung, die eine solche Analyse verspricht, besteht darin, sich einem solchen Prozess zu entziehen und durch die Bewusstwerdung die eigene Verteidigung zu stärken: es wird leichter, die Quelle der Ambivalenz nicht zu verinnerlichen, beziehungsweise die Verinnerlichung selbst als Operation zu verstehen und von sich zu weisen.

Es gibt aber noch einen weiteren Ansatz und dieser lässt die beschriebene Lösung als eine verpasste Gelegenheit dastehen. Die kognitive Dissonanz lässt sich als Denkfigur nutzen, um eine Dynamik, einen Prozess, überhaupt erst zu denken. Es zu denken heißt einerseits: es auszustehen und nicht von sich zu weisen und andererseits: es bewusst werden zu lassen, ohne darin gefangen zu sein. Eine Dynamik zu denken heißt sie zu greifen, ohne sie zu erdrücken (hindere den Vogel daran, von deiner Handfläche zu fliegen, indem du ihm keinen Widerstand bietest, von dem er sich abstoßen kann). Das Denken muss also selbst dissonant sein, es muss (mindestens) zwei widersprüchliche Annahmen behaupten und dies aushalten. Der so produzierte Stress muss dann umgewertet werden von einem Beieffekt oder einer Intuition, dass hier etwas falsch läuft, hin zum eigentlichen Gegenstand des Denkens, den es selbst produziert. Die Intuition eines „ästhetischen Passens“ muss ebenso umgewertet werden; sobald ein solches Denkmodell griffig oder elegant erscheint, muss es verworfen werden (es geht um Prozesse, die es selbst produziert; natürlich hat es selbst eine „Halbwertzeit“).

Um die unmittelbare Lösung zu vermeiden oder zumindest so zu erschweren, dass ich einige Zeit das Problem ausstehen kann, bevor es sich ergibt, muss ich diese Lösung erschweren. Ich tue das, indem ich die Gegenüberstellung der beiden widersprüchlichen Impulse radikalisiere: nicht mehr innen und außen, Verinnerlichung des Problems und Äußerlichkeit der Lösung. Radikalisieren heißt nicht auflösen, also nicht einfach den Unterschied von Innen und Außen auflösen, sondern einen anderen Unterschied, eine andere Grenze ziehen. Ich ziehe diese Grenze „quer“ durch innen und außen: das Problem reicht durch innen und außen und die Lösung zieht sich ebenso durch innen und außen. Nicht um eine Vierteilung zu produzieren, sondern um die „Kreuzung“ der beiden Spuren in den Blick zu bekommen. Der Kunde ist immer schon Miturheber des Bedürfnisses (die Unterstellung, dies sei sein ureigenstes Bedürfnis stimmt und es stimmt nicht) und er ist auch immer schon Mitproduzent der Lösung (das Angebot, die Lösung wäre äußerlich ver-

füßbar, stimmt und stimmt nicht).

Das ist alles mehr oder weniger absurd. Mehr oder weniger heißt: wenn es definitiv absurd wäre, dann hätte ich es einfach mit einer „neuen Logik“ zu tun. Es ist noch nicht einmal eindeutig paradox oder absurd. Es lässt sich auflösen und als Beschreibungsmuster verwenden, aber wenn es zur Routine wird, sich also vom jeweiligen Phänomen löst und zum Raster oder Werkzeug wird, mit dem ich auf beliebige Phänomene zugehe, dann verliert es seinen Sinn.

Handelt es sich bei diesem Interesse, dieser „mittelbaren Lösung“ um ein Fremdinteresse, einen sachfremden Mehrwert? Natürlich, aber dieser lässt sich wiederum fruchtbar machen für die Beschreibung von Werbung und Kundenverhältnissen (Kundenerfahrung). Eine Beschreibung wie die am Anfang lässt kognitive Dissonanz als eine Form von perverser Manipulation erscheinen. Werbung erscheint so, um den Fachausdruck zu bemühen, als *Fucking Evil*. Das mag es auch sein, die Frage ist nur, was das erlösende Gute ist, das dem stillschweigend gegenüber gestellt wird.

Mit der Umwertung der Dissonanz zu einem Weg, Prozesse zum Denken zu bringen, lässt sich auch Perversion neu denken. Was erscheint hier als pervers? Ein Bedürfnis, das sich nicht in seiner Befriedigung erfüllt, ein Wollen, das sich selbst nicht will. Ein Verlangen, das verunsichert ist von der Aussicht, mit seiner Erfüllung in sich selbst zusammen zu fallen. Mit anderen Worten: alles was nicht unmittelbarer, animalischer Instinkt ist. Pervers wird so schnell zu einem Begriff für Kultur im Sinne von kultivierten Bedürfnissen, von einem vielschichtigen Umgang mit Verlangen, das seine Komplexität gewinnt, insofern es nicht mehr direkt und privat ist. Menschen machen sich voneinander abhängig und zugleich emanzipieren sie sich von ihrem Verhältnis zu einem Willen, der sie als ihr eigener beherrscht.

Die Pointe: diese Perversion ist nicht das Resultat eines Durchgangs durch eine absurde Überbeanspruchung des Denkens (Stress), sondern sie braucht diese Überbeanspruchung, um positiv gewendet denkbar zu bleiben. Nur Bedürfnisse als zeitlich flüchtige Prozesse können diese Umwertung aushalten und das auch nicht sonderlich lang. Man könnte sagen: dieses Denken fängt die Versprechen der Bedürfnisse ein, zusammen mit der Ernüchterung, mit der sie sich verflüchtigt.

ON THE INSIDE, LOOK OUT!

FILM UND DESIGN ALS KOLLABORATIVE PRODUKTE

Ein Skript ist so sehr der Kern eines Films, wie die Argumente das Herz einer Rede. Das heißt: ein Film hat keinen Kern, er ist ein kollaboratives Produkt und am Ende folgt ein Lichtflackern auf das andere, ohne dass eines davon im Mittelpunkt steht. Ganz genau so wie das Herz einer Rede lebendig wird durch eine Stimme, die den Bogen zwischen einer Person und einer Menge Zuhörern schlägt, und nicht durch ihren abstrakten Gehalt.

Die »Story« oder die »Charaktere« stark zu machen, ist nicht falsch – aber wenn man sie als Bausteine oder auch als notwendige Bedingungen beschreibt, dann wird man eines damit nie fassen können: den Charakter eines Films, eines Angebots oder eines Produkts selbst und genau so wenig die Stories, die sich mit dem Zuschauer oder Nutzer als Hauptfigur darum ranken können.

Was Sarah Doody in »A Matter of Character« sich von Filmen anschauen will, ist wie man bessere Personas zeichnet. Es ist sicher kein Zufall, dass sie sich auf ein eher konventionelles Designelement beschränkt und noch dazu auf eines, das wohl kaum exklusiv von Experience Design beansprucht werden kann. Die nächstliegende Vermutung, warum sie dies tut, lautet: *Film ist ein eher passives Medium im Vergleich zu interaktiven Medien und die Lehren, die man aus der Betrachtung des Mediums Film zieht, prägen den Blick auf das interaktive Medium.* Diese Vermutung mag stimmen, ist aber eher schwach, da sie die Entscheidung der Autorin für den Fokus auf einen Aspekt von Film ignoriert und sehr allgemein, da sie für jeden Vergleich dieser Medien zuträfe.

Eine andere Vermutung wäre: *die Autorin versteht nicht sehr viel von Filmen und stellt Elemente und ihre Funktion so vor, wie sie ihr dort vertraut sind, wo ihr eigentlicher Kompetenzbereich liegt.* Ihre Beschreibung von Filmen oder Filmproduktion sind damit eher ein Spiegel ihrer eigenen Praxis, an dem sich all die Probleme offenbaren, um die es ihr geht. Diese Vermutung ist stärker, insofern sie einen konstruktiven Weg vorzeichnet: es muss dann ja möglich sein, Film oder Filmproduktion besser zu beschreiben und in dieser als Zerrspiegel eine Designpraxis zu finden, die sich kaum noch wiedererkennt. Weniger allgemein als die erste ist diese Vermutung, wenn sie es schafft, aus den spezifischen Missverständnissen der Autorin im Bezug auf Film spezifische fruchtbare Perspektiven herauszuarbeiten.

1. DAS SKRIPT – MAN STELLE SICH NUR VOR...

»Imagine if the film industry decided to take cues from the way digital products and services are developed. What would that look like? Instead of having a screenplay, they'd have a paragraph or two, some bullet points in a Keynote presentation, or a spreadsheet of scenes and shots, but no story to tie it all together. [...] They would start designing the movie posters before they'd ever shot a scene or even cast the actors. I imagine that if this process were followed, it would not result in a great film.«

Wo kämen wir denn dann hin? Vielleicht an den Dreh von Transformers II, wo es tatsächlich kein fertiges Skript während der Dreharbeiten gab, was sicher viel damit zu tun hat, dass diese zu einem extremen Maß vor Bluescreens stattfanden. Der Teil der »Dreharbeiten«, die an Computerbildschirmen generiert wurde, war sicherlich zu teuer, um ohne rigide Planung in Auftrag gegeben zu werden.

Wie kaum ein anderes bestätigt dieses Beispiel doch Sarah Doody's Fazit: » I imagine that if this process were followed, it would not result in a great film.« Allerdings wage ich zu bezweifeln, dass in dem beschriebenen Fall hier der Grund lag. Michael Bay ist primär ein sehr erfolgreicher Regisseur, weil er als Logistiker ein absoluter Studioliebling ist. Chaos oder Mangel an Planung ist ihm wohl nicht vorzuwerfen, zumindest nicht in dem Sinne, dass an dieser Mangel an Planung einen Film zu Fall gebracht hat, der sonst ein Meilenstein gewesen wäre. Was aus Transformers 2 einen unglaublichen Autounfall macht – nebenbei gesagt, einen finanziell äußerst erfolgreichen – ist der äußerst unebene Ton auf der Erzählebene zusammen mit sehr schrill und hektisch inszenierten Actionszenen. Selbst die leichten Comedy- oder Charakterszenen bilden keinen Ruhepunkt und sorgen für eine extrem stressbeladene Seherfahrung.

Aber ist dies wirklich ein Problem des mangelnden Skripts? Was, wenn ein Skript vorgelegen hätte und sich der Regisseur einfach nicht eng daran gehalten hätte? Und was, wenn es ein Skript gab, dessen Autor aber von dem Endprodukt so schockiert war, so dass er gerichtlich verfügt hat, Michael Bay müsse öffentlich behaupten, den Autor hätte es nie gegeben? Niemand weiß, ob der Film genau so geworden wäre. Aber genau das ist der Punkt: wir fragen nach dem Skript nur in Sonderfällen und spekulieren, nachdem wir den Film gesehen haben. Die meisten Filme, die während oder nach dem Dreh geschrieben oder umgeschrieben wer-

den, überleben dies unbemerkt.

Aber gut. Das Beispiel war ein Film ohne fertiges Skript und zugleich ein Desaster, der Zusammenhang drängt sich förmlich auf. Aber was ist mit Filmen wie Richard Linklater's »Slacker«, Robert Altman's »M.A.S.H.« oder den Sequenzen in Texas in Terrence Malick's »Tree of Life«? Jeder dieser drei Regisseure hatte offensichtlich ein Konzept, vermutlich mehr als die zwei Stichpunkte in Keynote, oder zumindest genau die richtigen Stichpunkte. Alle drei sind dafür bekannt, vor der Kamera Dinge passieren zu lassen und unerwartetes einzufangen. Alle drei sind gewissermaßen ineffizient, zumindest was die Menge an Filmmaterial angeht, die es für ihre Filme zu sichten gilt. Alle drei sind für eine Handschrift von Filmen bekannt, die im Vergleich zu anderen eher als impressionistisch genannt werden kann. Aber das bedeutet zunächst nur: ihre Filme funktionieren, und zwar auf eine eigene Art, die der Zuschauer sich aneignet, während er die Filme sieht. Sie folgen weniger einer Story, sondern entfalten sie eher. Die Logik des Erzählens ist die von Gemälden in der Zeit. Und das bedeutet dann zusätzlich: ihre Filme funktionieren nicht trotz des Mangels eines klaren Skripts, sondern wegen oder zumindest ohne dieses.

Das bedeutet weder, dass es sich bei diesen drei Filmen um Glücksfälle oder reine Produkte von Intuition handelt. Niemand der drei hat einfach vor sich hingefilmt. Im Gegenteil, aus verschiedenen Gründen hatte jeder der drei ein außergewöhnlich hohes Maß persönlicher Kontrolle über den Film, so dass sie sich den Luxus leisten konnten, sich nicht an das Skript und das Regime der Rechenschaft zu halten, dass mit einer klaren Planung der Szenen einher geht. Sie konnten auf das Skript als roten Faden verzichten, weil sie alle Fäden in der Hand hielten und so zusammenweben konnten. »A great film cannot exist without a screenplay and the well-developed stories of its characters«? I beg to differ.

Dies sind sicher Sonderfälle. Aber die gesamte Idee eines idealen Skripts, das den Film mit seinen Szenen perfekt vorgibt, ist selbst auch nicht so allgemeinverbindlich und normal, wie man vielleicht meint. Die Figur, die mit dieser Art von Filmproduktion gern in einem Atemzug genannt wird, ist Alfred Hitchcock. Aber man muss genauer sein: dem späten Hitchcock und seinen Hollywood-Produktionen. Denn Hitchcock's lückenlose Planung hatte einen spezifischen Sinn: er wusste von der Macht der Studios in Amerika und von der Angewohnheit der Produzenten, die Filme nach Belieben umzuschneiden und anzupassen. Der einzige Grund, warum er sich so eng an sein Skript hielt und warum er seine Skripte so präzise vorbereitete, war darin begründet: indem er exakt nur das absolute Minimum an Material

drehte, zwang er sein Studio, den Film entweder so zu akzeptieren oder teure Nachdrehs zu finanzieren – es gab schlicht keine alternativen Aufnahmen irgendwelcher Szenen, mit denen sie hätten umschneiden können und das Ergebnis war, dass er seinen Willen bekam. Das Skript erfüllte also einen spezifischen Zweck für die Produktion selbst und nicht so sehr für den Film als solchen. Und der Fall war grob gesagt das Gegenteil zu den oben genannten drei Regisseuren, die gerade wegen ihrer Freiheiten nicht an ein Skript im Sinne Hitchcocks gebunden waren.

Lässt sich aus diesen Anekdoten etwas lernen? Vielleicht vorläufig zumindest dieses: ein Skript ist nicht die notwendige Bedingung für einen funktionierenden Film, wohl aber die notwendige Bedingung dafür, in anderen Bereichen der Produktion Freiheiten ins Spiel zu bringen. Dies gilt dann auch umgekehrt, so dass nur mit klaren Vorgaben in anderen Bereichen die Freiheit eröffnet wird, dass sich das Skript erst entwickelt.

Diese Behauptung kann nur Sinn machen, wenn man den Gedanken von Film als einem kollaborativen Produkt ernst nimmt und keinen der Aspekte zum Fundament der anderen erklärt. Eine Aussage wie »it's the screenplay—the story of the characters—that becomes the firm foundation holding the entire film together« ist damit nicht vereinbar.

Der Komplettheit halber bietet sich noch der Blick auf eine dritte Gruppe von Filmen an. Neben den Filmen, die wegen des Fehlens eines Skripts nicht funktionieren und denen, die ohne ein Skript funktionieren, gibt es natürlich noch solche, die mit einem Skript nicht funktionieren. Jene will ich jedoch nicht betrachten – meine dritte Gruppe sind die Filme, die wegen ihres Mangel an einem Skript funktionieren, also solche, die die Spuren der Turbulenzen in sich tragen und wenn sie sich zu voller Größe aufrichten, immer den Mangel an Gleichgewicht verraten, als drohten sie jeden Moment die Balance zu verlieren.

Filme dieser Kategorie, noch dazu jene, die diese Balance erst in dem Moment verlieren, an dem die Credits zu laufen beginnen, sind selten. Dennis Hopper's »Easy Rider« ist sicher so ein Fall, besonders während der Szenen in New Orleans, in denen der Mardi Gras gefilmt werden sollte, die drogenbenebelte Crew ihn aber nicht finden konnte und stattdessen ihren eigenen LSD-Trip auf einem Friedhof filmte, der seinen Platz im Film gefunden hat. Ein anderes Beispiel ist Coppola's »Apocalypse Now«, verewigt in der Dokumentation über die Dreharbeiten in »Hearts of Darkness«. Die heruntergekommenen Sets des Films, gezeichnet von der Regenzeit, während der sie brachlagen, da der Regisseur neue Finanziere aufreiben musste, zwangen die Crew zu Nachtaufnahmen, genau wie ein fettleibig gewordener Marlon

Brando, der sich nicht mit nacktem Oberkörper im Licht zeigen wollte. Derselbe Brando hatte den Roman nicht gelesen, der dem Film zugrunde lag und seine Gage war so hoch, dass er nur wenige Tage zu Verfügung stand. Seine halb-kohärenten Monologe sind ein Stück Filmgeschichte, der Film zugleich ein Kommentar des Vietnamkriegs wie eine Dokumentation des Dschungelfiebers seiner eigenen Produktion.

Natürlich handelt es sich bei diesen beiden um höchst erfolgreiche Filme und nicht um Fälle eines glorreichen Scheiterns. Keiner der Filme, auf die man zurückguckt und die ihren Weg in die Geschichte des Films gefunden haben, wären ein Fall eines solchen Scheiterns – spätestens wenn sie hier in die Liste aufgenommen werden, würde es zu einer Art Erfolg umgedeutet; selbst und gerade an Ed Wood ist diese Art der Ehre nicht vorbeigegangen.

Darum ist es kein Zufall, dass ich als letztes Beispiel für diese Kategorie an einen Film denke, der nie existiert hat, genauer gesagt: einen Film, den es nur im Film gab. Assayas' »Irma Vep« präsentiert sich über weite Strecken als Abrechnung mit dem Autorenkino und dem wechselweise absurden, gewalttätigen und tragischen Geniekult in der Filmproduktion. Die Handlung folgt einem Filmdreh, der so ziellos scheint wie der Regisseur, der sich zurückgezogen hat und dessen Zusammenbruch das Ende der Dreharbeiten bedeutet. Er beichtet an einem Punkt, das sein einziger Anhaltspunkt für den Film darin bestand, dass er seine Hauptdarstellerin in einem Film auf Videokassette gesehen hat, dessen Sprache er nicht versteht. Am Ende des Films, der Regisseur ist in einem Sanatorium gelandet und wird wohl nie wieder arbeiten, schaut sich ein Teil der Crew die Testaufnahmen an. Diese wenigen Minuten, fragmentierte, springende Bilder, verknüpft durch Ritzer und Zeichnungen direkt auf die Filmrolle, die das Material zugleich entstellen und ihnen Sinn geben, machen in »Irma Vep« aus einer Abrechnung einen Abgesang, eine Liebeserklärung, die sich wider besseren Wissens dabei ertappt zu behaupten: das war es wert.

Mit diesen Sonderfällen im Hinterkopf lässt sich rückblickend sagen: jeder Film ist ein Produkt eines Skripts, wenn wir darunter im weiten Sinne das imaginäre Tagebuch seiner Produktion verstehen, welches nie zuvor gegeben war und doch den Film und nur den vorgezeichnet hat, der am seinem Ende stand. Niemand hat dieses Skript je gesehen, aber zumindest für die Zuschauer trifft dies auch auf das Skript im strengen Sinne zu. Und genau wie der Zuschauer sich nur im nachhinein über das Skript und dessen Zusammenhang mit dem Endprodukt Gedanken macht, gewinnt das imaginäre Tagebuch der Produktionsbe-

dingungen auch nur in der Retrospektive seinen Sinn. Während der Produktion sind beide Teil des Ganzen und stehen immer mit zur Disposition, sind nicht unsichtbar aber auch nicht das Fundament.

Wenn Sarah Doody schreibt: »ultimately, it's the screenplay—the story of the characters—that becomes the firm foundation holding the entire film together«, dann gibt das Detail der Formulierung ihr mehr Recht als der Geist, in dem sie schreibt: das Drehbuch war nie die Basis, es wird schlussendlich dazu (»ultimately becomes«).

Es gibt also keinen direkten Widerspruch zwischen dem Skript im strengen Sinne und dem weiten, auch das eigentliche Drehbuch umfassenden, imaginären Buch des Drehs. Aber mit letzterem beschreibe ich nicht mehr nur die Geschichte und ihre Rolle für den Film, ich beschreibe den Film als Geschichte. Eine Geschichte, die all die Unwägbarkeiten der Produktion birgt, auch wenn diese unsichtbar bleiben. Zu jeder Kameraeinstellung gehören die Dinge, auf dem Set wie auch die Beleuchter, die nicht im Bild sind.

Wenn ich die fundamentale Bedeutung der Erzählung im Design in den Blick bekommen will, darf ich paradoxerweise also gerade eins nicht tun: ich darf die Erzählung nicht als etwas fundamentales betrachten, nicht als etwas, auf dem anderes dann noch aufbaut. Die Erzählung wird nicht getragen von einer Persona, egal wie reichhaltig sie gestaltet ist. Diese Persona ist höchstens der Schauspieler am Set, mit dem Mauszeiger des Nutzers als Regisseur und den Buttons und Scrollbars als den Beleuchtern, den Toningenieuren und den Storyboard-Artists. Sicher spielen Personas im Design eine Rolle. Aber eben nicht mehr und nicht außerhalb der Erzählungen, in denen sie auftreten.

2. DIE INSZENIERUNG – SAME DIFFERENCE

»So how can we rework or move beyond personas? I think it starts with trying to see through the lens of a screenwriter and take time to truly develop characters, and deeply invest in understanding their culture, context, conversations, and challenges.«

Im Sinne des Zerrspiegels, als den ich Film verwenden will, damit sich darin das Antlitz eines anderen Designs wiedererkennt, sollten wir dieses Credo auf den Kopf stellen. I glaube, es beginnt damit, sich den Blick des Drehbuchschreibers abzugewöhnen und keine Zeit da-

ran zu verschwenden, Figuren wirklich zu entwickeln, et cetera, et cetera. Warum? Weil nur so der Blick auf die Inszenierung frei wird und damit auf die Geschichte, die das Produkt selbst erzählt.

Wie könnte man sich besser diesen Drehbuch-Blick abgewöhnen, als wenn man das Drehbuch ausklammert; und wie könnte man dies leichter tun, indem man sich Remakes anschaut, verschiedene Verfilmungen desselben Materials?

Die große Schwierigkeit ist hier, dass Remakes niemals Verfilmungen desselben Materials sind – sie beziehen sich nicht parallel oder nacheinander auf ein Drehbuch, sondern der nachfolgende Film bezieht sich immer mit auf die vorherige Verfilmung. Diesem Problem kann man auf zwei Arten begegnen: einmal mit einem Fokus auf Remakes, die so viel erfolgreicher waren als das Original, dass jede Rezeption des Originals so sehr durch die Brille des Remakes geschieht wie die Produktion des Remakes selbst vom Original geprägt war: es ergibt sich für den Zuschauer also eine ebenbürtiger, wechselseitiger Bezug auf die Verfilmung des Materials. Zum anderen kann man dieses Problem zusammen mit der Rolle des Drehbuchs ausklammern und im ganz Sinne des vorherigen Kapitels annehmen, dass diese Trennung in der Form des Beharrens auf dem Bezug auf das Drehbuch selbst vor seiner Verfilmung unsinnig sei. Weiterhin im Sinne des vorherigen Kapitels kann man dann darauf vertrauen, dass in einem weiteren Sinne die Rolle des Skripts auch und gerade in der Verfilmung aufgehoben bleibt.

Bei dem Begriff »Remake« handelt es sich um einen sehr weites, unscharfes Konzept. Das Spektrum reicht von Filmen, die sich auf der Ebene von Archetypen, Szenarios und Plotversatzstücken so sehr bei anderen bedienen – bewusst oder nicht. Man kann über sie so etwas sagen wie »The Fast and the Furious war nichts mehr als ein Remake von Point Break« und meint nicht mehr, als dass sie alles andere als originell waren.

Am anderen Ende des Spektrums gibt es die typischerweise amerikanischen Remakes erfolgreicher ausländischer Filme. Hier geht es nicht darum, etwas neues in dem Material zu entdecken, sondern nur darum, den Mangel an Gewöhnung des heimischen Publikums an Filmen mit Untertiteln auszunutzen und bei der Gelegenheit vertraute Schauspielergesichter für den maximalen Markterfolg hinzuzufügen. Remakes dieser Art sind meist im Hinterkopf, wenn wieder einmal der Kommentar »Das Original war besser« fällt, welcher im Grunde immer müßig ist. Nicht weil er nicht stimmt, sondern weil er nur Sinn macht in Fällen dieser Art von Remakes, deren Vergleich keinen der beiden Versionen interessanter macht.

Interessantere Remakes sind jene, die den Bezug zu vorherigen Verfilmungen suchen. Viele der erfolgreichsten Remakes trennt eine zeitliche und/oder räumliche Kluft von einer vorherigen Verfilmung, so dass sie es sich leisten können, auf der Ebene der Story die Nähe des Originals zu suchen. Diese Nähe wird dann zu etwas, das man sich erarbeiten muss, das eben nicht mehr gegeben ist und das nach dem Motto von »etwas muss geändert werden, damit es dasselbe bleiben kann« Raum für etwas neues bietet.

Aber dies sind nie einfach neue Kostüme. Das Genre der Remakes ist nicht so konservativ, wie das gerade genannte Motto. Wenn Baz Luhrmann mit seiner MTV-Version von »Romeo und Julia« eine Welle von Shakespeare-Filmen losgetreten hat, von denen viele die ursprünglichen Zeilen mit hypermodernen Bildern kombinieren, dann ist das eben nicht nur der Versuch, einer aktuellen Jugend Shakespeare nahezubringen. Es ist das (schamlose) Projekt, eine Inszenierung der kollektiven Halb-Belesenheit zu wagen, in der das Stück auf das Synonym »Die romantischste Geschichte aller Zeiten« heruntergekocht wird und die beiden Opfer ihrer Umstände darstellen, denen es allen ernstes umeinander ging. Der Gegensatz zwischen der Sprache und den Bildern aktualisiert nichts, er schreibt die Bilder in die Geschichte des Stückes ein.

Ein anderer Fall eines Remakes, das eine zeitliche Kluft nutzt, ist gleichzeitig das Paradebeispiel für ein Remake, das sein Original vergessen gemacht hat. De Palma's »Scarface« tauscht den Alkohol und das Chicago des gleichnamigen Films von 1932 gegen Al Pacino, Koks und das Miami der 80er. Davon abgesehen bleibt der Film bemerkenswert nah am Original – und funktioniert doch vollkommen anders. Das Original, veröffentlicht während der Prohibitionszeit, war ein Skandal, da es der erste Film war, der einen Gangster zur Hauptfigur machte und zumindest mit ihm als Identifikationsfigur spielte, auch wenn er am Ende erschossen wird. Als de Palma dasselbe fünfzig Jahre später in die Kinos brachte, war das nichts besonderes mehr, niemand regte sich auf. Und genau so funktioniert das Remake als Kommentar. Es ist kein Zufall, dass es die glatteste, glamouröseste und teuerste Version der Exploitation-Filme der vorangehenden fünfzehn Jahre war: die Geschichte ist alt, die Drogen und Gangster bestimmen immer noch das Bewusstsein, das einzig neue ist, dass sich niemand mehr wirklich daran stört. Das Remake funktioniert gerade als Abklatsch, der einfach so hingenommen wird. Oft wird darauf hingewiesen, wie eigenartig es sei, dass mit Tony Montana eine Figur zur Ikone für reale (Möchtegern-)Gangster fungiert, da er sich im Film am Ende selbst zu Fall bringt. Aber so dumm ist die Faszination mit diesem Vorbild

nicht: sie verstehen sehr gut, dass sie es hier mit der Gallionsfigur ihrer sozialen Stellung zu tun haben.

Wenn »Scarface« anders funktioniert, indem er die Funktionsweisen eines Films auf den Kontext einer gewandelten Gegenwart transportiert, dann ist es wohl die Gruppe der Shot-by-Shot Remakes, die dieses Prinzip auf die Spitze treiben. Diese kleine Gruppe von Remakes bleibt so Nah an der Inszenierung einer vorherigen Verfilmung, wie sie kann. Anstatt das Original zu ersetzen, werden diese Remakes so zu Filmen über Filme, zu einer Auseinandersetzung mit Sehgewohnheiten. Dies kann wieder im Kontext einer zeitlichen Distanz passieren wie in Gus van Sants Remake von »Psycho« aus den 90ern oder einer räumlichen Distanz wie im extremsten vielleicht extremsten Fall von Haneke's »Funny Games«, wo derselbe Regisseur im Abstand von nur zwei Jahren seinen Film Einstellung für Einstellung gleich noch einmal dreht.

Es ist derselbe Film mit anderen Schauspielern und doch nicht. Sicher, es ist ein Remake für den amerikanischen Markt und es spielt an der Ostküste und nicht in Österreich. Für sein amerikanisches Publikum braucht der Film alle Marker des Vertrauten, um ihnen erst Distanz zu entziehen, dann durch die naturalistische Charakterisierung der Opfer ihnen die einfache Sympathie von Hollywoodprotagonisten zu nehmen und dann dies dem Zuschauer als seine eigene Komplizenschaft vorzuführen. Aber dieser Dreischritt funktioniert eben auch auf im Bezug auf das Remake, eben durch die Tatsache, dass amerikanische Protagonisten notwendig sind, um überhaupt Empathie zu entwickeln. Gerade weil das Remake im filmischen Sinne überflüssig ist, provoziert es die Frage, warum es gemacht wurde. Und die Antwort ist derselbe Vorwurf, wie er im Film aufkommt, wenn die Einbrecher die vierte Wand des Films brechen. Vermutlich gibt es einen weiteren Effekt, wenn das Teilpublikum des »das Original ist besser« die deutschsprachige Version suchen und sich noch einmal exakt so ins Gesicht schlagen lassen. Oder eben nicht exakt so, denn sie wissen schon was kommt und schauen trotzdem weiter – etwas, was der Film sonst wohl eher selten erreicht.

Was ist die Zwischenbilanz für ein Interesse an Design? Dass die Inszenierung bedeutsam ist und einen Einfluss auf die Story hat, ist trivial. Aber auch wenn das folgende kaum weniger trivial ist, lohnt es sich doch festzuhalten: eine Inszenierung kann nicht verhindern, fundamental auf die Story Einfluss zu nehmen. Sie kann eine andere Inszenierung exakt wiederholen und doch ist es ein Eingriff, sie kann auf anderen Wegen versuchen, dasselbe zu

erreichen und ist damit nur dann erfolgreich, wenn sie beeinflusst, wie das Original erinnert wird.

Die stillschweigende Beobachtung, die dahinter steht, ist: es ist nicht möglich, ein Skript »originalgetreu« zur Geltung zu bringen. Insofern der Sinn eines Skripts darin besteht, es zu verfilmen, etwas damit zu machen, verliert seine Originalität und seine Autorität seinen Sinn jenseits von rein pragmatischen Kriterien für die Umstände der Produktion.

Für Design heißt das, dass eine White-Paper-Herangehensweise an Personas, wie sie vermutlich entsteht, wenn diesen eine fundamentale Rolle im Prozess eingeräumt wird und als Vorgabe früh implementiert wird, extrem zweifelhaft ist. Der typische Drehbuchschreiber bezahlt für seine Rolle am Anfang der Produktion mit der traditionellen Verbannung vom Dreh selbst. Je komplexer ein Design ist, desto sinnvoller ist es, die verschiedenen Implementierungen von Storyelementen oder Personas in den verschiedenen Kontexten des Komplexes als Remakes zu betrachten. Und damit fällt endgültig der Gedanke von der Erzählung als eines roten Fadens, der durch guten Schreibstil und sorgfältige Charakterisierung gewährleistet werden kann.

Das klingt übermäßig fatalistisch und ist wohl nicht zuletzt gefärbt von den Beispielen, die sich allesamt dafür interessierten, was in den Inszenierungen unweigerlich passiert. In manchen Beispielen wurde dies umarmt und als Gelegenheit ergriffen, aber in allen waren es Spielbälle der Umstände. Wie steht es also mit positiveren, im Sinne von souveräneren und fruchtbareren, Remakes?

Vielleicht gehören die fruchtbarsten Remakes gerade in die eingangs skizzierte Kategorie jener Filme, die sich auf Augenhöhe mit dem Original befinden. Bei dieser Augenhöhe geht es nicht so sehr um ein Geschmacksurteil, dass die Wertung eines Unentschieden für beide empor hält. Vielmehr reicht es, dass beide ein unterschiedliches Publikum erreichen oder für ihr jeweiliges Publikum recht zuverlässig erst der jeweils eine den Status eines Klassikers erreichen kann.

Die besten Beispiele für Remakes, so funktionieren, sind vielleicht die Western-Remakes von Kurosawa's Samurai-Epen. Die meisten Filmzuschauer kennen weder »Die glorreichen Sieben«, noch »Für eine handvoll Dollars« als Remakes obwohl bei innerhalb von nur wenigen Jahren auf das jeweilige japanische Original folgten. Genauso gibt es Zuschauer, deren Filmdiät auf Western verzichtet, aber keine Berührungsängste mit Kurosawa hat.

Das Interessante an diesen Fällen ist, wie unterschiedlich gerade bei »Seven Samurai« und den »Glorreichen Sieben« der Ton des Films ausfällt. Der Western steht noch stark in der John-Ford-Ära und die etwas zwielichtigen Hauptfiguren ist von Anfang an durchschaubar als letztendlich gutherzig. Der Film muss dies nicht extra verraten, es ist etwas, das der Zuschauer erwartet, weil er die Genre-Archetyphen kennt. Trotz dieser Genre-Verhaftung ist es kein Zufall, dass der Film auf einen Vorgänger zurückgreift. Der Western ist Anfang der 60er in einer Krise, das Genre hat sich so totgelaufen, wie es Superheldenfilme hoffentlich in den nächsten fünf Minuten tun werden. Die fremden Einflüsse von jenseits des Pazifiks wirken da wie ein Lebenselixir.

Es gibt jedoch Nebenwirkungen, die nicht auf der Packung stehen: die fremden Einflüsse gewinnen über einen Umweg ein Eigenleben, das den klassischen Western endgültig begräbt. Das zweite Remake eines Kurosawa-Films, Yojimbo, wird zum Vorreiter des Italo-Western, funktioniert frei von den Konventionen eines John Ford und findet weit mehr Übereinstimmung mit den Ton des Originals. Wovon es erzählt, ist je nach Sichtweise ein verändertes Verhältnis zu dem Mythos des alten Westens oder eine Entlarvung der Mythen der Gegenwart.

Auch wenn nichts davon in Kurosawa's Originalen vorgezeichnet wurde, waren sie doch prädestiniert für ihre Karriere als Material für Remakes. Kurosawa war seinerseits wie kein anderer Regisseur beeinflusst von den Western der 30er und 40er Jahre. Vor allem die Totalen und Panoramaaufnahmen mit den Hauptfiguren als kleine Flecken in der Landschaft sind in seiner Hand etwas Neues im japanischen Film. Aber sie funktionieren hier anders als im Western: es ist weniger das Versprechen des offenen Landes, in dem der Einzelne sich durchsetzt, sondern ein Bild der Verlorenheit und Isolation des wandernden, aus der Gesellschaft gefallenen Protagonisten. Nach dem kulturellen Umbruch nach 1945 setzt sich Kurosawa mittels amerikanischer Bildsprache mit den Mythen eines feudalen Japans auseinander und lässt offen, ob das Gefühl von Verlust das Resultat eines neu geprägten Blicks ist oder eine Demontage der Mythen und Vorbilder eines Ideals, das in die Katastrophe des Weltkriegs gemündet ist. Jeder seiner wandernden Samurai ist ein desertierter Kamikazepilot.

Was das Verhältnis der Originale und der Remakes so fruchtbar macht, ist wie ähnlich sie auf der Ebene der Story sind und wie ähnlich sie gewirkt haben, obwohl ihre Inszenierung so unterschiedlich ist. Natürlich war nicht wirklich vorhersehbar, dass drei Jahre, nachdem Yojimbo seine Ambivalenz zwischen eigenen Geschichten und fremden Einflüssen

verhandelt, die Zeit reif ist für eine ähnliche Betrachtung am Ursprungsort jener fremden Einflüsse, der sich selbst fremd zu werden beginnt. Vorhersehbar oder nicht, es ist das Interesse, Einflüsse zu verwinden, die bereits im Original etwas bereitstellen, was ein Remake wiederholen kann – und als solches wiederholen muss.

Als letztes Beispiel für eine fruchtbare Beziehung zwischen Original und Remake verdient Nosferatu eine Erwähnung. Es gibt viele Unterschiede zwischen Murnaus und Herzogs Filmen, aber die ›cineastische Hybris‹, ein Remake zu wagen, macht vor allem eines: sie lässt das Remake behaupten, einem Hauptdarsteller eine Bühne zu bieten, der wie aus der Zeit gefallen einen Alleinstellungsanspruch behaupten kann. Und selbst wenn man die Gemeinsamkeiten auf diesen einen Aspekt reduziert, befinden sich Schreck und Kinski in seiner leisesten Rolle auf Augenhöhe. Im Vergleich zu anderen expressionistischen Klassikern wie etwa Das Kabinett des Dr. Caligari beschränkt sich das Original zum großen Teil auf seinen Hauptdarsteller als das primäre Stilmittel und bietet damit eine offene Projektionsfläche, die zwar einen sehr hohen Standard vorgibt, aber gleichzeitig Platz für eine vollkommen eigene Darstellung einräumt.

Mein Interesse an Remakes war sich eingangs darin begründet, das Skript als gemeinsamen Nenner auszuklammern zu können. Dies war in keinem der Beispiele wirklich der Fall. Auch wenn in der Zwischenbilanz betont wurde, dass dies auch und gerade da unmöglich sei, wo ein Skript identisch behandelt wurde, habe ich das Skript abgeblendet, indem ich Verfilmungen stattdessen auf andere Filme bezogen habe. Ich muss zugeben, ich habe es nicht erfolgreich ausgeklammert.

Das ist jedoch nicht schlecht, im Gegenteil. Wie im ersten Kapitel hat sich gezeigt, dass die Story als Material im weiteren Sinne der Inszenierung und ihrer Bezüge unentrinnbar bleibt. Statt der Erzählung etwas entgegen zu stellen, habe ich sie umgedeutet, indem sie dort mitverhandelt wurde, wo ich sie nicht verdrängen konnte. Was bedeutet das nun für die eigentliche Stoßrichtung dieses Kapitels, sich im Kontext des Designs die Perspektive des Drehbuchschreibers abzugewöhnen? Es heißt, dass ich nicht nur beschreiben kann, was an dieser Perspektive problematisch ist, und zwar noch besser als in der Zwischenbilanz. Es heißt, dass ich sie auch durch etwas fruchtbareres ersetzen kann.

Das Problem mit dem Drehbuchautor als Paradigma für einen Erzähler im Designprozess ist seine Rolle als *Schreiber*, jemand der Geschichten schreibt und Erfahrungen vorschreibt.

Dieser Drehbuchschreiber, gedacht als Vorbild für den Designprozess, ist schon konfiguriert als jemand, der in diesen Prozess eingebettet ist: ein Filmschaffender, verstanden von einem Designerblick. Dieser Drehbuchschreiber entwickelt Figuren, so wie am Schreibtisch gegenüber Software entwickelt wird. Er verwendet sein Verständnis von Kultur, Kontext, Gesprächen und Herausforderungen, um eleganten Figurencode zu produzieren, der nahtlos mit dem Rest interfaced.

Ein solcher Entwickler oder Schreiber hat einem Designprozess nichts hinzuzufügen. Selbst wenn er in der Position ist, seinen Arbeitsbereich als Fundament zu behaupten und sich alle anderen Bereiche unterzuordnen, produziert er immer noch Bausteine von einer Art, die auf alle anderen zugeschnitten ist.

Was es braucht, ist ein *Leser*, der in der Lage ist, die Erzählungen und Sinnverschiebungen zu diagnostizieren, die unweigerlich dort auftreten, wo überhaupt nicht explizit daran gedacht wird, wo Zusammenhänge und Strukturen den Ton einer möglichen Geschichte so bestimmen, dass die Geschichte davon nie trennbar gewesen sein wird, sobald ein Rezipient oder Nutzer mit ihr in Kontakt kommt. Der Erzähler als Leser versteht ein Produkt oder ein Design als Inszenierung, ob sie sich auf vorherige Produkte oder Designs bezieht oder auf eine konzipierte Erzählung. Er versteht, dass kein Aspekt des Designs anders kann, als Teil einer Geschichte zu werden und übernimmt Verantwortung dafür. Damit diese Geschichte ein Ganzes ergeben kann, liest er die verschiedenen Aspekte auf mögliche gemeinsame Spuren hin und arbeitet mögliche Kriterien des Passens heraus, auf die die Aspekte bereits hinarbeiten, ohne sie zu bedenken. Dies muss möglichst früh beginnen, solange die Dinge noch formbar sind, aber es kommt ihnen nicht vorweg.

Ein solcher Erzähler als Leser macht mehr als zur eine Diagnose zu stellen oder zwischen gegebenen Wegen zu entscheiden. Lesen ist aktiv, schreibt Sinn ein in Folgen von Dingen, die nicht anders können, als zu Zeichen zu werden. Wenn er selbst schreibt, wie der Drehbuchschreiber, dann versteht er dies als das Bindeglied, den narrativen Übergang, der zusammen mit den anderen Aspekten erst eine Erzählung bietet und der gerade nicht für sich funktioniert. Er ist in der Lage, für seine eigenen Beiträge zugleich ein ebenso guter und unparteiischer *Leser* zu sein, wie für alle anderen Aspekte des Designs, weil er versteht, dass in der Ton, die Stimme oder der Stil das Produkt zum sprechen bringen, auch und besonders da, wo eine Geschichte erzählt wird.

3. DIE PRODUKTION – WER LIEST DENN SO WAS?

In dem Versuch, die Rolle des Skripts an ihren Platz zu verweisen, habe ich sie so schwach wie möglich werden lassen. Dies zielte primär auf die fundamentale Rolle oder die Primärfunktion des Skripts für Filme und sollte zeigen, wie reichhaltig sich Filme unabhängig von einer Story lesen lassen, indem man die Aspekte in den Mittelpunkt stellt, die im Skript selbst nicht vorkommen.

Aber diese Anstrengungen wurden erkaufte durch eine Ignoranz gegenüber der positiven Funktion des Skripts für Film und Filmproduktion. Was genau ist diese Funktion und was soll das Interesse an ihr? Kaum ein Zuschauer bekommt sie zu Gesicht, unsere Filmkultur kennt nicht das Äquivalent des Hörers klassischer Musik, der begleitend die Partitur einer Symphonie verfolgt. Sicher mag ein Filmzuschauer zu dem Urteil gelangen, ein Film sei schlecht, und dies schon an einem Drehbuch festmachen. Aber er verweist damit immer das Drehbuch als ein Problem der Produktion.

Egal wie stark man das Skript in den Mittelpunkt stellt, man tut dies wohl immer für die Produktion und nicht für die Rezeption des Films. Im Kontext des Artikels von Sarah Dooody, der an der User Experience eines Endnutzers interessiert sein will, ist dies überraschend. Der Filmzuschauer, der einen Film aufgrund eines Drehbuchs kritisiert, ist allzu oft jemand, dem es an einem Repertoire oder einer Sprache mangelt, um die narrative Funktion von Bildern so zu beschreiben, wie die von Handlung, Rede oder Text. Wann immer jemand kritisiert, dass etwas in einer Erzählung widersprüchlich war oder keinen Sinn ergeben hat, beschreibt er stillschweigend, dass er an einem unbestimmten Punkt das Vertrauen in die Erzählung verloren hat.

Es ist immer möglich, diesen Widerspruch als Teil der Erzählung zu lesen; der Unterschied zwischen einem Charakter, der widersprüchlich gezeichnet wurde und einem widersprüchlichen Charakter als solchen liegt im Ton der Erzählung und in den impliziten Spielregeln, die ein Stil des Erzählens etabliert und auf den man sich einlässt oder nicht. Jedes Urteil über ein ungesehenes Skript, das diesen Unterschied überspringt, ist unmündig im Sinne eines Mangels an Lesekompetenz des Mediums Film.

Um ernsthaft nach der Rolle des Skripts zu fragen, muss man sich also den Situationen widmen, in denen es tatsächlich als solches eine Rolle spielt. Dort, wo es wirklich gelesen wird, wo es die Hände wechselt, wo darauf Bezug genommen wird. Und dies verweist immer weg

vom Zuschauer wie von dessen unterstellten Analogon, dem Endnutzer des Produkts und hin auf die Produktion selbst.

Ich versuche, das Thema der Basis und des Fundaments hinter mir zu lassen, wenn ich Sarah Doody lese und sie schreibt: »The screenplay is the basis of the entire production. It's what actors use to help in their decision process about whether or not to accept a role. It's what composers use to help guide them as they develop the score. It's what the cinematographers use to outline the shots.«

Die Vorstellung, die hier nahegelegt wird, ist die des Skripts als der Blaupause eines Films, die dann von den verschiedenen Beteiligten einer Filmproduktion ausgefüllt und mit Leben gefüllt wird: ein einsamer Schreiberling bringt ein Drehbuch zu Papier und dies findet am Ende in Gestalt des Films seinen Weg zum Zuschauer.

Kein Film beginnt mit dem Drehbuch. Die meisten Filme beginnen mit einem Konzept, welches so simpel sein kann wie: »Superheldenfilme gehen im Moment gut, für welche Figur haben wir noch die Rechte in der Schublade?« Ein Drehbuch wird dann in Auftrag gegeben, sei es als Ausschreibung oder direkt an einen Autor. Das Zielpublikum, die Altersfreigabe, die ähnlichen Filme, von denen man sich absetzen muss und oft genug bereits ein Hauptdarsteller gehören zu der Liste von Anforderungen, die der ersten Zeile eines Drehbuchs oft vorausgehen.

Sicher gibt es auch den Drehbuchautor, der in Personalunion ein Skript schreibt und dann damit hausieren geht, um einen Produzenten zu finden, der sich ihm annimmt. Aber die Autoren, deren Filme auf diese Art nicht nur im Aktenschrank verschwinden, sind selten und haben meist bereits schon einen Namen oder gute Verbindungen. Mit anderen Worten: ihre Arbeit ist kein Nullpunkt, sondern schon immer in die Spielregeln der Produktion eingebettet.

Der Grund dafür liegt sicher in der Risikoaversion der Produktionsgesellschaften. Aber ganz willkürlich ist dies nicht: denn ein Skript hat keinen Wert an sich, es ist ein Werkzeug, ein Mittel zum Zweck für einen potentiellen Film und ohne einen klaren Verwendungskontext ist ein Werkzeug nicht von Gerümpel zu unterscheiden. Sicher mag man sich wünschen, so manches verkaufte Skript hätte die Gelegenheit bekommen, nicht verkauft zu werden und stattdessen die Aufmerksamkeit bekommen, seinen Verwendungskontext selbst bestimmen zu können, um etwas wirklich neues zu bieten. Aber auch dieser Wunsch ist etwas

anderes als die Idee, ein gutes Skript solle für sich selbst stehen, eine innere Qualität solle sich durchsetzen.

Genau wie der Artikel den isolierten Drehbuchautor zum Paradigma nennt, denkt er bei den Schauspielern im obigen Zitat an eine sehr spezielle Gruppe, die ein Drehbuch für die Rollenwahl nutzen. Selbst diese Gruppe bekommt normalerweise ein Drehbuch von ihren Agenten über den weiteren Umweg eines Produzenten in die Hände. Das Drehbuch ist an diesem Punkt bereits »in development« und der Schauspieler entscheidet sich nie nur für ein Drehbuch, sondern damit meist schon für die Zusammenarbeit mit einem Regisseur, für eine besondere Rolle (Hauptrolle trotz schlechtem Skript etc.) und anderes mehr. Mit dem Drehbuchautor trifft dieser Schauspieler dann zusammen, wenn er in der Position ist, Sonderwünsche an den Autor zu stellen.

Die meisten Schauspieler haben diesen allerdings Luxus nicht. Sie bekommen das Drehbuch erst sehr spät zu Gesicht, oft genug auch nur die Seiten für die Szenen, in denen ihre Nebenrolle vor der Kamera gefragt ist. Sie antworten auf ein Casting für eine umschriebene Rolle. Im großen Ganzen ist die Funktion des Skripts aber dieselbe: es hilft, sich auf einen Film vorzubereiten, der als grobes Konzept außerhalb des Skripts bereits Gestalt annimmt. Wenn Schauspieler mit dem Skript in der Hand zusammensitzen und ein »line reading« veranstalten, dann nutzen sie das Skript als ein Werkzeug, um das Skript zusammen mit ihren eigenen Erwartungen daraufhin zu prüfen, wie es zu dem Konzept passt, das gerade Gestalt annimmt: sie üben nicht, um Wochen oder Monate vor dem Dreh ihre Zeilen auswendig zu lernen.

Der im Artikel genannte Komponist arbeitet selten mit dem Drehbuch, er braucht einen Rohschnitt des Films, um mit den Zeitintervallen der Szenen arbeiten zu können. Sicher mag es sein, dass er sich bereits vorher einen Eindruck von der Stimmung des Films verschafft und musikalische Themen konzipiert, die verschiedene Charaktere begleiten sollen. Aber seine eigentliche Arbeit findet während der Post-Production statt.

So wie Sarah Doody es sich vorstellt, benutzt ein Kameramann das Skript, um seine Einstellungen vorzubereiten. Natürlich kennt ein Kameramann das Skript, aber meist geht das Skript vorher durch die Hände eines Storyboard-Artists. Dessen Aufgabe ist es nicht so sehr, für den Kameramann vorzuarbeiten, sondern für das Setdesign und für die Schauspieler, die sich auf ein Set vorbereiten können, bevor sie es zu Gesicht bekommen. Zusammen mit dem Regisseur wird im Storyboard durchaus schon vorgezeichnet, wann Closeups und Einstel-

lungswechsel erwartet werden. Aber für die bewegte Kamera sind das nur grobe Stichpunkte, die das Skript auf etwas wie die zwei oder drei Stichpunkte in Keynote reduzieren, also das, was für Doody gerade kein Skript ist.

Eine signifikante Verwendung des Skripts wird in dem obigen Zitat unterschlagen und taucht an anderer Stelle nur indirekt auf. Dies ist die Rolle des Skripts für die Post-Production, also die Arbeit mit dem Filmmaterial und den Tonspuren im Schnittraum. An diesem Punkt, zeitlich so weit wie kein anderer vom Schreiben des Drehbuchs entfernt, ist es unentbehrlich, um die Berge von Material zu sichten und zu ordnen. Hier erfüllt es wirklich in gewisser Weise die Funktion eines roten Fadens, allerdings nur für Material, das sich schon vom Skript emanzipiert hat und Tatsachen geschaffen hat: was nicht so da ist wie im Skript, kann nicht dem Skript gemäß zusammengesetzt werden.

Als den indirekten Verweis auf die Post-Production lässt sich lesen, was im Artikel als Zitat herangezogen wird: das Motto »The most important thing is the story; not the script, but the story«. Die Bedeutung bleibt im Kontext des Artikels so obskur wie der Sinn, damit gerade das Skript stark machen zu wollen. Aber das Motto lässt sich lesen als Bezug auf die bekannte Unterscheidung von »Story« und »Plot«. Danach meint Plot die Folge der Ereignisse *des* Films, wie sie sich der Zuschauer zusammensetzt, um der Handlung folgen zu können. Story bezeichnet dagegen die Ereignisse *im* Film, wie sie in ihrer Folge gezeigt werden, also erst ein Vorgriff, dann die Haupthandlung, dann eingeschoben eine Erinnerungssequenz und dann vielleicht eine Wiederholung des Vorgriffs aus anderer Perspektive vor dem Klimax. Es stimmt natürlich: die erzählerische Funktion der Story ist viel bedeutsamer als der Plot. Der simpelste Plot kann spannend werden durch die Sequenzen, in die er aufgeteilt wird – kaum ein Beispiel ist hier besser als Pulp Fiction. Aber die Story in diesem Sinne entsteht erst wirklich während der Post-Production, wo abschätzbar wird, welche Bilder wie im Zusammenspiel wirken. Sicher ist dies oft schon im Drehbuch vorgezeichnet, aber es kann immer neu auseinandergeschnitten und neu zusammengesetzt werden.

Dies ist mehr als nur ein Fall, wo in der Post-Production ein Drehbuch durch ein Rearrangement »umgeschrieben« wird. Denn dasselbe geschieht in jeder einzelnen Szene. Während eines einzelnen Monologs finden normalerweise eine Reihe von Schnitten statt wie etwa zum klassischen »reaction shot« einer zuhörenden Figur und zurück. Was in der Post-Production mit dem Skript passiert, wenn das Skript zumindest teilweise nur noch roter Faden für den Plot und nicht die Story wird, das geschieht bereits in unendlich vielen Miniaturen

während des gesamten Drehs. Es ist keine künstliche Intervention, kein Einspruch gegen die Autorität des Drehbuchs, sondern ein fruchtbarer Umgang damit.

In all den beschriebenen Zusammenhängen erscheinen die Schauspieler während des »line-readings« oder während sie ihre Zeilen vor dem »take« lernen noch als die direktesten Rezipienten oder Leser des Skripts während der Produktion als solcher. Um als Zwischenbilanz etwas konstruktiveres vorweisen zu können als den wiederholten Hinweis darauf, wie sinnlos oder zumindest vage die Frage nach der Bedeutung des Skripts für den Zuschauer oder Nutzer ist, könnte man fragen: was passiert, wenn ich an der Bedeutung des Skripts festhalte und dann den Schauspieler statt dem Zuschauer zum paradigmatischen Analogon des Endnutzers eines Designs oder Produkts verstehe?

Der Schauspieler macht etwas mit dem Skript, es gibt ihm die Gelegenheit, im Mittelpunkt zu stehen. Das Skript integriert den Schauspieler in eine Erzählung und sorgt gleichzeitig dafür, dass eine Bühne bereitsteht, wo diese Erzählung Sinn ergibt (das Set). Indem das Skript einen Einfluss auf den Schauspieler wie auch auf die Umgebung ausübt, wird es für den Schauspieler nützlich. Weil es die Rahmenbedingungen mitbestimmt dafür, was nützlich ist, kann es einen Einfluss darauf ausüben, wie es genutzt wird. Während des Drehs setzt sich der Schauspieler nicht mehr mit dem Drehbuch auseinander, sondern allerhöchstens damit, wie sein Text zu dem jeweiligen Set und der Szene passt: er verhandelt nicht mehr die Grundlage, sondern stimmt sich mit Faktoren ab, die zusammen mit seinem Text von dieser Grundlage vorgegeben wurden.

Der Schauspieler ist natürlich in einem viel höheren Maße aktiv als der Filmzuschauer, dem vorherigen Analogon des Endnutzers. Aber dies ist eine Aktivität, die auf Kosten einer Distanz zum Skript geht. Er reagiert nicht auf eine Persona, er wird eingeladen, diese Persona zu sein. Worauf er reagiert, ist der Charakter der Produktion als ganzer. Seine Aktivität ist nicht beliebig, eben weil sie wesentlich in einen Kontext eingebettet ist und ihren Zweck nicht äußerlich an diesen Kontext heranträgt: der Nutzer als Schauspieler eines Films, der das Skript zum Leben erweckt, ist der wesentlich interaktive Nutzer.

Aber wer ist das der Zuschauer, wofür ist er dann das Analogon? Während des Filmdrehs hat man das zukünftige Publikum natürlich zumindest implizit im Hinterkopf. Selbst wenn ein Schauspieler ganz in einer Szene aufgeht, tut er das so, dass er nicht vor der Kamera verdeckt ist und wenn er als »method-actor« tatsächlich alles um sich herum vergessen sollte,

dann weil er den Gedanken an den Zuschauer an seinen Regisseur vertrauensvoll abtreten kann.

Im Bild des Nutzers als Schauspieler, als »main actor«, ist der Zuschauer der projizierte Kontext für seine Entscheidungen: die erwartete Zustimmung einer »peer group«, das erhoffte Prestige oder das Gefühl des Erfolgs, wenn der »take« gelungen ist. Der Zuschauer ist oft genug eine soziale Funktion, kann aber auch für einen mehr oder minder personifizierten Zweckzusammenhang stehen: der Nutzer imaginiert sich selbst in einer von Erfolg oder Zufriedenheit geprägten Situation nach der Nutzung und ist das zustimmende Gegenüber seines zukünftigen selbst.

Aber hilft dies wirklich, dem Artikel etwas entgegenzusetzen? Es ging dort ja nicht um ein Analogon des Nutzers, sei es als Zuschauer oder als Schauspieler. Es ging um die Rolle des Designer als die eines Drehbuchautors. Zu einer Umdeutung des Nutzers bin ich nur gelangt, weil der Fokus auf das Skript eine Konzentration auf die Produktion selbst erzwungen hat. Was bedeutet das für die Rolle des Designer in diesem Bild?

Zu allererst bedeutet es, dass ich den Drehbuchautor genauso als Analogon für den Designer verwerfen muss, wie ich es für den Nutzer getan habe. Wenn ich wieder in irgendeinem Sinne am Bild des Skripts oder der Erzählung festhalten will, muss ich wieder auf die Produktion blicken. Und dort hat der Drehbuchautor typischerweise Hausverbot, weil seine allzu natürliche Neigung, alles an seinem Original zu messen, katastrophal unnütz ist. Er bekommt das, was aus seinem Skript geworden ist, typischerweise als Zuschauer bei der Premiere zu sehen. Ist dies wirklich das Vorbild für den Experience Designer, welches etabliert werden soll? Und ist dies nicht eine umso destruktivere Analogie, wenn der Nutzer als Schauspieler gedacht wird, dessen Engagement an diesem Punkt immer schon gelaufen ist? Ich weiß nicht, ob dieses triste Bild die gegenwärtige Situation beschreibt, aber als Ideal oder Ambition taugt es wenig.

4. DIE KAMERA – LIGHTS, CAMERA, ACTION

Die Rolle dieses Designers zu beschreiben, ist offensichtlich schwierig. Der gesamte Artikel von Sarah Doody und die Diskussion, auf die sie Bezug nimmt, arbeiten sich ja gerade daran ab. Vielleicht ist es nützlicher, nach den Gründen und nach Analogien für diese Schwierigkeit zu fahnden, anstatt vorschnell und grob eine griffige Rolle zu fordern. Der Fokus auf den Drehbuchautor zeigt, wie dies nach hinten losgehen kann.

Im Zusammenhang des Films ist die Rolle, die vielleicht am schwierigsten zu beschreiben ist, die der Kamera oder des Kameramanns. Früher als »camera operator« mit dem Titel eines Handwerkers bezeichnet, wurde in der Ära des Regisseurs als Autor die Betätigung der Kamera zumindest der öffentlichen Vorstellung nach zu einem Teil der Arbeit des Regisseurs. In Hollywood führte das sogar dazu, dass die Gewerkschaft der Filmschaffenden durchsetzte, dass ein Kameramann engagiert und aufgelistet werden musste, selbst wenn ein Regisseur dessen Arbeit wirklich selbst übernahm. Auch wenn es keinen Film ohne Kamera gibt, genoss der Kameramann alles andere als die Anerkennung einer fundamentalen Rolle in der Produktion. Der Titel des »cinematographer« klingt sicher bedeutender, ist aber letztendlich auf das Wiedererstarken der Produzentenrolle zurückzuführen. Der Kameramann als cinematographer ist dann ein Manager von Kamerafahrten und Equipment, ein Logistiker für Beleuchtung und Technik.

Ein Grund für diese weit verbreitete Einschätzung liegt sicher in der Unsichtbarkeit der Arbeit. Gute Kameraarbeit bringt meist etwas zur Geltung, ohne sich selbst aufzudrängen. Wenn im vorherigen Kapitel beschrieben wurde, wie schnell die Kritik an einem Film auf das Drehbuch zurückgeführt, dann trifft dies umgekehrt genauso auf die Kameraführung zu: ohne das Vokabular und den Blick für diesen Aspekt wird es so wenig honoriert wie in die Pflicht genommen, wenn hier etwas schief läuft.

Es gibt aber noch einen anderen, etwas tiefer liegenden Grund. Wenn nur wenige Zuschauer visuelle Codes bewusst lesen und artikulieren können, bedeutet dies nicht, dass sie keinen Sinn oder Nutzen daraus ziehen. Sie gehen lediglich davon aus, dass der passende Umgang mit diesem unbewussten oder zumindest nicht aktiv verhandelten Eindrücken einfach so sein müsse. Dies geht auf ein stillschweigendes Paradigma von Sehen als reiner Affektion zurück, welches für die Kamera bedeutet: sie wird zu einem Apparat, der einfach nur Bilder einfängt. Die Arbeit des Kameramanns wird in das hineingelesen, was vor seiner Linse

stattfindet. Das Wechselspiel von Schauspielkunst und der Kunst, sie zur Geltung zu bringen wird immer schon übergangen auf die Performance als solche. In diesem Paradigma ist die Kamera passiv und ihr Zweck besteht lediglich darin, das aufzuzeichnen und an den zukünftigen Zuschauer zu vermitteln, was vor ihrer Linse für sie auf dem Set produziert wird. Aber ist es wirklich so einfach? Wenn ich dieses Paradigma identifizieren kann, dann kann ja auch ein anderes gedacht werden. Welchen Sinn hat es, hier einerseits eine fundamentale Schwierigkeit zu sehen und zugleich eine Lösung zu behaupten, als wäre noch niemand bisher darauf gekommen?

Die Schwierigkeit besteht darin, genau zu fassen, was die Rolle der Kamera im Film wirklich ist. Sie ist nicht rein passiv, nun gut. Sicher kann ich das Paradigma umkehren und die Kameraarbeit ausrufen als eine im hohen Maße aktive Tätigkeit, die etwas mit den Bildern macht, welche ihr geboten werden. Die durch den Bildausschnitt, den Fokus, die Fahrten und Winkel eine Vielzahl von sinnschöpfenden Entscheidungen ins Spiel bringt. Und ich kann auf den Autoren-Regisseur als Kameramann verweisen als einen Fall, indem die Arbeit an der Kamera gerade aus den Händen des »Operators« genommen wird, weil jeder Kameramann in seiner Rolle mit dem Regisseur konkurriert oder doch eng zusammen mit ihm Entscheidungen trifft.

Aber auch diese aktive Paradigma der Kamera greift zu kurz, denn es beschreibt die Kamera immer noch als etwas, das von außen hinzukommt und etwas mit dem Material macht. Wenn ich das Paradigma des passiven Blicks angreifen will, muss ich auch das Ideal der Kamera als einer unsichtbaren, zurückhaltenden Funktion in Frage stellen. Das bedeutet nicht, das Loblied einer selbstverliebten Kameraarbeit zu singen, die unaufhörlich die Aufmerksamkeit auf sich zieht. Es bedeutet, Worte für die Präsenz der Kamera als »Charakter« im Film selbst zu finden.

Es gibt zwei sehr bekannte Fälle oder Stilmittel, in denen die Kamera eine Rolle im Film spielt, so wie die Schauspieler eine Rolle spielen. Der erste ist der Fall der »diegetischen Kamera«, also der Kamera, die in der Welt der Filmhandlung existiert. Seit »Blair Witch Project« gibt es das Genre des »found-footage movie«, der exklusiv auf diese Art gefilmt ist. Die wackelnde Kamera vermittelt hier die Hektik der Figur hinter der Kamera und wenn sie auf den Boden gerichtet wird, muss man nicht davon ausgehen, dass dieses Bild selbst etwas erzählt; gerade die scheinbare Kontingenz des Ausschnitts kommuniziert, dass etwas passiert, was die Figuren vergessen lässt, dass sie sich um die Kamera zu kümmern haben.

Aber natürlich war das Stilmittel natürlich gut etabliert, bevor dieses Genre funktionieren konnte. Cassavette's »Peeping Tom« ist vielleicht eines der berühmtesten früheren Beispiele für dieses Stilmittel: hier macht eine diegetische Kamera den Zuschauer gewissermaßen zum Komplizen eines mordenden Voyeurs mit seiner Kamera. Hier sind es nicht der »naturalistische Diletantismus«, über den die diegetische Kamera funktioniert, sondern die Bedeutung von kalter, methodischer Sorgfalt, welche eine eher herkömmliche Kameraarbeit gewinnt, indem sie in die Hände des Mörders gelegt wird.

Der andere bekannte Fall einer Kamera als Charakter ist der »point-of-view shot«. Hier imitiert die Kamera exakt die Perspektive einer Figur, indem ihre Schwenkbewegungen die Bewegungen des Kopfes nachempfinden und die Kamerafahrt die Schrittgeschwindigkeit beschreibt. Es gibt nur wenige Filme, die ausschließlich so gefilmt wurden, aber als Stilmittel, um die Identität der so beschriebenen Figur zu verhüllen oder um zu suggerieren, dass eine andere Figur von jemandem beobachtet wird, den sie so ignoriert, wie der Schauspieler der Figur die Kamera ignoriert, ist diese Technik sehr verbreitet.

Egal wie verbreitet oder bekannt diese beiden Stilmittel auch sein mögen, man kann sie als avantgardistische Ausnahmen verstehen. Sie funktionieren dann nur deshalb in einem eher herkömmlich erzählten Film, eben weil sie als Konventionen so vertraut sind. Sie reichen nicht aus, um die Rolle der Kamera im Film selbst zu beschreiben. Aber die Tatsache, dass diese Fälle möglich ist, fordert die Gegenfrage: was muss oder darf eine Kamera tun, um neutral zu bleiben?

Die Antwort ist dieselbe wie die auf die Frage, was eine Verfilmung tun kann, um ihr Drehbuch für sich sprechen zu lassen. Es ist dieselbe wie auf die Frage, wie ein Remake sich ebenbürtig und unabhängig vom Original auf dieselbe Quelle beziehen kann.

Die Antwort ist: es ist nicht möglich, eine Kamera kann nicht anders, als Partei zu ergreifen und, wenn man so will, »unsichtbar mit vor der Kamera zu stehen«. Man kann nicht verhindern, in die Erzählung einzugreifen und zu einer Stimme darin zu werden, genau so wenig wie die Erzählung Material ist, welches aufgezeichnet wird, produziert die Kamera Material aus einer Erzählung, die ihr dargeboten wird. Die Erzählung ist das, was in der Kollaboration der verschiedenen Aufgaben Gestalt annimmt.

Man denke an Jack Bauer in »24«, wie er wieder einmal pflichtschuldig jemanden foltert. Die Person ist auf einen Stuhl gefesselt, die Hauptfigur geht um ihn herum, beugt sich vor, geht zu einem Tisch mit Folterwerkzeugen und so weiter. Eine Kamera, die die Hauptfigur durch

eine Kreisfahrt begleitet, legt die Aufmerksamkeit auf die aktive Figur, den Folterer. Aus der Szene wird eine Actionszene, egal wie reißerisch sie gefilmt ist oder nicht. Eine Kamera deren Kreisfahrt nicht der Hauptfigur folgt, sondern im entgegen gesetzten Uhrzeigersinn kreist wie die Figur, suggeriert vielleicht den Schwindel oder den Kontrollverlust des Opfers. Aber die Bewegung der Kamera macht dies zu einem Resultat der Bewegung der Hauptfigur, zum Erfolg seiner Anstrengung, das Opfer zu brechen. Die Kamera beschreibt nicht Empathie, sondern die Erwartung des Täters, seinen Einfluss gelten gemacht zu haben.

Kontrastieren könnte man diese Kamera mit jener in Pasolinis »Saló«, wo sie so statisch bleibt wie die Opfer des Regimes, denen immer ein fester Platz zugewiesen wird. Aber diese Kamera macht mehr, sie bietet keine Totale, keine größtmögliche Distanz, sondern bleibt in der Halbtotale, auf der Schwelle zum Close-up, mit dem sie immer droht. Die Einstellungen sind oft gerahmt durch Türen oder Durchgänge, so das der Blick tatsächlich von einer Schwelle aus auf das Geschehen blickt. Näher wäre unerträglich, aber den Zuschauern wird auch nicht die Absolution erteilt, eine Position in sicherer Distanz einzunehmen. Die Kamera entwürdigt die Opfer nicht zusätzlich, aber sie ist nah genug, um intervenieren zu können und sei es nur, wegzuschwenken, abzublenden. Aber sie bleibt da und registriert passiv, mitschuldig durch wissendes Dulden, gelähmt durch die Angst, hineingezogen zu werden. Diese extremen Fälle beschreiben die Komplizenschaft der Kamera und damit auch des Zuschauers, dessen Blick den Raum des Kinos vergisst und sich von der Leinwand verführen lässt. Komplizenschaft beschreibt zwei Pole, zwischen denen die Kamera ein weites Feld der Parteilichkeit besetzen kann. Von der Figur während einer Party, auf der die Kamera mehr ruht als auf anderen, zur Konzentration auf den schießenden Actionhelden auf Kosten dessen, was seine Kugeln anrichten ergreift die Kamera immer Partei, und sei es nur durch eine Ökonomie der Aufmerksamkeit.

All dies ist immer mit im Bild. Der Zuschauer, für den die Bilder bestimmt sind, schaut durch die Kamera auf das Geschehen blickt und nicht auf die Bilder, auf den projizierten Schirm selbst. Deshalb kommt die Kamera nicht von außen zu dem Geschehen hinzu, erzählt nicht über das Dargestellte, kommentiert es nicht, sondern erzählt mit ihm, nimmt allerhöchstens die distanzierte Rolle des Kommentator innerhalb der Erzählung ein.

Die Schwierigkeit, die Rolle der Kamera zu beschreiben, ist also ihre doppelte Funktion, bereits angedeutet in der absurden Formulierung: sie steht selbst auch unsichtbar vor der Kamera. Sie filmt sich gewissermaßen selbst dabei, wie sie aufzeichnet, was ihr dargeboten

wird. Wenn sie es dabei vermeidet, die Aufmerksamkeit auf sich zu ziehen, begünstigt sie eben jene Perspektive, die sich nicht bewusst mit der Sprache oder dem Sinn der Bildproduktion auseinandersetzt. Aber vielleicht ist diese Zuschauerhaltung nicht einfach unmündig, sondern höchst konstruktiv: wenn es nicht möglich ist, die doppelte Funktion der Kamera zu entwirren, dann kann es fruchtbar sein, dieses Spiel als solches mitzuspielen, anstatt es auseinanderzunehmen. Allzu oft beschränken sich Analysen von Kameraarbeit auf den Aspekt der Inszenierung, auf den Blick eines Regisseurs, der ein Geschehen nachträglich sinnhaft in Szene setzt.

Was hat das Bild des Kameramanns als Erzähler, der zugleich Teil seiner Erzählung ist, nun zu bieten? Zumindest dient es als Fallbeispiel dafür, wie man der Schwierigkeit einer Rolle in einem kollaborativen Prozess fruchtbar nachgehen kann, wenn diese Schwierigkeit ernst nimmt und nicht als etwas, das einfach noch nicht seinen Platz, seinen griffigen Titel gefunden hat.

Und natürlich ist es verführerisch, einfach einen Schritt weiter zu machen, einen Sprung in die Behauptung, der »cinematographer« eigne sich als genau das Vorbild für Experience Design, wo der »screen writer« versagt. Es ist ein Sprung, da die Hinwendung zur Kamera zunächst nur dadurch motiviert war, die Schwierigkeiten der Beschreibung selbst zu erkunden. Aber nicht jede schwierige Rolle ist identisch mit einer anderen.

Mit anderen Worten: eine so energische Analogie droht, ihre Grenzen zu vergessen. Und keine Analogie ist fruchtbar, wenn sie perfekt ist – dies hätte nur noch die Form einer Tautologie. Eine fruchtbare Analogie rückt eine Schnittmenge beider Seiten in den Mittelpunkt, erklärt diese für relevant und lässt so manche Aspekte deutlicher werden, während andere abgeblendet werden. Dies ist nicht als Mangel zu verstehen, sondern als notwendige Funktion einer Analogie, wie einer Metapher.

Mit dieser Einschränkung schlage ich tatsächlich vor, etwas weniger energisch zu behaupten: Experience Design lässt sich denken wie »cinematography«. Unter der Bedingung, dass der Nutzer dann als »main actor« gedacht wird und der Designprozess als etwas, was in einer nie endenden Produktion stattfindet, die noch während der Endnutzung läuft und die begonnen hat, bevor das Drehbuch geschrieben wurde. In diesem Prozess fängt die Kamera all das ein, was von sich aus nicht anders kann, als zur Erzählung beizutragen und nimmt inmitten dessen eine engagierte Position ein, die dem Eigenen hinzufügt, eine zusätzliche

Stimme zwischen einer vorgegebenen Erzählung und der vielstimmigen Gestalt, die sie immer erst annimmt.

In diesem Sinne möchte ich der Autorin des Artikels zurufen: don't try to be a screenwriter, be a cinematographer. Be the invisible guy who gets conflated with the director, but who determines not only the style and tone of the film itself, but who tells the story of the character with the most screentime: the camera itself, which is as much a character and actor as it is the voice of the film.

LOOK OUT: FRAGEN

1. AN UND FÜR: MICH!

Inszenierte Inszenierung I

Könnte man den Blick auf die Inszenierung an und in sich als das Neue der Perspektive des Experience Designers bezeichnen und damit vom Blick auf Strukturen (Informationsarchitektur), Interaktionen (Interaction Designer) und Inhalte (Content Strategist) abheben? Wäre das ein brauchbares und leicht vermittelbares Etikett für die Arbeit des Experience Designers und damit eine hilfreiche Rhetorik?

Ich weiß nicht, wie viele Ostereier du in der Formulierung »Blick auf die Inszenierung an und in sich« versteckt hast. Aber eines ist klar: die Ostereier-Dichte (»o«) ist invers proportional zu der Leichtigkeit der Vermittelbarkeit als Etikett (»je«). Natürlich kann ich ahnen, dass in dem an und für sich mehr oder weniger explizit Sartre im Hintergrund schießt oder zumindest eine Kaffee mit Schuss trinkt.

Was ich in die Formulierung im Folgenden hinein und aus ihr wieder hinaus lese, versucht das aber nicht nachzuzeichnen. Ich will lieber schauen, wie belegt (oder belegbar) diese Formulierung ist. Ich erreiche also mein Ziel, wenn ich schon mit einer minimalen Abweichung signifikant an dem vorbeischieße, was du meintest. In diesem Sinne also zwei kurze Antworten:

1) Die Antwort ist »Ja«, wenn man an und in sich ernst nimmt als Hinweis auf eine doppelte Bedeutung – also einmal die Inszenierung an sich und einmal die Inszenierung für sich. Der Blick auf die Inszenierung für sich bedeutet dann: wir erklären es für pragmatisch sinnvoll, innerhalb eines Prozesses, der von vielen verschiedenen Aspekten und Perspektiven geprägt ist, die Perspektive: Inszenierung in den Mittelpunkt zu stellen. Die Begründung dafür ist allerdings nicht, dass sie wichtiger oder grundlegender sei als die anderen. Vielmehr empfiehlt sich diese Zentrierung dadurch, dass gerade durch die Konzentration auf die Inszenierung darin die anderen Aspekte zu ihrem Recht kommen: die Inszenierung findet sie an sich wie-

der, indem sie die Bühne und die Scheinwerfer bietet, um sie zur Geltung zu bringen.

Die Inszenierung ist einerseits selbst nichts und deshalb kann sie es sich leisten, eine Sonderrolle zu beanspruchen, ohne ein Ungleichgewicht zu schaffen: in einem Prozess, der verschiedene Perspektiven in ihrem Recht lassen muss, kann eine davon nicht für sich arbeiten oder arbeiten lassen, wenn sie etwas eigenes hinzuzufügen hat. Andererseits macht die Inszenierung immer etwas mit dem, was sie auf die Bühne bringt, sie stellt es in einem Licht dar, das es vorher nicht kannte. Das ist der produktive Aspekt des Interesses der Inszenierung an sich. Der Versuch, ein möglichst gerechtes, gleich verteiltes Interesse an den verschiedenen Perspektiven zu wahren, lässt sie selbst im Idealfall nur nebeneinander stehen; es bringt sie nicht in Bewegung. Indem sie sich um sich selbst kümmert, aber dieses selbst nur eine Leerstelle ist, wird sie erst den Aspekten des Prozesses gerecht, die ja alle darauf hinzielen, dass mit ihnen etwas gemacht wird.¹

Die Inszenierung ist etwas, das immer über sich selbst hinaus ist. Die Frage: »was ist dieses etwas?« ist unsinnig und missverständlich. Aber dieses Missverständnis ist gerade fruchtbar, denn wenn wir diese Frage stellen, richten wir den Blick auf all das, was gerade inszeniert wird (und erfüllen so den Zweck der Inszenierung, die auch noch angesichts der Frage nach ihr selbst über sich selbst hinausverweist).

1 [WARNING: YOU ARE NOW ENTERING SCHOLASTIC TERRITORY] Es heißt ja nicht: „Inszenierung an sich“ auf der einen Seite und „Inszenierung für andere (Beobachter, Designansätze)“: traditionell ist „an und für sich“ immer schon die Synthese von „an sich“ und „für andere“.

Dies stellt die Frage, ob man diese Synthese als eine verstehen will, die je schon geleistet wurde und allerhöchstens verdeckt ist – oder ob man sie als eine versteht, die immer erst und immer wieder geleistet werden muss. Im ersten Fall wäre die Entdecktheit der Synthese ontologisch vorgängig, im zweiten Fall die Verdecktheit. Anders: einmal leistet die Synthese gerade die Offenheit, wo etwas in sich geschlossen zu sein scheint (was ich für privat halte, ragt von außen in mich hinein); und einmal leistet die Synthese eine Geschlossenheit, wo etwas offen zu sein scheint (was mir begegnet, ist nur das, was ich dort erwarte und zulasse).

Diese ontologische Entscheidung zu verwerfen, wie etwa zugunsten einer Gleichursprünglichkeit beider, bedeutet streng genommen, vom Gedanken einer Synthese als Symptom eines geschlossenen Ganzen radikal Abstand zu nehmen (ich muss mich entscheiden: entweder Synthese oder Offenheit). Allein die Herausforderung, die die probeweise Annahme einer solchen ontologischen Gleichursprünglichkeit für ein Synthese-Denken darstellt, entlarvt gewissermaßen die Lesart der Synthese von an und für sich als Offenheit (Primat der Entdecktheit) als unzureichende Offenheit; das System der Synthese selbst ist parteiisch zugunsten des Primats der Verdecktheit, weil

sie die Entscheidung zwischen beiden fordert (sie ist immer einem von ihnen gegenüber geschlossen). Formal ausgedrückt: der unüberwindbare Horizont eines Synthese-Denkens bleibt die Undenkbarkeit einer Synthese von »Synthese und ihrem Gegenpart«. Ein solches Verhältnis kann sie nur parteiisch Denken, bleibt so in sich geschlossen und führt Geschlossenheit in alle in ihr beschriebenen Verhältnisse ein.

((All das ist im Grunde nichts anderes als der Ansatzpunkt der Frage nach dem »gerissenen System« in einem früheren Text))

2) Die Antwort ist »Nein«, wenn man auf leichte Vermittelbarkeit aus ist. Was ich skizziert habe, eignet sich weniger als Etikett, sondern als Prüfstein einer Argumentationsstrategie. Die Idee des an und für sich ist in der Lage, zugleich einen Fokus auf die Inszenierung (Experience Design) und den ganzen Prozess (Design im weiten Sinne) zu setzen. Damit lässt sich eine Sonderstellung der Inszenierung rechtfertigen, welche sich dennoch von dem Schulenstreit absetzt, indem sie ihre Sonderrolle gerade durch eine (natürlich ironische, aber im positiven Sinn) Bescheidenheit beansprucht. Diese Bescheidenheit gründet dann wiederum in der Sache selbst, wenn sie im Verhältnis zum Nutzer und der Machbarkeit von Reaktionen etc. wieder auftaucht.

2. WER IST DER DICKE TYP, DER HIER IMMER SCHREIT? DER REGISSEUR

Aber ist es nicht die Rolle des Regisseurs, die noch besser mit der des Designers vergleichbar ist? Wie der Dirigent eines Orchesters, benutzt der Regisseur nicht ein einzelnes Werkzeug, sondern synchronisiert die anderen Werkzeuge und schafft daraus ein Ganzes. Dieses Bild hat freilich den Nachteil, dass es dazu einlädt, den Designer als den Helden der Show zu verstehen. Als läge es nur oder zumindest hauptsächlich an ihm, ob eine Gestaltung erfolgreich ist.

1) Das Bild des Regisseurs passt sicher gut zum Chefdesigner, der seinem Team über die Schulter schaut. Man zahlt für diese Perspektive nur einen Preis, von dem ich glaube, dass er sehr, sehr hoch ist: der Rahmen für dieses Bild beginnt und endet an den Wänden der jeweiligen Designschmiede.

Ein Aspekt, den ich den Auseinandersetzung mit dem Film abgewinnen wollte, war der eines Projekts, was immer schon begonnen hat und auch während der Vorführung noch nicht zuende ist. Der »Filmdreh« ist ein Begriff für ein Fenster in dem Produktionsprozess, das pragmatisch gewählt wird, da es Anfang und Ende der Finanzierung durch den Produzenten beschreibt (mehr Drehtage gleich mehr Geld etc.) – der Begriff behauptet nicht, dass hier etwas von Null beginnt.

Wenn ich die Filmproduktion so weit fasse, gibt es kein Problem mit dem Bild des Regisseurs, er wird irgendwann (hoffentlich früh) engagiert und tritt nach der Premiere in den Hinter-

grund. Wenn ich aber, um plastischere Beispiele zu verwenden, den Filmdreh selbst als das Ganze beschreibe, muss ich innerhalb dessen Rollen finden, die diesen nicht ganz umfassen oder anderen nicht übergeordnet sind. Denn es geht ja gerade darum, den Designer als Teil eines Prozesses zu beschreiben, dass immer schon mit dem Produktdesign begonnen hat und erst durch den Kontakt mit dem Nutzer sich erfüllt.

2) Das andere Problem mit dem Bild des Regisseurs ist, dass es kaum eine Rolle am Set gibt, die so wenig klar umrissen ist und so schlecht verstanden wird, wie die des Regisseurs. Infolge dessen herrschen viel mehr Machtkämpfe und Paradigmenwechsel, was diese Rolle betrifft, als bei jeder anderen Rolle. Die immer noch vorherrschende Vorstellung des Regisseurs als dem »Autor« des Films zeugt davon.

Man kann natürlich sagen, dass gerade diese Unklarheiten eine tolle Entsprechung zu den Schwierigkeiten bieten, die der Designer erfährt. Aber es geht ja nicht nur darum, eine Entsprechung zu finden, sondern eine Parallele, die etwas erhellt. Unklarheit mit Unklarheit gegenüberzustellen ist nicht wirklich zielführend.

Mein Interesse an der Kamera lag darin, dass deren Rolle genau so unklar ist, ihr Einfluss sich aber am Filmmaterial ablesen lässt. Wir haben meist nicht das Vokabular, um dies so präzise zu lesen, wie es vielleicht notwendig wäre, aber jeder Film gibt uns die Möglichkeit, dieser unklaren Rolle als einem Handwerk auf die Finger zu schauen.

Darüber hinaus überschneidet sich die Rolle des Kameramanns zumindest in der äußeren Wahrnehmung stark mit der des Regisseur, man denkt dessen Rolle also immer zumindest teilweise mit. Es ist kein Zufall, dass ein Regisseur, der am Set fotografiert wird und zeigen will, was er macht, sich mit einem Auge an der Kamera ablichten lässt. Er inszeniert sich als Entscheidungsträger darüber, welche Bilder am Ende herauskommen und das tut er mit der Kamera.

3. DIAGNOSE UND THERAPIEPLAN

Das klingt gut und richtig. Aber wie lässt sich das mit der konkreten Arbeit des Designers verknüpfen? Wie so ausdrücken, damit man es in die eigene Arbeit aufnehmen kann? Welches Selbstverständnis steht dahinter? Für was kämpft der Designer? Was ist ihm wichtig und worauf sollte er entsprechend Wert legen? (S. 9)

Die Frage ist hier, ob ich das Bild des »Designers als Flusslesers« deskriptiv oder normativ verstehen will. Ist dies eine neue Art zu gestalten? Oder beschreibt es das, was bereits passiert? Wenn letzteres der Fall ist: warum klingt es dann neu? Oder anders gefragt: hat die Tatsache, dass sich Designer anders verstehen, als es im Bild des Flusslesers beschrieben wird, eine wesentliche Funktion darin, dass sie so funktionieren wie es das Bild beschreibt? Gerade die letzte Frage deutet darauf hin, dass überhaupt nicht ausgemacht ist, welche Konsequenzen es hat oder haben soll, diese Sachverhalte zu beschreiben. Gerade wenn dies bereits alles »unterirdisch« passiert, dann kann es signifikante Veränderungen geben, wenn es an die Oberfläche geholt wird. Es verhält sich ein wenig wie mit dem Zwangsneurotiker: ich muss verstehen, warum der Designer unbedingt die volle Souveränität vor sich und anderen behaupten will, bevor ich mich entscheide, ihn davon zu befreien. Wie alle neurotischen Symptome haben sie zunächst die Struktur einer Problemlösung und erst danach ist die Frage sinnvoll, ob sie in einem größeren Maße selbst zum Problem werden (und überhaupt beseitigt werden sollen).

Genauer auf die Designpraxis bezogen: es ist klar, dass der Designer seine Rolle primär gegenüber dem Auftraggeber artikuliert. Ihm diese Rolle zu nehmen, ist nicht hilfreich. Ein Designer, der sich so sieht wie der Flussleser und dadurch verunsichert ist oder meint, als Flussleser gegenüber dem Auftraggeber auftreten zu müssen, ist wie der nackte Patient, der scheinbar »sauber geheilt« sich selbst überlassen wird. Es ist ein lächerliches Ideal und grob fahrlässig.

Die Frage ist also: inwiefern ist diese falsche Selbsteinschätzung des Designers, die ja durchaus einen problemlösenden Sinn hat (sie stärkt seinen Entscheidungsspielraum gegenüber dem Auftraggeber), selbst ein Problem? Und: ist dieses Problem größer als der Wert ihres Lösungspotentials? Die Antwort ist klar: ja, es ist ein Problem, denn die Anforderungen an den Designer gehorchen nicht dem Bild, dass er von sich selbst macht. Er ist ja eingespannt zwischen Auftraggeber, Endnutzer und Konkurrenten. Es ist ja keine Lösung, sich nur um den Auftraggeber zu kümmern, er muss immer mehrere Rollen einnehmen. Das Bild, das er von sich selbst hat, ist je schon unter Belagerung. Die Frage ist also nicht wirklich: kratzen wir daran oder

lassen wir ihm lieber seine Symptome? Sondern: wie erarbeiten wir mit ihm etwas, was dieser Belagerung stand hält – und zwar hoffentlich bald, solange er noch Ressourcen hat, denn wenn die Mauern brechen, ist es vorerst zu spät.

Pragmatisch betrachtet, ist es megalomane, ein »Therapieziel« präzise festzulegen, gewissermaßen vor und außerhalb der Therapie, so dass die einzelnen Sitzungen diesem Plan folgen. Wenn dieser Plan nicht immer selbst mit zur Disposition steht, ist es keine Therapie, die den Patienten erreicht in der Form: er macht sich die Fortschritte zueigen.

Es lassen sich also nur die ersten Schritte festlegen und allerhöchstens aus diesen Schritten herauslesen, was für mögliche Ziele in ihnen angelegt werden. Im Fall des zwangs-souveränen Designers wäre der erste Schritt, ihn bei seinem Souveränitäts- und Kontrollbedürfnis zu packen und ihm mehr Kontrolle über das Bild zu vermitteln, was er sich von sich selbst macht. Konkret würde das bedeuten: man müsste ihm helfen zu lernen, dass dieses Bild in einem bestimmten Kontext Sinn macht (nämlich im Kontakt mit dem Auftraggeber) und dass er es da ruhig weiter aufrecht erhalten kann. Aber zugleich muss dies die Form einer Entscheidung haben und er muss annehmen, dass er in anderen Kontexten auch andere Bilder von sich zulässt. Dieses Bild produziert Probleme, wenn es dort verwendet wird, wofür es nie gemacht war.

Dies wird zunächst auf Widerstände stoßen, denn diese Partikularisierung des Bildes schwächt es anfangs. Jemand, der in eine Verhandlung geht und sich sagt: »ich tue jetzt so, als wäre ich selbstsicher«, ist weniger überzeugend als jemand, der sich sagt: »ich bin selbstsicher«, auch wenn beide die Form haben: ich rede mir etwas ein. Entsprechend ist diese Zumutung, mehrere Bilder von sich selbst auszuhalten und sie trotzdem effektiv sein zu lassen etwas, das erst in einem geschützten Raum geübt werden muss. Trotzdem geht daran kein Weg vorbei: der Designer nimmt verschiedene Rollen ein, ob er das wahrhaben will oder nicht und diese Rollen lassen sich nicht auf eine Kernrolle zurückführen. Schafft er sich ein einzelnes Bild einer solchen Kernrolle, dann nimmt dieses Bild trotzdem in den unterschiedlichen Kontexten, in denen er sich bewegt, eine je unterschiedliche Gestalt an und er ist wieder unterschiedlichen Rollen unterworfen – nur mit der zusätzlichen Schwierigkeit, dass er – oder sein Bild von sich – exklusiv von diesen Kontexten geformt wird.

Der erste Schritt ist also: die Abhängigkeit von dem einen Souveränitäts-Bild in seine Schranken zu verweisen und dort durchaus in seinem Recht zu lassen. Das Ziel, was darin angelegt ist, besteht darin: den Weg freizumachen für andere Bilder, die daneben entstehen können. Der Weg dahin: sich an die Teil-Geltung des Souveränitäts-Bildes zu gewöhnen und darin keine Schwächung mehr zu sehen. Dies lässt sich sinnvoll erhoffen, wenn dieser Übungsprozess begleitet wird durch ein schrittweises Wegfallen der Belastungen durch die bereits

gegebenen widersprüchlichen Erwartungen und Kontexte. Wenn sich hier Erleichterung erfahren lässt, kann sie sich mit der Erfahrung der Schwächung des Kern-Bildes verknüpfen und die Ressourcen bereitstellen, um mit dem Teil-Bild, das an seine Stelle tritt, leben zu können. Konkret gesagt: wenn der Designer erfolgreicher wird, während er seine Souveränität in Schranken weist, erfüllt diese beschränkte Souveränität einen ebenbürtigen Zweck.

4. VON ZELLULOID UND ZELLULITIS

Jan will das Paradigma des passiven Blicks in Frage stellen, dazu aber nicht das Loblied auf die aktive Arbeit des Kameramanns singen. Denn dann käme die Kameraarbeit immer noch von außen, wenn auch als nun wesentliche, Funktion dazu. Er will Worte dafür finden, wie sich die Kamera als „Charakter im Film“ beschreiben lässt. Also als integraler Teil der Inszenierung und nicht als unabhängiges Werkzeug. Müssen dann aber nicht alle Werkzeuge als konstitutiv für die Inszenierung gedacht werden? Muss vielleicht ein ganz neues Verständnis von Werkzeugen und Deliverables als solches etabliert werden? Müssen wir als Designer unsere Einstellung bezüglich unserer Werkzeuge ändern? (S. 14)

Um ein wenig aus dem Nähkästchen zu plaudern: was ich mit meiner »Prolegomena zu einer Theorie der Kamera« (uff!) versuchen wollte, war die Kamera als das »Fleisch des Films« im Sinne Merleau-Pontys zu denken, also seine spezifische Materialität, die zugleich über sich hinaus reicht und die dies erfährt, indem es immer wieder in sie eingeschrieben wird.

Die Kamera fängt Bilder ein, die Bilder sind Spuren, die auf dem Film hinterlassen. Die Kamera nimmt dabei einen Platz ein und spielt eine Rolle zwischen den Dingen, die darin besteht, wie sie hinter den Dingen zurücktritt. All diese Beobachtungen sind entlehnt aus verschiedenen kritischen Auseinandersetzungen mit cartesianischen Bewusstseinskonzepten.

Der Hauptgrund, warum ich das lieber im Hintergrund gelassen habe, ist eben der, dass ich Raum lassen wollte für neue Worte. Nicht neue theoretische Begriffe, sondern Beschreibungen von Kameratechniken und Handwerkskünsten, in denen sich die Analogie zu einem Denken von Leiblichkeit verselbständigen könnte und das man dann wiederum für eine solche Perspektive zurück aneignen könnte.

Um dies auf die Frage nach der Einstellung zu den Werkzeugen zu beziehen: man könnte die Formulierung von »Werkzeug verwenden« ersetzen durch »Hand anlegen«. Diese Hand als Teil des Leibs bietet dann mehr als nur einen Wink zu dem, was hier versucht wird. Klar ist wohl: die Wahl der Werkzeuge wie auch das Selbstverständnis des Designers und seine Rolle sind beides keine Faktoren die vollkommen äußerlich einem Designprozess hinzukommen. Sie sind immer schon eingelassen in einen Prozess, der je schon begonnen hat. Eine gewisse Flexibilität und ein gewisses Repertoire seitens des Designers sind hier sicher empfehlenswert.

Andererseits ist die Zähigkeit oder Beharrlichkeit, mit der ein Designer dieser Flexibilität entgegensteht, kein reines Manko, sondern der Ort, an dem seine Handschrift entsteht und als Folge die Persönlichkeit des Ergebnisses entsteht. Zu untersuchen sind hier dann die Kriterien für das rechte Maß zwischen beiden. Aber so nach dem Maß zu fragen, bedeutet die »Hand des Designers« nicht nur als lenkenden Eingriff zu denken, sondern als Teil mitten im Prozess. Um gut mit den Händen zu arbeiten, bleibt die Hand nicht unsichtbar, sondern muss im Blick sein; die Kunst besteht darin, den richtigen Griff zu kennen, damit sie nicht das verdeckt, an dem man gerade arbeitet.

Um dies als Bild für die Unsichtbarkeit der Handwerkskunst zu lesen: diese Unsichtbarkeit ist kein wirkliches Ideal, sie ist mehr eine kollektive Illusion. Ist der Eingriff des Designers tatsächlich so unsichtbar, wie es das Ideal will, dann wird dessen Fehlen nur allzu auffällig – genau wie die Kamera, die nur verlassen auf dem Stativ vor sich hin filmt. Ein besseres Wort ist vielleicht »unscheinbar«, allerdings immer in dem Modus, dass es als solches eben nicht entdeckt wird (zum Namen für diesen Modus wird dann: Unsichtbarkeit).

Bleibt die Hand nicht am Rand der peripheren Wahrnehmung, dann kommt es Unfällen: entweder die Arbeit gerät einem aus der Hand – oder man schneidet sich ins eigene Fleisch.

STRUKTURERFAHRUNGEN.

BEMERKUNGEN ZU EINEM INHALTSVERZEICHNIS OHNE BUCH

Ich stelle mir vor, ich sei ein Leser, der das fertige Buch in der Hand hält. Vielleicht finde ich es auf dem Kaffeetisch bei einem Bekannten, vielleicht wurde es mir von einem Kollegen geschenkt, oder vielleicht habe ich es blind bestellt, da mir die Ankündigung gefallen hat. In jedem Fall bin ich wohlwollend und neugierig.

Mit diesem Blick schaue ich auf die Kapitelstruktur als das Inhaltsverzeichnis. Das ist natürlich nicht fair – es fehlen gelungene und einladende Titel für die Kapitel, deren Bedeutung man kaum überschätzen kann. Es beschreibt auch nicht wirklich einen ersten Blick – bevor ich, der Leser, das Inhaltsverzeichnis sehe, habe ich den Klappentext zumindest überflogen und ein wenig im Buch geblättert, vielleicht auch das Vorwort gelesen.

Aber nehmen wir diese Einschränkungen nicht als Grund, die ersten Eindrücke zu scheuen, sondern als Hinweis auf Faktoren, die bedacht werden wollen: ein Inhaltsverzeichnis und eine Struktur können und müssen nicht für sich funktionieren. Sprich: nicht alle Probleme, die ich sehe und andere, die am Ende immer noch bleiben werden, müssen auf der Strukturerebene ausgebügelt werden.

1. WAITING FOR EXPERIENCE TO COME

Ich gehe das Inhaltsverzeichnis entlang und das erste, was mir auffällt, ist wie lange es dauert, bis es zur Sache geht. Ich, der neue Leser, weiß noch nicht wirklich, worauf es hinausläuft. Aber das erste Kapitel beginnt mit einem „Warum“, und dann das zweite mit einem „Was ist“. Angenommen, ich will danach einsteigen und in die Vorbereitungen zurückspringen, wenn mir etwas nicht klar ist oder ich mich überschätzt habe. Ich beginne also mit dem dritten Kapitel – und der erste Teil davon ist wieder eine Einordnung oder Rechtfertigung des Themas. Schaue ich weiter das Inhaltsverzeichnis entlang, merke ich, dass zumindest der Struktur nach das Buch bereits halb zu Ende ist.

Angenommen, ich bin ein weniger ungeduldiger Leser und beginne am Anfang. Dann brau-

che ich das Inhaltsverzeichnis nicht so sehr, aber die Struktur der Kapitel begegnet mir Schritt für Schritt in der eigentlichen Lektüre. Die ausführlichen Einleitungen, Einordnungen und Legitimationen würden mir deutlich machen, worum es geht und dass es wichtig ist: das Buch hat etwas zu beweisen.

Mir wird eine Form von Sicherheit gegeben – vielleicht muss man aber sagen: sie wird mir vorgegeben. Mach dir keine Sorgen, du verschwendest hier nicht deine Aufmerksamkeit und deine Zeit, sagt es mir. Und es sagt: ich weiß, dass du deine Zweifel hast, aber ich werde sie dir nehmen.

Das ist die Leserrolle, in die ich in den ersten beiden Kapiteln eingeladen werde. Die Ungeduld, die ich zuvor mit dem ersten Blick auf das Inhaltsverzeichnis beschrieben habe, tritt auch beim geduldigen Leser in dieser Rolle auf. Geduldig aber ungeduldig – das ist ein Widerspruch, aber genau dieser Widerspruch wird vom Leser erfahren: das produziert Stress, latente Aggression und am Ende Ablehnung.

Aus zwei Gründen: zum einen nimmt ihn die Struktur an der Hand, kümmert sich aber gar nicht wirklich um ihn. Es geht um das Thema, genauer gesagt um die Rolle des Themas in der Praxis. Es bezieht Stellung und sichert sich ab, aber immer gegenüber einem anonymen Eindruck, der entstehen mag, einer möglichen zukünftigen Einschätzung. Der Leser ist Zeuge dieser Absicherung, aber er bekommt nicht das Gefühl, dass es um ihn geht.

Zum anderen: die Erklärungen und die Versicherung, dass es sich lohnt, sich auf das Buch einzulassen, reproduzieren ihre eigene Notwendigkeit. Je länger ich mich mit den Vorbereitungen beschäftige, je mehr Zeit ich investiere, bis es zur Sache geht, desto mehr muss mir versichert werden, dass ich etwas dafür bekomme. Und das dauert selbst wieder Zeit, von der mir selbst wieder vermittelt werden muss, dass sie es wert ist.

Fazit 1: Wenn ich die Struktur als Blaupause einer Leseerfahrung nehme und also den letzten Stichpunkt des ersten Kapitels ernst nehme (das Buch als Designed Experience), habe ich ein Problem.

Damit soll aber kein Urteil über die Struktur gefällt werden. Es macht nur klar, was diese Struktur für sich selbst leistet und was nicht. Sie muss und kann nicht alles leisten, sie muss nur zum Rest passen und das leisten, was die anderen Teile ergänzt. Die Struktur ist extrem wichtig, aber sie ist ein extrem wichtiger, gleichberechtigter Teil des Textes, nicht seine Essenz oder sein Überbau. Andere Teile sind zum Beispiel der Stil, die Ausführlichkeit, die

Beispiele und die verschiedenen Textformen im Buch.

Wenn ich etwa deinen Gedanken eines durchgehenden Beispiels nehme, das sich durch die Kapitel zieht, könnte dieser das kompensieren, was ich oben beschrieben habe. Dann würde vielleicht klar, dass wir mit den vorbereitenden Kapiteln bereits bei der Sache sind – so wie man in der Vorbereitungs- und Brainstormingphase des Designprozesses schon bei der Sache ist. Experience Design stark zu machen und durchzusetzen, es zur Geltung zu bringen, wo sonst Lücken klaffen – das ist sicherlich Teil der Praxis für jeden, der sie nach der Lektüre anwenden will (Designer's Journey wie Customer's Journey?)

Es gibt auch andere Strategien, aber in jedem Fall müssen sie dafür sorgen, dass es (a) um den Leser geht und er miteinbezogen wird und (b) dass der mögliche Eindruck eines mangelnden Selbstbewusstseins das nicht sabotiert.

2. BEI UNENTSCHEIDEN GEHT ES IN DIE VERLÄNGERUNG

Man könnte nun meinen, ich hätte hier in meine Persona des Erstlesers schon eine Menge hineingelegt. Aber wenn ich es recht bedenke, weiß ich sehr wenig über ihn. Er sollte ein Leser sein, der zu dem Buch passt, oder besser: zum dem es passen sollte. Aber wen hat das Buch als Leser vor Augen?

Das Inhaltsverzeichnis erwähnt weder direkt Designer oder Stakeholder. Das ist nicht schlimm, ganz im Gegenteil. Wenn es ein gemeinsames Verständnis von Experience Design fördern soll, dann sollte es wohl nicht getrennte Kapitel für beide verwenden; und nur in der Form solcher Kapitel würde die Unterscheidung zwischen den beiden im Inhaltsverzeichnis auftauchen.

Hier besteht jedoch eine Gefahr: wenn unbedacht bleibt, an wen von den beiden Rollen es gerichtet ist, aber doch immer beide gemeint sind, dann fokussiert sich der Inhalt schnell wie von selbst auf den kleinsten gemeinsamen Nenner. Es geht dann um vermeintliche Grundlagen, die ohne die Umsetzung, die erst Sinn in sie einschreibt, leer sind. Es geht hier ja nicht um etwas beliebiges und ein Regress in Grundlegendes schafft einen Blick auf das Thema als etwas, wo erst gebaut und geplant wird und dies dann umgesetzt, abgearbeitet, verwirklicht wird. Noch die Rede von der Gestaltung von Möglichkeiten und dem Wirklich-werden-lassen kann so eingestellt werden.

All dies bleibt noch offen und stellt anhand des Inhaltsverzeichnisses noch kein drängendes Problem dar. Problematisch dagegen ist eine andere Unterscheidung möglicher Leser, die offen bleibt. Richtet sich das Buch an Leser, die Experience Design kennenlernen wollen oder an Leser, die bereits einen Eindruck davon haben und deren Eindruck geschärft und richtig gestellt werden soll? Anders: betritt das Buch eine Diskurslandschaft, in der Experience Design Neuland ist oder gilt es, bestehendes Territorium zu sichern?

Die Frage ist also die nach einem Anfängerpublikum oder einem von fortgeschrittenen Lesern. Soll Experience Design dort etabliert werden, wo es noch unbekannt ist, oder dort, wo es als Schlagwort oder Floskel schon eingeordnet wird? Die Unentschiedenheit, die ich in dieser Frage dem Inhaltsverzeichnis unterstellen würde, stützt sich auf die selben Gewichungen von Einleitung und Kernteil wie in der ersten Betrachtung oben.

Im Gegensatz dazu, wie das Inhaltsverzeichnis die Unterscheidung von Designer und Stakeholder übergeht, sehe ich hier das Problem gerade darin, dass die Unterscheidung von Anfänger und Fortgeschrittenem zumindest unter der Hand konfrontiert wird: ich könnte das Buch anhand des Inhaltsverzeichnisses ohne weiteres in zwei Bücher unterteilen und das Stück Einleitung, das in das dritte Kapitel hineinragt, wäre dann die eigene Einleitung von Buch II: Experience Design für Fortgeschrittene.

Warum ist das nun ein Problem und warum nenne ich das Unentschieden? Weil sich diese Lesergruppen nicht teilen lassen, oder zumindest nicht so. Der Fortgeschrittene ist viel schwerer zu erreichen, weil er schon viel mehr mitbringt und eine genuin eigene Perspektive auf das Buch nur mühsam einnimmt. Die beste Strategie für ihn wäre, wenn man ihn dazu bringt, eine Einleitung dazu zu lesen, was Experience Design ist, und dort subtil die späteren Unterscheidungen vorzubereiten, so dass ihm während der Einleitung immer alles vertraut vorkommt und ihm die neuen Details dann später während der weiteren Lektüre neu aber natürlich erscheinen. Das funktioniert natürlich nicht, wenn der Fortgeschrittene die Einleitung überspringt.

Der Anfänger ist für diese Weichenstellungen eher offen. Wenn er jedoch in den Teil für Fortgeschrittene kommt und dort alle Beschreibungen und Unterscheidungen gegen jene abgegrenzt werden, die ein möglicher fortgeschrittener Leser mitbringt, ist der Anfänger entweder verwirrt, oder er wird indirekt ermutigt, Neugier für Machbarkeitsversprechen oder ähnliches zu entwickeln, was im Sinne einer Abgrenzung für den Fortgeschrittenen erwähnt wird. Er braucht keinen Paradigmenwechsel, sondern einfach eine fruchtbare Be-

schreibung eines neuen Paradigmas.

Ein Buch für Anfänger muss aus ihnen einen (spezifisch geprägten) Fortgeschrittenen machen wollen. Ein Buch für Fortgeschrittene muss aus ihnen einen (spezifisch geprägten) Anfänger machen wollen. Die Einleitung muss also primär den Fortgeschrittenen einladen, der weiterführende Teil primär den Anfänger.

Das heißt nicht den jeweils anderen aus dem Auge zu verlieren: der Anfänger ist mit der Einleitung schon hinreichend gemeint und der Fortgeschrittene mit dem weiterführenden Teil. Es gilt nur, eine einladende und integrative Strategie zu verwenden, die jeweils primär den im Auge hat, der sich weniger gemeint fühlt.

Fazit 2: Das Buch kann, aber muss nicht entschieden an eine klar definierte Gruppe gerichtet sein. Es darf aber weder (a) so strikt zwischen verschiedenen Gruppen trennen, das ein Teil nur für diesen interessant oder nötig ist, noch (b) zulassen, das der Inhalt auf das reduziert wird, dass für alle gleich funktioniert.

Die Lösung besteht hier wohl darin, dass man weniger daran denkt, wer die Leser sind und an welcher Stelle sie sich befinden, wenn sie das Buch in die Hand nehmen. Das ist wichtig, die letzten Absätze haben sich strategisch und rhetorisch um nichts anderes gekümmert. Aber die Frage: »welchen Leser hat das Buch vor Augen?« ist am fruchtbarsten, wenn man damit einem Bild des Lesers nachspürt, der gerade das Buch liest oder der es gelesen hat, also dem Subjekt der Leseerfahrung.

Wenn klar ist, was der Leser verstanden haben soll, wozu er eingeladen wird und worauf er sich einlassen soll, kurz: was man ihn für einen Leser sein oder werden lassen will – dann gewinnt das Buch mit seiner Zielgruppe an Eindeutigkeit.

Sicherlich muss dann noch Sorge getragen werden, dass verschiedene Leser oder Lesertypen eine Einladung vorfinden, die ihnen entspricht. Aber da muss nicht jede für jeden funktionieren, was für den einen als Einladung funktioniert, muss für alle anderen lediglich einen mindestens beiläufigen Wert haben (was dem einen vermittelt, dass es sich genau um seine Praxis dreht, ist für andere nur ein weiteres Beispiel zur Verdeutlichung) oder zumindest keine Ablenkung sein (was dem einen als etwas empfohlen wird, dass er überspringen kann, wird dem anderen als etwas angeboten, dass er nötig hat).

Auch diese Betrachtung stellt also weniger die Struktur als solche in Frage, sondern arbeitet nur hinaus, was aus ihr für eine Einleitung (für Fortgeschrittene) und was für ein weiter-

führender Teil (für Anfänger) folgen müssen. Ein Problem werden die Betrachtungen nur, wenn die Struktur als Vorgabe verwendet wird und nicht als Element, das manche Funktionen anderen Textaspekten überlässt.

3. VORSTELLUNGSGESPRÄCHE

Ich sehe die Struktur also weniger als Rahmen, der die Kriterien des Passens formuliert, sondern als Baustein, der selbst passen muss. Seine besondere Rolle besteht eher darin, dass er als erster Baustein unter vielen nicht anders kann, als probeweise seine eigenen Kriterien des Passens möglichen weiteren Bausteinen zu unterstellen. (Das Drehbuch kann den Rahmen bieten, aber auch ein anderer Teilprozess kann am Anfang stehen. Das Drehbuch kann als solches umgeschrieben werden oder es wird umgeschrieben, indem man es befolgt)

Aber trotzdem ist die Struktur und damit das Inhaltsverzeichnis ein distinkter Baustein, der auch für sich funktionieren muss. Im Schulunterricht haben wir gelernt, dass eine Struktur den Text gliedert (oder dass die Gliederung seine Struktur ist). In dem gerade genannten Sinne halte ich das für verkürzt, falsch und potentiell abträglich. Aber es ist ein Blick auf die Struktur und das Inhaltsverzeichnis, das in Kraft ist, gerade bei Textgattungen, bei denen man nicht erwartet, von der Struktur herausgefordert zu werden. Um einen solchen Blick zu antizipieren, lohnt es sich also zu fragen, was für ein Text der Struktur entspricht, was für einen Text die Struktur vorstellt.

Wie will das Inhaltsverzeichnis verwendet werden? Was stellt die Struktur für einen Text vor? Ich sehe auf den ersten Blick eine sehr symmetrische Struktur: vier Kapitel mit der gleichen Menge an Unterpunkten, eine Teilung in der Mitte und kein zusätzlicher Schluss, der am Ende etwas offen lässt oder etwas in Aussicht stellt, was nicht bereits klar ist. Hier wird eine Argumentation oder eine Faktenlage klar und deutlich, geschlossen und endgültig präsentiert. Das Versprechen und die Drohung sind eins: es bleibt kein Raum für Fragen.

Natürlich will ich wieder sagen: das ist kein Problem, denn es ergänzt gerade einen Text, der Zumutungen oder zumindest Herausforderungen beinhaltet und der gut eine Struktur gebrauchen kann, die Halt bietet. In dem von Offenheit die Rede ist und der dafür einen klaren Rahmen bieten muss.

Aber es geht gerade um jenen Eindruck von der Struktur, die darin etwas anderes sieht. Die

von ihr erwartet, ein Spiegel zu sein, ein Schlüssel zum großen Ganzen. Und dieses große Ganze ist vielleicht nicht unzugänglich wie ein Turm, aber unentrinnbar wie ein gläserner Sarg.

Fazit 3: Was tun? Wie gesagt, sehe ich gute Gründe für eine strenge Struktur, und sie einfach aufzulockern oder zu fragmentieren wäre voreilig. Meine Empfehlung wären Strategien, um es mit der Strenge auf die Spitze zu treiben.

Zum einen könnte man eine weitere, strenge Struktur hinzufügen. Wenn es wirklich auf ein durchgehendes Beispiel hinausläuft, würde es sich als Interludium zwischen den Kapiteln anbieten. Das würde einiges bewirken, vor allem, wenn diese Zwischenspiele die Kapitel einrahmen, wenn also am Anfang immer eines stünde, am Ende des letzten Kapitels dann aber noch eines (wovon sich das letzte vielleicht um den Nutzer selbst dreht: der Designer ist schon ins Bett gegangen, aber designed wird weiter).

Ein anderer Weg, die Struktur strenger zu machen, wäre auf eine modularere Funktionsweise der Kapitel zu vertrauen. Also eine Beliebigkeit der Reihenfolge, in der die Kapitel gelesen werden, zuzulassen. Das heißt nicht, dass sie alle für sich stehen oder dass man sich nicht um die „Standardreihenfolge“ kümmert. Es heißt nur, den Leser zu ermutigen, den Versuch zu machen, die Aspekte anders zu arrangieren.

Der Leser, der erst über einen Aspekt später im Designprozess liest und dann über einen früheren, ist der Leser, dem sich der frühere Aspekt darstellt, wie man später im Prozess auf ihn zurückblickt mitsamt der Bedeutung, die dann in ihn eingeschrieben wird. Nicht weil das ihm Text verhandelt wird, sondern weil der Leser andere Aufmerksamkeitsschwerpunkte setzt.

Die Titel der Kapitel wären dann Einladungen, mit denen man gezielt eher dem einen oder dem anderen Leser ein einzelnes Kapitel als erste Wahl anbietet. Um das zu stützen und zu personalisieren, bräuchte dann jedes Kapitel eine eigene Persona in Form eines distinkten Konzepts für die Art der verwendeten Beispiele (nach Arbeitsbereich, Produktart o.ä.)

Eine solche modulare Struktur bräuchte wohl eine etwas breitere Grundstruktur der Kapitel (ich würde sagen: eine gute Zahl sind sechs). Es mag hier Widersprüche geben zu der Idee mit dem durchgehenden Beispiel, zumindest wenn dieses als Geschichte eine gewisse Dramaturgie verwendet und wenn man stark darauf als roten Faden vertraut.

IV. CODA

Habe ich ein gutes Haar an der Struktur gelassen? Ja, und zwar alle. Es ging mir nicht darum, in diesem Gestaltungsprozess in fremden Aufgabengebieten zu wildern, sondern nur dort Dinge hineinzulesen, wo sie noch nicht formulierbar waren, obwohl von ihnen die Rede war.

Denn so funktioniert diese ominöse Perspektive wohl, von der hier die Rede ist. Jemand baut eine Struktur, um darauf aufbauen zu können. Und jemand anderes bietet einen Blick an darauf, was für Grundsteine damit bereits gelegt wurden, indem er die Baugrube als fertigen Keller freigibt.

INTERNET KILLED THE VIDEO STAR?

1. MOMENTAUFNAHME AUS EINEM INTERAKTIVEN VIDEO

Mein Lieblingsmoment in dem interaktiven »Like a Rolling Stone« Video war, als ich gegen Ende noch einmal den Kanal wechselte und zwischen all den anderen eine »originale« Dylan-Performance erschien, im Rahmen einer Retro-Show auf einem Musiksender.

Ich sollte natürlich sagen: »in meiner Session«, und nicht »in dem Video«, denn worüber ich da gestolpert bin, hatte nicht allzu viel mit dem Original zu tun und viel mehr mit dem Zufall. Ich bin darüber gestolpert. Ich erinnere mich daran, weil es sonst niemand tun würde. Ich halte etwas fest, weil es so flüchtig ist, dass es jemanden braucht, der das tut. Ich weiß, dass es zufällig ist – ich habe mehrmals getestet und es springt nicht von selbst gegen Ende zum »Original« – und ich gebe dem Moment Bedeutung, lese sie dort hinein.

Ich, ich, ich. Wenn ich im ersten Satz von »meinem« Lieblingsmoment spreche, hat das Possessivpronomen eine radikal andere Bedeutung, als wenn eine Gruppe Leute sich gemeinsam über ein Video unterhalten und jeder einen anderen Moment als »seinen« Lieblingsmoment stark macht. Natürlich gibt es auch bei dem interaktiven Video eine gemeinsame Basis, die Gesamtmenge des Materials plus die Möglichkeiten der Interaktion. Aber diese Basis ist nicht mehr das Original, der gemeinsame Nenner, als der Kanal mit der Dylan-Performance zwischen all den anderen Kanälen.

Was hier passiert, ist eine besondere Form der Interaktion. Natürlich ist Interaktivität nicht neu, sie ist ja fest in das Medium Internet eingeschrieben. Aber die Entscheidung, etwas aufzurufen oder auszuwählen, egal wie tiefgreifend sie an die Strukturen des Angebots einer Website heranreicht, ist doch eine andere Form von Interaktivität. Man könnte das, was immer schon beim surfen passiert, als Inter-Reaktivität bezeichnen. Es ist weder passiv (man ist nicht dem Angebot ausgeliefert), noch ist es rein reaktiv (man geht nicht nur auf Reize ein, die geboten werden). Das »Inter« gesteht einen Feedback-Prozess zu, in dem das Angebot der Website seinerseits auf die Nutzung reagiert. Das mag durch Empfehlungen oder Anpassungen und Schwerpunktsetzungen direkt während der Nutzersession passieren oder in einem längeren Zeitrahmen durch eine Umstrukturierung des Angebots als Reaktion auf

die allgemeine Nachfrage und Popularität. In jedem Fall ist es eine wechselseitige Reaktion. In dem interaktiven Video passiert etwas anderes. Es gibt nicht (zumindest nicht im starken Sinne) das Angebot, dass sich dann anpasst. Die Form von Interaktivität hier könnte man Inter-Kooperation nennen. Genau wie oben in der Reaktion das »Inter« noch nicht vorweggenommen wird, kommt es hier auch der Kooperation hinzu. Es ist nicht der Nutzer, der etwas produziert, sondern der etwas mit dem Angebot des Materials macht. Er ist gewissermaßen der Produzent in der Post-Production des Videos. Würde er dieses Ergebnis publizieren, zurückschicken oder in einen Wettbewerb der »besten Schnitte und Sequenzen« einreichen, dann wären wir wieder in der ersten Form von Interaktivität. Was er mit dem Material macht, ist nicht neues Material, sondern er produziert Momente. Genauer gesagt: er lässt sie entstehen. Darin besteht das spezifische »Inter« in dieser Form, denn genau das und nicht mehr tut auch der Designer, der das Material bereitgestellt hat. Natürlich operiert der Nutzer in einem vorgegebenen Rahmen und gestaltet nicht so frei wie der Designer. Aber dieses Gefälle denkt immer noch das Material im Mittelpunkt, genauer: die Freiheit der Wahl und Gestaltung des Materials. Worum es hier aber geht, sind Momente. Als Momente lassen sich sowohl Ereignisse während einer Session als auch die Einzigartigkeit oder »Persönlichkeit« einer ganzen einzelnen Session fassen.

2. DAS MEDIUM IST GESCHICHTE

Und doch wäre es falsch, ein eher simples interaktives Video hochzujubeln als die Ankunft eines neuen Paradigmas. Was hier passiert, ist nicht neu. Es ist sogar ausgesprochen alt. Da es sich um ein Musikvideo handelt, lässt sich dies gut an der Geschichte dieses Mediums fassen.

Die Zeit der Musikvideos in Dauerrotation auf den entsprechenden Fernsehkanälen war mehr als irgendetwas gezeichnet durch die Menge an Müll, durch die jeder Zuschauer hindurch wartete, um einen Schnipsel von jenem neuen oder selten ausgestrahlten Clip zu erhalten. Ob zwischen den unsäglichen Ansagen, den ewigen Hitparaden oder zwischen den Werbeunterbrechungen für Dinge, die im Rückblick durch Reklame von Handy-Klingeltönen überlagert werden, auch wenn es die noch nicht gab – der Modus des Zuschauens war der eines Sammlers und Jägers.

Entsprechend war es kein Widerspruch, immer wieder zu betonen, wie viel Müll gezeigt wurde, und gleichzeitig zuzuschauen. Vielleicht ist es besser, zu sagen: es war ein Widerspruch, aber ein wesentlicher. Dann kann man die Ankunft der Video-Plattformen auf Youtube und Konkurrenten beschreiben als nicht nur die Lösung für diesen Widerspruch, sondern als dessen Auflösung. Endlich konnte jeder nur und immer wieder die Videos aufrufen, auf die man vorher warten musste. Und natürlich konnten die Fernsehsender nicht damit konkurrieren. »Instant Gratification« wirkt wie eine Massenvernichtungswaffe, weil das Timing beliebig wird, weil das Angebot des Materials, immer verfügbar, keine Momente mehr entstehen lässt. Natürlich wird der Nutzer sich selbst vorgestellt als der ultimative Master of Ceremony, der autonom und voll souverän genau das Video »timen« kann mit dem Moment, wann ihm danach ist. Was hier vernichtet wird, ist zunächst nicht eine magische Authentizität, sondern einfach ein Geschäftsmodell: wer nicht mehr gewillt ist, zu warten, dem kann man auch schwerer in der Wartezeit etwas unterjubeln. Erst sinkt der Wert der Werbeblöcke, dann der Marktwert der Videos für die Plattenfirmen, dann der Etat für die Videos selbst, dann die Bedeutung der Kanäle und wieder von vorn.

Natürlich war der Kanal »Musikfernsehen« nur eine Marketing-Masche und nicht der Hort irgendeiner sentimental Unmittelbarkeit. Aber er hatte seine besondere Praktik der Nutzung durch den Zuschauer und in gewisser Hinsicht war er stärker interaktiv als das Angebot der freien Wahl auf Youtube. Der gern als radikal passiv charakterisierte Zapper zwischen MTV, Viva und VH1 war als Sammler und Jäger zumindest auf eine andere Art aktiv als der Clip-Surfer im Internet. Vielleicht ist es übertrieben zu sagen: dies war eine stärkere Form von Interaktivität, aber die neuere des Internets ist zumindest nicht in der Art stärker, dass sie die ältere mit umfasst und ihr etwas hinzufügt; sie löst die ältere ab, ersetzt sie und lässt sie unverfügbar werden.

Das ist es, was das interaktive Video zu »Like a Rolling Stone« birgt. Es erklärt, wie die extreme Reduktion der Einflussnahme (zappen zwischen immer gleich nichtigen Kanälen) eigenartig befreiend wirkt. Hier kehrt eine Form von Interaktion zurück und überholt all die Versprechen, durch die sie abgelöst wurde. Es ist kein Wunder, dass dies so gut mit einem 45 Jahre alten Musikstück funktioniert und es (unabhängig von Geschmacksurteilen) aktueller, lebendiger scheinen lässt, als den letzten Dubsteb-Remix.

3. PARADIGMENWECHSEL ODER WESENTLICHES

Interessant ist dabei nun, dass dieser Paradigmenwechsel von vermeintlich passivem Fernsehzuschauer vom vermeintlich aktiven Internetsurfer ja offensichtlich keineswegs notwendig vom Medium vorgegeben ist. Die Tatsache, dass dieses interaktive Video im Medium Internet existieren kann führt vor, dass es auch anders geht, dass es keine notwendige Trennung zwischen den Formen von Interaktivität gibt.

Der Hauptgrund dafür ist wohl, dass das Interesse an Momenten, das Gestalten von Ereignissen durch den Sammler und Jäger, dem Medium Internet keineswegs fremd ist, sondern im Gegenteil gewissermaßen im Erbgut steckt. Die Suche nach Websites, nach neuem, interessanten Content während einer Websession, die von Site zu Site springt, ist so sehr Teil des Mediums, dass das Angebot einer einzelnen Site dies nicht mehr reproduzieren muss. Im Gegenteil: um zu funktionieren, muss eher gegengesteuert werden durch die Strukturierung von ähnlichen, gleicheren Angeboten in verwandten Youtube-Kanälen. Um das richtige, ansprechende Maß von Neuem und Vertrauten zu produzieren, wurde vor dem Fernseher gut gemischt und das Vertraute (das bewusst Gewünschte) vorenthalten – es wurde für die Routine kompensiert und dort gegengesteuert. Vor dem Monitor wird das Vertraute oder etwas Ähnliches in der Form »Leute, die dieses Video mochten, haben auch so-und-so gesehen« in den Vordergrund gestellt – es wird für das Überangebot von Neuem und von Alternativen kompensiert und dort gegengesteuert.

Und doch heißt das nicht, dass hier auf zwei Arten, mit entgegengesetzten regulativen Ideen dasselbe angeboten wird. Das »Maß zwischen Neuem und Vertrauten« zu bieten ist nicht das medienübergreifende Wesen des Angebots, das nur unterschiedlich gewährleistet wird. Denn selbst wenn das stimmte, wäre damit ist nur vom Wesen eines Materials die Rede. Die Art und Weise, wie das »Gegensteuern« nicht nur auf das Angebot, sondern auf die Rolle des Zuschauers wie des Gestalter des Angebots wirkt, wird damit stillschweigend zu einer nachträglichen Funktion reduziert, während es damit in Wirklichkeit noch gar nicht bedacht wird.

Es wäre fatal, nun ergänzend statt nach dem Wesen des Materials nach dem Wesen der Momente zu fragen. Ein Wesen in dieser Art des Fragens kann nur Material haben; es ist diese Art des Fragens nach dem Wesen oder die stillschweigende Annahme eines solchen als die Antwort auf eine implizit gestellte Frage an den Gegenstand, wodurch etwas als Material in

den Mittelpunkt rückt. Will man die Perspektive auf das Material ergänzen, dann am besten, indem man die Momente selbst (ihre Gestaltung als eine Entstehenlassen) als das Wesen des Medienangebots denkt. Natürlich deutet dies vollkommen um, was mit Wesen bezeichnet werden sollte, aber genau das ist das Ziel. Genau wie damit dann etwas Flüchtliges gemeint ist, kann es keine (medien-) übergreifende Bestimmung mehr leisten – es löst diese Frage exakt auf und mit ihr die Mittelpunktstellung des Materials. Das Material rückt an den Rand nicht weil der Moment zu seinem »Wesen« (zum Wesentlichen) erklärt wurde, sondern indem durch diese Erklärung ein Perspektivwechsel vorbereitet wird.

4. HERVORHEBUNG UND VERSCHÜTTETES. ZUM ANSATZ DES BUCHS

Eine der großen Fragen, die noch immer in das Projekt des Buchs hineinragen, ist wohl: inwiefern geht es darum, etwas Neuem zu den Weg zu bereiten und inwiefern darum, etwas zu beschreiben, was immer schon gemacht wird? Adressatenbezogen formuliert: wie kann das, was gesagt werden soll, zugleich anküpfungsfähig und originell dargestellt werden? Vielleicht bieten die Analysen des interaktiven Videos hierfür eine mögliche Antwort. Die Interaktivität des Videos schöpft aus zwei Quellen: zum einen einer verschütteten Form von Interaktivität aus einem vergangenen Medium, die neu und viel weniger passiv erfahren wird als damals. Zum anderen schöpft sie aus dieser Form von Interaktivität, die im Modus des Verschüttet-seins weiterhin im aktuellen Medium anwesend ist. Letzteres meint die Kultur des Surfens als Sammeln und Jagen als einem glückenden Abgewinnen von Momenten aus einer Überfülle von Angeboten.

Es ist also nicht einfach so, dass das interaktive Video etwas altes, fremd gewordenes aus der Mottenkiste kramt und wie eine Mode aus den 80ern wieder für aktuell erklärt. Es bringt vielmehr etwas, was immer schon gemacht wird, zu etwas Neuem, indem es eine Funktion der Nutzung des Mediums, die nicht mehr bewusst geschätzt wird, in den Vordergrund hebt. Jeder Nutzer produziert während einer Websession eine Collage in der Zeit, bestehend aus Momenten in der Hoffnung, dass einer entsteht, der sich in den Mittelpunkt stellt, alles um sich ordnet und alles auf sich hinauslaufen gelassen sein lässt. Der nichtige Name dafür lautet nur: Browser History. Diese Tätigkeit in den Vordergrund zu stellen bedeutet gerade nicht, etwas Neues zu machen, dem Medium eine neue Dimension hinzuzufügen. Es be-

deutet, etwas aus dem Medium zu schöpfen, was schon immer da war und dafür muss man gerade die Selbstverständlichkeiten dieses Mediums verstehen. Genauer: man muss sie auf verschiedene Arten verstehen und beschreiben können.

Es macht einen radikalen Unterschied, ob dieser Umgang mit Momenten immer schon mit im Spiel war, oder ob er in den Mittelpunkt gerückt wird. Dieser Unterschied sollte durch die verschiedenen Kulturen von Interaktivität vorbereitet werden. An dieser Stelle beschreibt dieser Unterscheid aber vor allem die Schnittmenge zwischen etwas originellem und etwas anknüpfungsfähigen. Etwas Neues von dieser Art zu machen, bedeutet etwas zu beschreiben, was immer schon da ist und durch diese Beschreibung als einem Explizit-machen damit bereits einem Wandel den Weg zu bereiten.

NEVERMIND THE USER

1. ZUVIEL DES GUTEN? NEBENEINANDER UND NACHEINANDER

»In den Videos von Dylan und Williams äußert sich vor allem die Tendenz Richtung maximierter Spielzeit und freier Wahl der Bildfolge. Statt auf Ein- und Ausblendung von verschiedenen Szenerien, wie es im klassischen Musikvideo üblich ist, setzen sowohl Williams als auch Dylan auf das Nebeneinander aller Einstellungen in gesamter Länge.«¹

In einem früheren Text habe ich mit dem Unterschied zwischen den Strukturen von »Nebeneinander« und »Nacheinander« gearbeitet. Was ich damit im Blick hatte, war die Website in ihrem logischen Aufbau, wie sie der Designer vor sich hat (logisches Nebeneinander), und wie sie in einem gegebenen Besuch durch einen Nutzer erfahren wird (zeitliches Nacheinander).

Ich will eigentlich nur noch einmal hervorheben, wie nützlich diese Unterscheidung ist. Aber sie ist nicht zuletzt deshalb nützlich, weil sie ihre Tücken hat, weil sie Probleme birgt und offen legt. Das interaktive Video funktioniert gerade dadurch, dass sich das Angebot zumindest in einer begrenzten Art und Weise nicht um das Nacheinander (die Ein und Ausblendung im Zitat) kümmert. Dem Nutzer wird überlassen, was in jedem Fall dem Nutzer überlassen wird: aus einem Nebeneinander ein sinnhaftes Nacheinander zu machen. Das und nur das ist die Form von Interaktivität, die ihm überlassen wird.

Die Unterscheidung von Nebeneinander und Nacheinander wollte dem Nacheinander mehr Stellenwert einräumen, aber es wäre fatal, wenn es zu Ambitionen führt, dies dem Nutzer vorwegzunehmen. Das würde nichts anderes bedeuten, als ihn überflüssig zu machen. Überflüssig als interaktiver Nutzer eines Angebots aber auch als Nutzer als solchem, insofern diese Interaktivität nur die allgegenwärtige Aktivität des Nutzers wiederholt.

1 <http://www.taz.de/Interaktive-Musikvideos/1128230/>

2. ZWEI WEGE SIND EINER ZUVIEL: EIN EXKURS ZU JARON LANIER

Das beste Beispiel hierfür findet sich in Lanier's »Who Owns the Future?« in einer entlarvenden Seitenbemerkung. Kontext: der Autor beschreibt einen vergessenen Veteranen und Netzwerkpionier und dessen Konzept einer »Zwei-Wege-Verbindung« als dem konzeptionellen Rückgrat von Netzwerken, welches sich historisch aus eher kontingenten Gründen nicht durchgesetzt hat. Der Autor träumt im Anschluss daran von den Möglichkeiten und Problemlösungen, die ein solches Rückgrat heute zu bieten hätte. Jeder Aufruf von Daten und insbesondere jede Verknüpfung zu Daten würde sich so bei der Quelle melden, dort verzeichnet werden und könnte so honoriert werden.

Lanier leitet daraus eine Utopie ab und fragt lediglich nach den ökonomischen Hürden für eine solche Entwicklung, wiegt sie gegen die langfristigen Nutzen ab und empfiehlt die Investition. Aber was, wenn man die Phantasie ernst nimmt und sich eine alternative, ebenso kontingente historische Entwicklung vorstellt? Mit Lanier hat sich das Internet durchgesetzt trotz einer schlechteren, begrenzteren Technologie der Verbindungsprotokolle. Aber was, wenn es sich gerade wegen dieser begrenzteren Technologie so erfolgreich durchgesetzt hat? Er beschreibt an einer Stelle die Unvorhersehbarkeit dessen, was aus den akademischen Prototypen des Internets werden würde: »wir saßen da in unseren Kellern und fragten uns: nun sind alle miteinander verbunden, aber werden sie sich überhaupt etwas zu sagen haben?« Rückblickend scheint er über diese Seitenbemerkung zu lächeln und kommt zu dem Schluss: die Leute finden schon immer etwas, egal wie nichtig es ist. Das mag sein, aber es bleibt blind dafür, welche Voraussetzungen dafür gegeben sein müssen, dass Leute das Bedürfnis und die Motivation haben (haben können), ihrer Stimme Geltung zu verleihen.

Jemand fügt einer Unterhaltung aus einer Vielzahl von Gründen etwas hinzu, etwa aus Geltungsdrang, sozialem Interesse, Hilfsbereitschaft etc. Und sicher ist die »objektive« Relevanz der Inhalte eher nebensächlich. Aber er kann das nicht, wenn ihm immer schon das Wort aus dem Mund genommen wird, wenn er als Teil der Unterhaltung überflüssig ist. Wenn er nicht gebraucht wird und damit nicht angesprochen ist als Teilnehmer der Unterhaltung, ist seine Stimme nichts.

Um zu der Frage nach der alternativen historischen Entwicklung von Netzwerken zurückzukehren: was ist, wenn gerade die Tatsache, dass der Nutzer oder die Verknüpfung zu Inhalt, also die Wege zu einer Information, gerade dadurch Aktivität provozieren, weil sie

einseitig sind und durch Aufruf und die Verbindung gerade keine bemerkte Aktivität konstituiert wird?

Jemand hinterlässt einen Kommentar und leistet damit nachträglich den »zweiten Weg« der Verbindung, egal wie unvollkommen. Jemand produziert ein Blog zu einem Thema, damit zu ihm eines Tages so verlinkt wird, wie er selbst zu anderen verlinkt oder Links folgt. Das allgegenwärtige Angebot: »auch du kannst dir Gehör verschaffen« setzt ein unbefriedigtes Bedürfnis voraus, welches für die Gesamtmenge der Nutzer nie befriedigt werden kann: für jeden, der Gehör findet, muss es neue Nutzer geben, deren Bedürfnis dadurch neu angespornt werden: ein ewiger Wettbewerb der Aufmerksamkeit, eine Explosion der Aktivität. Sicher hat Lanier Recht, wenn er meint, dass die »Zwei-Wege-Verbindung« aus vollkommen kontingenten Gründen auf der Strecke geblieben ist. Aber wenn sie sich durchgesetzt hätte: es wäre mehr als wahrscheinlich, dass die Frage der Pioniere im Keller: »werden sie sich überhaupt etwas zu sagen haben?« die Rolle eines bösen Omens gewesen wäre. Die vermeintlich bessere Technologie wäre zu perfekt gewesen, sie hätte niemanden mehr gebraucht, der mit seiner Aktivität den Kreislauf der Verbindungen wieder und wieder schließt.

3. WAS BLEIBT UND SONST NICHTS

Es gibt also eine falsche, fatale Art, an den Nutzer zu denken und zu glauben, man würde ihm einen Gefallen tun, wenn man ihm das bestmögliche Bett bereitet. Streng gesagt droht jeder direkte Fokus auf den Nutzer vor der Nutzung selbst, in diese Falle zu tappen.

Es gilt also gewissermaßen, den Nutzer neu zu denken, damit man ihn getrost vergessen kann. Der Designer, der sich auf das Nebeneinander konzentriert, tut dem Nutzer in gewisser Hinsicht gut, er vernachlässigt ihn, lässt ihn aber auch gewähren. Würde er sich auf das Nacheinander so konzentrieren, wie er das mit seinen logischen Strukturen tut, wäre das Ergebnis eine Katastrophe (im besten Falle; im schlimmsten Fall wäre das Ergebnis ein totes Brachland eines Designs). In dieser Hinsicht ist die Gefahr, also das, wogegen es anzuschreiben gilt, nicht nur der Designer mit Tunnelblick, der nicht an den Nutzer denkt. Es ist mindestens so sehr der engagierte Experience Designer, der die Stelle des Nutzers einnimmt und ihm nimmt, was ihn zum Nutzer macht.

Der Unterschied zwischen dieser Gefahr und dem, was es sich lohnt, zu beschreiben und zu

fördert, liegt eben darin, welchen Nutzer man vergessen hat. Es ist wohl wie mit einer neuen manuellen Tätigkeit, die man lernt, indem man Handgriffe und Bewegungen automatisiert. Erst muss man sich diszipliniert umgewöhnen und darauf achten, dass man nicht in die alten Routinen zurückfällt. Aber der Punkt, an dem man wirklich dazu in der Lage ist, die neue Tätigkeit einzusetzen, ist der, wo diese Phase des neuen und bewussten Handelns nur noch als eine Phase des Stolperns in der Erinnerung zurückbleibt.

Auch wenn das weit über das Buch hinausreicht: wenn Experience Design wirklich einen nachhaltigen Einfluss auf die Designpraktiken haben sollte, dann an dem Punkt, wo es als eine Mode ad acta gelegt wurde und man vermeintlich zu den alten »basics« zurückgekehrt ist. Dieser Entwicklung kann man nicht im Weg stehen wollen – die inhärente Undankbarkeit dieser Entwicklung ist bereits angelegt in der Verbindung von Beschreibung und Innovation.

EXPERIENCE IN ACTION.

»BROKEN AGE« ALS BEISPIEL FÜR OFFENES EXPERIENCE DESIGN



Am Anfang von Broken Age wird eine der Hauptfiguren zur Hilfe gerufen, weil einige seiner Freunde von einer Lawine begraben wurden. Das ist nicht einmal das einzige Unglück, das auf ihn wartet: er muss zwischen vier Ereignissen wählen, die alle auf seine Intervention warten. Er trifft am Unglücksort ein und wird von Hilfescreien begrüßt. Diese verwandeln sich schnell in Lob, Dank und Jubelschreie, nachdem er seine Aufgabe bewältigt.

Die Lethargie, mit denen die Figur seiner Aufgabe entgegengeht, ist dieselbe, mit der er die Lawine aus dem Weg räumt. Das hat weniger damit zu tun, dass sein einziges Werkzeug dafür ein kleiner Eislöffel ist. Eher damit, dass die Lawine aus Schokoladeneis besteht, die Verunglückten kleine Roboter in Häkelkostümen sind und sie nur auf ihn gewartet haben, um ihn zu unterhalten. Wie jeden Tag.

Die anderen Aufgaben warten tatsächlich auf ihn, nichts geschieht, was nicht für ihn vorbereitet wurde und nachdem die Herausforderungen gelöst wurden, jede von ihnen mit Netz und doppeltem Boden, beginnt ein neuer Tag und alle vier Aufgaben warten wieder auf ihn. Das Spiel gibt eine Endlosschleife vor, die auch für den Spieler nicht endet, solange er sich an die Vorgaben hält.

Broken Age ist ein traditionelles Adventure-Spiel, ein Kickstarter-Projekt mit dem Versprechen, ein altbewährtes Medium zum Leben zu erwecken. Dieses Medium übt offensichtlich noch einen großen Reiz auf ein potentielles Publikum aus, denn das Funding war überaus erfolgreich (es hat sicher geholfen, dass die Namen der Entwickler synonym mit dieser Tra-

dition sind). Dieses Medium übt außerdem einen großen Einfluss aus auf die Geschichten und Themen, die darin verhandelt werden. Ein Adventure-Spiel macht Dinge mit seinen Geschichten, seinen Figuren und seinen Spielern.

Das Spielprinzip dieses Genres ist in gewisser Hinsicht sehr offen angelegt. Es geht um Rätsel, die man durch Ausprobieren, Kombinieren und Erkunden löst. Man wird für seine Versuche nicht bestraft,¹ sondern ermutigt, alle Optionen zu probieren, die angeboten werden. Die Herausforderung des Entwicklers ist es hier, einerseits die Lösungen anzubieten, also nicht künstlich zu verstecken, und gleichzeitig nicht zu offensichtlich zu gestalten. Das Erfolgserlebnis des Spielers hat die Form: wie bin ich nicht gleich darauf gekommen?

Diese Offenheit des Spielprinzips ist geknüpft an die Geschlossenheit der Spielumgebung, in der sie garantiert ist. Alle Gesprächsoptionen können gewählt werden und keine bricht den Dialog ab. Man kann ein Kapitel nicht abschließen, ohne all das mitgenommen zu haben, was man später brauchen wird. Die Dinge, die man anklicken kann, sind in der einen oder anderen Art und Weise relevant. Was man an Gegenständen mitnehmen kann, sollte man mitnehmen.

All das ist einer gewissen Ökonomie der Rätsel geschuldet, in der es als schlechter Ton der Entwickler gilt, seine Aufgaben und Lösungen für den Spielern in einer Masse von Optionen zu begraben und verbergen. So gut wie jeder Gegenstand im Inventar ist einmal und nur einmal zu gebrauchen, jeder Ort hat einen Zweck und ist nicht nur Durchgangsort. Kommt der Spieler nicht weiter, sind Fragen wie »wo habe ich noch nichts gemacht?« und »was habe ich noch nicht benutzt?« sehr hilfreich.

Es handelt sich also um einen Goldenen Käfig, eine Spielwiese mit Netz und doppeltem Boden. Die Anfangsszenen in *Broken Age* konfrontieren diesen Aspekt direkt und stellen dem Spieler die Frage: ist das wirklich das, wonach du dich gesehnt hast? Die implizite Antwort an diesem Punkt ist noch recht einfach. Die Offenheit und Ermunterung zum Ausprobieren mag eine Illusion sein, aber das Problem ist nur, dass es eine schlecht gemachte Illusion ist. Die Rätsel sind lächerlich einfach, es gibt keine echten Erfolgserlebnisse und nicht genug zu tun. Die Geschlossenheit wird belastend, weil die Offenheit des Spielens nicht eingelöst wird, für die man sie in Kauf genommen hat.

1 Natürlich habe ich hier mehr die alten LucasArts Adventures vor Augen. Aber auch in den Sierra-Spiele, wo man wirklich überall an allem gestorben ist, waren dies nie Tode, die im Spiel überwunden werden mussten, keine Herausforderungen, sondern Hinweise, dass nach dem »Load Game« die Lösung anderswo zu suchen ist.



Eine andere Hauptfigur in Broken Age beginnt das Spiel umgeben von freundlichen Charakteren, die sie feiern und bestätigen. Sie vermitteln der Figur einen Auftrag, einen Sinn und erklären ihren Platz in der Welt. Die ersten Rätsel zwingen dazu, den Gang der Dinge aufrechtzubalten. Es gibt eine Torte und alle freuen sich darauf. Das Tortenmesser fehlt. Es war der grummelige Großvater, aber der ist kein Hindernis oder Gegner. Man bezieht ihn mit ein und bietet ihm an, ein Cupcake mit ihm zu teilen. Ohne nachzudenken holt er das Messer heraus um es in zwei zu teilen – da ist das Messer, Problem gelöst und alles ist wieder im Lot.

Die Torte ist für eine große Feier und danach findet man sich am Strand wieder, mit den anderen Dorfschönheiten in riesigen Kleidern. Streit bricht aus über die geteilte Erwartung aller vier Kandidaten. Der Hauptfigur wird wieder ihr Auftrag und ihr Platz in der Szene vermittelt. Jede will sich durchsetzen, jede will auserwählt werden. Um vom Tentakelmonster aus dem Meer gefressen zu werden.

Es gibt einen guten Grund, warum der goldene Käfig der Adventure-Spiele normalerweise für die Spielerfahrung kein echtes Problem darstellt. Man stößt eher selten an die Grenzen des Spiels. Natürlich geschieht es sehr oft, dass das Spiel Lösungsansätze verwehrt. Aber dies hat für die Spielerfahrung nicht die Form: das Spiel lässt das nicht zu, sondern: ich habe die Lösung noch nicht. Kurz gesagt geht es weniger, aus dem Spielfeld herauszukommen, als darum, überhaupt erst hineinzukommen.

Was damit gemeint ist, wird klarer, wenn man das Genre klar abgrenzt von anderen Denk- oder Rätselspielen. Im Gegensatz zu verschiedenen Knobelspielen oder Logikrätseln unterscheiden sich unterschiedliche Adventure-Spiele nicht durch ihre jeweiligen Spielregeln. Es geht nicht um Rauten, die mit Zahlen gefüllt werden müssen oder Karten, die in Reihen sortiert werden müssen. Es geht um ein Point-and-Click System, das mehr oder weniger gleich funktioniert.

Aber das macht verschiedene Adventure-Spiele mit ihren unterschiedlichen Szenarien nicht zu einfachen Iterationen desselben Spielprinzips wie das Sudoku der Woche und das der nächsten Woche. Die eigentlichen Spielregeln eines Adventure-Spiels erklären und ergeben sich erst im Spiel selbst und ein großer Teil des Spiels besteht darin, diese schrittweise zu lernen. Dies ist gemeint damit, in die Spielwelt überhaupt erst hineinzukommen. Die Lösungen für die Rätsel sind oft absurd, komisch und charmant, aber alles andere als intuitiv. Sie folgen ihrer eigenen Logik, aber es ist eine, die sie in einem guten Spiel alle teilen. Und diese Logik steht in einem Zusammenhang mit der Spielwelt, ihrem Ton, ihren Themen und ihrer Stimmung. Man muss sich hineinfinden um zu lernen, wie das Spiel ›tickt‹, denn mit einem distanzierten Common Sense kommt man eher selten zur Lösung.²

Die Spielerfahrung eines Adventures ist also daran geknüpft, die Erwartungen lesen zu lernen, die das Spiel an einen stellt. Man lernt, Distanz abzubauen zur Spielwelt und zu diesen Erwartungen selbst. Dieses Denkspiel zu spielen bedeutet eine besondere Form von Engagement und damit ein schleichendes Hinnehmen der Konventionen und Erwartungen. Man denkt über alles nach, aber nicht darüber, ob man tatsächlich mitmachen sollte – die Konventionen sind Bedingung und nicht Gegenstand der Denkanstrengungen. Diese Rahmenbedingungen sind oft niedlich und charmant, aber noch lange nicht neutral oder harmlos.

Angeleitet wird die Logik der Rätsel und Lösungen von der Spielwelt und ihren Figuren. Damit ist diese Dynamik des Einübens von unkritischer Distanz untrennbar mit der Geschichte und der Rollenverteilung der Charaktere innerhalb des Spiels verwoben. Oben hieß es: das traditionelle Genre übt einen Einfluss aus auf Spieler wie auf die Geschichten aus, die darin erzählt werden. Das stimmt sicher für jedes Genre, aber es trifft hier in einem besonders sprichwörtlichen Sinn: es geht um die Vermittlung von Tradition, um den Reiz und die Verführung von gegebenen Rahmenbedingungen, die dadurch wirken, dass sie als solche benötigt werden: als Überlieferungen und Übertragungen. Ich übertrage die Logik der Spielwelt auf die Lösungsansätze, solange diese Prinzipien mich Spieler herausfordern, ich voll beansprucht bin davon, hineinzukommen.

2 Wenn man am Anfang von *Sam and Max* den Hasen mit der Steckdose benutzt, ist das eine Exposition, die sagt: dieses Spiel benimmt sich nicht so wie die Spiele, die ihr von uns kennt. Das betrifft zugleich Rätsel und Spielwelt.

Wenn in *Indiana Jones and the Fate of Atlantis* immer die Peitsche im Inventar ist, dann als Steilvorlage für schräge Erklärungen, warum sie als Waffe jetzt gerade nicht benutzt werden kann. Wenn sie dann endlich zum tragen kommt, dann sicher nicht in einer Actionszene mit Nazis.

Damit diese Prinzipien ins Schwanken kommen, muss schon einiges passieren. Da Spielwelt, Ton und die erzählte Geschichte nicht von der Logik des Spiels zu trennen ist, kann ein Bruch auf dieser Ebene diese Dynamik zumindest provisorisch in Frage stellen – zum Beispiel durch den Sprung vom Zuckergebäck zum Tentakelmonster in *Broken Age*. Aber das allein reicht noch nicht aus, nicht jeder überraschende Tonartwechsel in einer Geschichte ist ein echter Bruch. Dies ist ja genauso die Struktur, mit der Geschichten einen Witz oder eine Pointe vorbereiten. Was hinzukommen muss, ist eine echte Irritation in der Funktion dieser narrativen Elemente, die sie als Anleitung für die Erwartungen und die Logik des Spiels ausüben.



Wenn Mog Choobra, das Tentakelmonster in Broken Age, am Horizont erscheint, dann ändert sich auch der Sinn der Empfehlungen und Vorschläge, die durch die Figuren in der Spielwelt gemacht werden. Das kann es ja nicht sein, denkt man sich als Spieler – nicht weil es alles so mies ist, sondern weil es einen Widerspruch zu den stillschweigenden Spielprinzipien produzieren würde. Ich darf und soll ja eigentlich experimentieren, es geht immer weiter und ich werde nicht fürs Mitmachen bestraft.

Wenn mitmachen bedeutet, mich als Tentakelfutter zu empfehlen, brechen die Spielregeln noch nicht, aber sie geraten ins Wanken. Die Hauptfigur stellt ihre Rolle in Frage (und sich damit auf andere, vergessene Traditionen beruft) und ich lerne als Spieler, mich für die Logik des Spiels und seiner Probleme an etwas anderes zu halten: an eine Figur, die diese Logik mit der Spielwelt neu aushandelt.

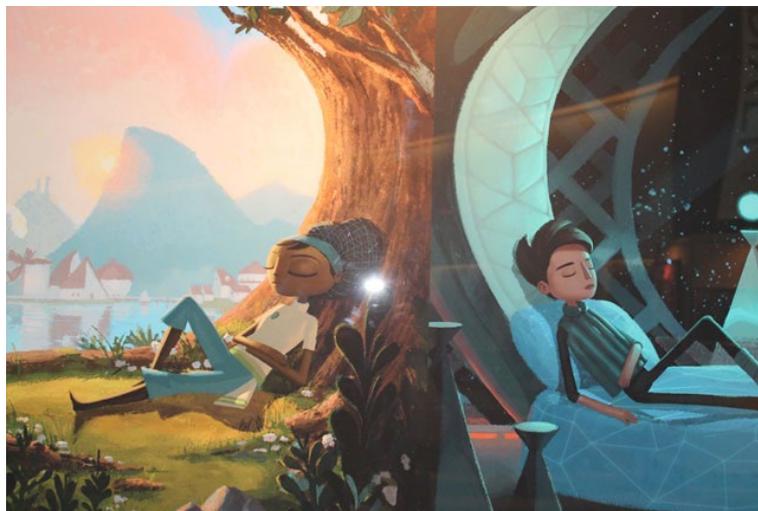
Natürlich sind all das Ereignisse innerhalb des Spiels selbst. Der Bruchpunkt oder der Moment des Schwankens sind fest im Skript verankert. Man kann nicht wirklich sterben, es geht weiter. Alles was übrig bleibt, sind revidierte Spielregeln innerhalb desselben Rahmens. Ist es also nicht mehr als ein sanfter Meta-Kommentar, der implizit am Ende des Tages (oder

des Spiels) die Waffen streckt, weil er selbst in der selben Sprache, dem selben Vokabular, derselben Logik artikuliert bleibt und sie bestätigt?

Das ist sicher ein Problem oder noch mehr: das ist notwendig der Fall und nichts, um das man sich herumtricksen kann. Im anderen Handlungsstrang des Spiels entkommt der Junge seinen Weltrettungen, indem er beginnt sie zu sabotieren. Er wird daraufhin von einem suspekten Verbündeten im Empfang genommen, der ihm scheinbar die Augen öffnet für das, was wirklich geschieht. Jetzt gibt es richtige Aufgaben und sie sind richtig gefährlich. Aber es sind trotzdem immernoch Aufgaben und der neue Auftraggeber hat sogar ein Headset im Angebot, damit er als Stimme im Kopf jederzeit präsent bleiben kann.

Der Bruch in der Geschichte ist nur eine Verschiebung und sie ist gerade dadurch erfolgreich, dass man das Gefühl bekommt: jetzt habe ich es durchschaut. Ich habe das Erfolgserlebnis, hinter die Kulissen der Erwartung vorgedrungen zu sein, ich bin tiefer in die Spielwelt hineingekommen. Es hat sich aber nicht nur nichts geändert, sondern noch verschärft. Was bleibt an diesem Punkt noch? Noch eine weitere Ebene, eine neue Kulisse hinter der Kulisse? Macht das dann einen Unterschied oder verschärft es alles nochmal?

Bis zum Ende des Spiels wird darauf verzichtet, weitere Hinterwelten aneinanderzureihen. Es genügt, die Dynamik einmal vorzuführen. Denn es geht weniger darum, diese Meta-Reflexion auf das Genre als Lösung oder Erleuchtung anzuempfehlen, sondern im Gegenteil vorzuführen, dass sie für sich genommen noch nichts bedeutet. Zu verstehen, wie es läuft, bedeutet nichts in dieser Art von Spiel. Nur weil man nachdenkt, macht man noch nichts anders als wenn man die Denkaufgaben löst, indem man versteht, wie es nach der Logik des Spiels läuft.



Wie bereits angedeutet, gibt es in Broken Age zwei Hauptfiguren, das Mädchen aus dem Dorf am Strand und den Jungen im Raumschiff mit seinen Roboterfreunden. Es macht einen besonderen Sinn, von zwei gleichberechtigten Hauptfiguren zu sprechen.

In den meisten anderen Medien könnte man den Text kritisch hinterfragen, ob es sich wirklich um komplementäre Figuren handelt, oder ob eine unter der Hand nur dramatische Steilvorlagen für die andere leistet. Das ideale Kaleidoskop dafür sind die typischen Geschlechterrollen: es ist wieder einmal Oscar-Saison und allzu oft ist die durchschnittliche Screentime und die Rolle dessen, wofür eine Hauptdarstellerin ausgezeichnet wird, eine sehr andere als das, womit die Hauptdarsteller gegeneinander antreten.³

Was in Broken Age von Anfang an eine solche supplementäre Dynamik verhindert, ist zu einem Teil in der Spielstruktur verankert. Die beiden Hauptfiguren begegnen sich im Grunde nicht direkt, sondern haben parallele, gleich lange Stränge im Spiel. Und als Spieler kann man frei wählen, mit welchem man beginnt. Man muss sogar wählen, bevor man auch nur ein Intro mit der Geschichte beginnt und mit den Figuren Erwartungen verknüpft.

Zum anderen, ungleich wichtigeren Teil ist dies nicht nur in der Spielstruktur, sondern in der Spielerfahrung verankert. Mit einem immer präsenten Icon am Rand des Bildschirms kann man zwischen den beiden Strängen wechseln. Es gibt keine Kapitel oder Akte, der Sprung zur Seite in den parallelen Strang ist jederzeit möglich. Ein Spieler kann erst den einen Strang durchspielen und dann den anderen. Ein anderer Spieler schaut sich beide einmal an und macht mehr in dem, für den er sich entscheidet. Ein dritter Spieler wechselt regelmäßig hin und her. Das lässt sich noch immer als Teil der Spielstruktur fassen, wo es angelegt und ermöglicht wird. Aber es wird zur Spielerfahrung, wenn es sich bei jedem Spieler mehr oder weniger zufällig unterscheidet. Wenn man zugesteht, dass ein vorgegebenes Arrangement von Akten im dramaturgischen Wechsel zwischen den Figuren eine erzählerische Wirkung hätte, dann muss man auch zugestehen, dass der freie Wechsel zwischen den Strängen für jeden Spieler eine solche Wirkung produziert.

Natürlich werden die wenigsten Spieler als virtuoser Dramaturg für ein besonders tief sinniges Timing dieser Wechsel sorgen, um ihre eigene Collage für das schönste ›Let's Play‹ Video auf Youtube zu schaffen. Wie sich die Wechsel und Übergänge ergeben, ist viel offener, zufällig aber deshalb noch lange nicht willkürlich.

3 Dieses Jahr ist Blue Jasmine vielleicht eine schöne Ausnahme, aber dagegen stehen eine Reihe von One-Man-Shows wie All is Lost, von hundert Actionfilmen ganz zu schweigen.

Der Moment, in dem ein Spieler wechselt, ist wenn er aus irgend einem Grund genug von einem Strang hat. Vielleicht ist der typische Grund, dass er bei den Rätseln feststeckt und nicht weiterkommt. Es gibt aber keine direkten Anreize oder Belohnungen dafür, zu wechseln. Der jeweils andere Strang bietet keine versteckten Hints oder Tips für den ersten. Alles, was ein solcher Wechsel bietet, ist die Gelegenheit, etwas anderes zu tun und vielleicht später frisch wieder zurückzukehren – hin und her zwischen den Strängen.

Das Spiel macht also den Bruchpunkt fruchtbar, der dem Genre innewohnt: die Frustration und das Steckenbleiben. Dies ist eine typische Erfahrung in Adventure-Spielen. Man hat das Gefühl, alles probiert zu haben und kommt nicht weiter, bis man das Spiel ruhen lässt und dann weit weg vom Bildschirm eine Idee hat, die man in der nächsten Spielsitzung ausprobieren kann. Die Erfahrung des »in das Spiel hineinkommen« ist nicht so sehr, wie oben beschrieben, die Bedingung dafür, Erfolg zu haben, sondern es ist ein Aspekt des Spielens selbst: um erfolgreich zu sein, muss ich im Prozess sein, mich hineinzufinden, selbst wenn das bedeutet, eine Weile Abstand zu nehmen um dann wieder hineinzukommen. Der Moment, in dem ich vollkommen hineingefunden habe, ist der Punkt, an dem ich den Überblick verliere, nicht mehr Out-of-the-Box denke und mir die Logik der Spielwelt entgleitet.



In Broken Age ist dieser Schritt aus dem Spiel (in einem Strang) noch Teil des Spiels. Genau wie der Schritt hinter die Kulissen der Erwartungen noch im Spiel aufgehoben war, sind diese Distanzierungen noch Teil davon. Der signifikante Unterschied besteht aber darin, dass es sich hier trotzdem um echte Brüche handelt. Es macht keinen tieferen Sinn, zu wechseln, nichts empfiehlt den Wechsel, nichts bringt denen einen Strang weiter. Die Spielwelt des einen Strangs hilft nichteinmal, besser in die Logik der Spielwelt zu kommen, Strand

und Raumschiff und deren Figurenkonstellationen sind auch tonal viel zu unterschiedlich. Nur so können sie ja als Alternativen, Pausen und Exkurse fungieren, von denen man dann jeweils zurückkehrt.

Gerade weil die Wechsel so unmotiviert sind, befruchten sie sich gegenseitig. Gerade weil es keine Belohnung gibt, ist es wert zu wechseln. Weil es stark durch Zufall bestimmt ist, sind sie nicht wie die Brüche in der Erzählung inder selbst aufgehoben. Aber trotzdem sind die Stränge teil desselben Spiels. Was unterscheidet dies nur von einem Spieler, der zwischen zwei vollkommen unabhängigen Spielen wechselt?

Vielleicht nicht mehr als die Tatsache, dass in *Broken Age* beide Teile aufeinander gleich verweisen, sich gegenseitig dieselbe Art von Auszeit bieten. Bei unterschiedlichen Spielen, parallel im Wechsel gespielt, wird kaum eines in der selben Art für das andere fungiert wie umgekehrt. Das Ballerspiel bietet eine andere Pause für das Rätselspiel, als das Rätselspiel für das Ballerspiel bietet. Die Stränge sind also Teil desselben Spiels, indem sie (scheinbar) nichts verbindet. Genau dadurch, dass sie getrennt sind, erfüllen sie ihre Rolle desselben, eines Spiels. Die Trennung ist so unscharf, wie die Verbindung durch die Wechsel zufällig bleibt. Aber gerade, weil es keine echte, radikale Offenheit ist, sondern eine, die immer mit ihrer Funktion in einem geschlossenen Rahmen ringt, sind echte Brüche, echte Verhandlungen der Traditionen möglich.

Indem der Spieler zwischen den Strängen (zufällig oder eigenmotiviert) wechselt, geht es nicht mehr nur darum, etwas zu verstehen, sondern darum, etwas zu tun. Es führt kein Weg vom Entlarven der Kulissen und Konventionen durch den Meta-Kommentar zu einer neuen, (angemessen un-)zeitgemäßen Art von Spiel. Es ist die zufällige Handlung des Wechsels, die jene Änderung sinnhaft werden lässt und ein besseres Verständnis produziert.

Das bedeutet auf der Ebene der Geschichte, dass der Wechsel nicht anders kann, als eine erzählerisch-dramaturgische Collage zu gestalten und hier *eingreift*. Es heißt auf der Ebene der Erfolgserlebnisse des Spielens, dass durch die Distanz und Wiederannäherung frische Ideen entstehen, nicht durch Inspiration im anderen Strang, sondern durch die Gelegenheit, die Annäherung wieder zu *leisten*. Es bedeutet für das Genre, dass die Rahmenbedingungen *verhandelt* werden, indem mehrere verschiedene Rahmen in ein Kontrastverhältnis gesetzt werden, statt in einem einzelnen immer tiefer zu graben. In jedem dieser Fälle ist der Praxisaspekt an eine gewisse Willkür geknüpft. Jede dieser Handlungen ist gewissermaßen geleitet, greift nicht radikal von Außen ein, aber sie tut etwas mit den Vorgaben, insofern ihre Bedeutung, ihre Konsequenzen und vor allem ihr Timing nicht voll antizipierbar ist.



Um noch einmal zu Broken Age selbst zurückzukehren: all dies lässt sich an nichts so gut greifbar machen, wie am Art-Design des Spiels. Es hat den Retro-Charme, den man von einem solchen Projekt sofort erwartet. Die Figuren und die Szenerien sind geradzum bemüht zweidimensional gehalten, Köpfe schauen weiter in Richtung des Bildschirms, wenn sich die Körper der Figuren beginnen seitlich zu bewegen. Wenn sich manche Gegenstände in dieser Spielwelt selbst als zweidimensionale Objekte herausstellen, ist das ein augenzwinkender Witz, aber kein beliebiger. Eine Wolke stellt sich etwa als ausgesägte Sperrholzfäche heraus – als reine Kulisse, durchschaubar auch und gerade in einer zweidimensionalen Welt.

Aber wieder kommt die eigentliche Pointe durch die Parallelmontage des Wechsels zwischen den Strängen hinzu. Auch wenn jede der beiden Welten des Spiels für sich zweidimensional sind, bilden sie zusammen eine lebendige, plastische, dreidimensionale Gestalt, wenn und nur wenn beide nicht eine Ebene teilen.

GESTALTEN DER PARRHESIA:

UNREINE BEMERKUNGEN

In dem Artikel wird stark auf die potentiell zerstörende oder unterbrechende Funktion von parrhesia eingegangen, zusammen mit der "Aura der Authentizität", die sie umgibt. Diese Beschreibungen sind phänomenal nicht falsch und wahrscheinlich treffen sie wirklich am besten die Situationen und Fälle, die den Autor als potentielle Anwendungsfelder interessieren.

Im Foucault-Text gibt es aber noch eine zweite Gruppe von Fällen, in denen das Verhältnis zwischen parrhesia und der bestehenden Ordnung etwas anders gelagert ist. In diesen Fällen ist die bestehende Ordnung nicht nur notwendige Bedingung für den "Bruch" der parrhesia, sondern die Ordnung provoziert geradezu dieses Wahrsprechen. Sie macht sich die spezifische Wahrheitsfähigkeit der parrhesia zunutze, weil diese in der Ordnung nicht möglich ist. Zumindest in einem nachgeordneten Sinn ist damit nicht nur die Ordnung notwendige Bedingung für den "Bruch", sondern dieser auch notwendige Bedingung für den Fortbestand der Ordnung.

Mich interessieren also zunächst diese anderen Fälle (1). Dann möchte ich von diesen zurück auf die Fälle des Artikels kommen und untersuchen, ob es sich nur um verschiedene Rahmenbedingungen oder um verschiedene Formen von parrhesia handelt. Genauer will ich neben den verschiedenen Ordnungen der Fälle die verschiedenen Machtkonfigurationen kontrastieren, die mit ihnen einhergehen, um den Aspekt „Macht“ für die Fälle des Artikels überhaupt in den Blick zu bekommen (2). Und dann würde ich gern die Ergebnisse über den Artikel hinaus fruchtbar machen. Aber das (3) wäre wohl zuviel versprochen.

1. INSZENIERTE PARRHESIA: EINE ANDERE ORDNUNG

Klarer werden jene „anderen Fälle von Parrhesia“ an dem Beispiel aus dem Foucault-Text, an das ich mich am besten erinnere: ein Bote kehrt mit einer Nachricht zurück zum Herrscher. Er sollte dem Rivalen des Herrschers ein Angebot überbringen und tritt nun vor seinen

Herren, der zusammen mit seinem Hofstaat die Antwort erwartet. Der Bote zögert, ist verängstigt. Seine Nachricht ist die einer Ablehnung, vielleicht begleitet von einer Barrage von Beleidigungen aus dem Mund des Rivalen. Foucault weist hier auf zwei Praktiken hin: (1) der Bote überbringt keine Schriftrolle oder ähnliches Zeugnis der Autorschaft; (2) das Prinzip "Don't shoot the messenger" existiert in der bekannten Form nicht. Dies ist zwar durchaus bekannt, jedoch nicht als Regel oder Konvention, sondern als eine Art von Empfehlung oder sprichwörtlichem Ratschlag: der Herrscher kann sehr wohl den Boten bestrafen, kann jedoch auch Gnade walten lassen und dies mit Klugheit, Handlungskunst und damit Souveränität verknüpfen (letzteres ist extrem wichtig, siehe unten).

Diese beiden Praktiken liest Foucault als die notwendigen Bedingungen dafür, dass der Bote der parrhesiastische Sprecher schlechthin sein kann. Wenn er die Beleidigungen rezitiert, setzt er sich den Launen des Herrschers aus, genauso wenn er die Botschaft schön oder ändert (vielleicht kommt dies erst später heraus, aber die Praktik, ihn dann zu bestrafen, dürfte Bedingung No.3 sein). Ohne das Risiko des "The messenger might be shot at any time" ist der Botschaft nicht zu trauen: warum sollte ein Bote sich dem Risiko aussetzen, wenn es nicht die Wahrheit ist? Und: wie sollte er die Wahrheit sagen in dem sozialen Sinne, dass ihm geglaubt wird und in dem diskursiven Sinne, dass seine Worte von etwas künden, dass über ihn selbst hinausgeht (es soll ja nicht als seine Beleidigung verstanden werden) – wenn nichts auf dem Spiel steht?

Hätte der Herrscher seinen Bruder oder seinen engsten Berater losgeschickt, hätten diese viel mehr zu verlieren, wenn sie die Wahrheit sprechen würden. In dem Maße wäre es ihnen eben umso schwerer, als parrhesiastische Sprecher aufzutreten. Einen Schritt weiter: der Herrscher selbst wäre gar keinem Risiko ausgesetzt, er ist es in seinem Thronsaal überhaupt nicht (solange die Ordnung besteht). Seine Souveränität ist erkaufte durch den Preis, dass er selbst vollkommen abgeschnitten ist von der Parrhesia. Er braucht dafür andere und idealerweise jemanden, der im parrhesiastischen Spiel vollkommen ausgeliefert ist, vollkommen aus der Ordnung mit ihren Privilegien fällt. Das ist der Bote, wenn er vor den Herrscher tritt. Wird er entlassen aus dieser Rolle und kehrt nach Hause zurück, wird er wieder Teil der Ordnung.

Das heißt in gewissem Sinne: der Herrscher ist nicht fähig, die Wahrheit zu sagen, er kann nur die Wahrheit schaffen.¹ Er kann aus dem Orakel kommen und sagen: der Gott hat zu mir

1 Interessante Fälle sind vielleicht (1) der König ohne Kleider und (2) Moses, der mit den Tafeln vom Berg

gesprochen, dies werden wir tun. Er kann nicht die Wahrheit sprechen bedeutet nicht: keiner glaubt ihm, sondern: alle nehmen es hin. Die Ordnung baut darauf, dass es nicht falsch sein kann und es muss wahr oder falsch sein, um gesprochene Wahrheit sein zu können.

In Fällen von der Art des Boten vor dem Herrscher ist das parrhesiastische Spiel eingelassen in die Ordnung, ist gefordert und antizipiert. Die Funktion des "Bruchs" mit der Ordnung in der parrhesia ist etwas unschärfer. Es wird damit gebrochen, wie jemand mit dem Herrscher spricht, aber die Ordnung wird nicht in Frage gestellt. "Jetzt sprich schon, oder du wirst meinen Zorn kennenlernen" könnte die Aufforderung des Herrschers an den ängstlichen Boten lauten (nicht: sprich und du wirst meinen Zorn sicher vermeiden).

Es ist wohl richtig, dass die Konsequenzen der parrhesia nie vollkommen antizipierter sind; vielleicht ist das der Grund, warum die Konsequenzen (die Strafe) immer zurückgestellt und in der Schwebelage gehalten werden, bis das Spiel vorbei ist. Aber das Risiko selbst ist antizipiert seitens der Ordnung.

2. UNTER GLEICHGESTELLTEN: PARRHESIA UND MACHTVERHÄLTNISSE

Zurück zum Anwendungsinteresse des Artikels: ich sehe den Hauptunterschied zwischen den Fällen, die der Autor des Artikels vor Augen hat und denen von der Art des Botens vor dem Herrscher ist das (explizite) Machtverhältnis der Redesituation.

In Kommunikationssituationen unter Gleichgestellten ist das Risiko der parrhesia bestimmt wie vom Autor beschrieben das Risiko einer Unterbrechung oder eines Abbruchs der Kommunikation. Warum – oder besser gesagt: wie ist das überhaupt möglich? Parallel zu den Fällen von der Art des Botens muss ich an diese Fälle nicht nur die Frage stellen: inwiefern war die Ordnung notwendige Bedingung für den Bruch, sondern auch: inwiefern hatte der parrhesiastische Sprecher etwas aus Spiel zu setzen? Die Antwort hat natürlich etwas mit Macht zu tun. Die Kommunikationssituation der Gleichgestellten ist natürlich kein machtfreier Raum, vielmehr sind sie sich gegenseitig ausgeliefert und erhalten für einander die

zurückkehrt. Letzteres könnte ja sehr leicht geschaffene Wahrheit beschreiben, aber zur Geschichte gehört auch, dass Moses so lange auf dem Berg abhing, dass zur Zeit seiner Rückkehr keiner mehr was von ihm hören wollte und sie einen neuen Kult aufgemacht haben (goldenes Kalb etc.). Moses muss sich also gegen eine neue Ordnung durchsetzen, die seine Wahrheitsfähigkeit erst ermöglicht.

Ordnung aufrecht. Nimmt jemand die Rolle der parrhesia für sich in Anspruch, stellt er diese Ordnung schon unmittelbar in Frage, da er die Wechselseitigkeit dieser Machtverhältnisse verlässt: wo sonst jeder Souverän und Untertan gleichzeitig ist, verlässt er diese Doppelrolle für einen Moment und erkennt damit seinem Publikum auch die Doppelrolle ab: es wird gezwungen, sich auf die Rolle des Souveräns zu beschränken.

Durch die parrhesia werden die Machtverhältnisse nicht nur unterlaufen oder suspendiert, sie werden je auch transparent gemacht – und sei es nur in der Form eines ungunstigen Gefühls: „hier verschiebt sich gerade etwas“, wenn die normale Ordnung selbst nicht wirklich deutlich wird. Die Machtverhältnisse der modernen Gleichgestellten sind wesentlich implizit.

Und daraus folgt, dass diese implizite Ordnung als notwendige Bedingung für parrhesia auch eine eigene parrhesia produziert. Die parrhesia ist hier nicht gefordert, sondern aufgedrängt. Und ihr Bruch entsteht nicht nur durch das, was sie in der Rede enthüllt oder entlarvt, sondern immer auch schon dadurch, dass sie überhaupt möglich ist. Das Implizite der Machtverhältnisse fordert, dass die Ordnung in dem Maße in Kraft ist, wie man immer wieder überrascht sein kann, dass parrhesia noch nötig bzw. möglich ist.

Im Diskurs der Gleichgestellten als einer Ordnung des Impliziten produziert die parrhesia also zwei Brüche und die Frage ist, wie sie sich zueinander verhalten. Es besteht wohl zumindest die Gefahr, dass der Bruch in den Machtverhältnissen selbst (also das Erkenntnis-sein der parrhesia als solcher) den Bruch der Nachricht und ihrer Inhalte verdeckt. In dem Maße, wie der erste Bruch die Kommunikationssituation in Frage stellt, kann der Sprecher einfach ausgeschlossen werden – nicht wegen des Inhalts seiner Aussage und nicht als Reaktion auf die parrhesiastische Funktion des Inhalts, sondern als Sprecher selbst. Er droht sich zu diskreditieren und damit seine Aussage statt: seine Aussage diskreditiert ihn und bleibt im Diskurs zurück als Anklage gegen diese Zensur.

Das Risiko des Bruchs oder der Unterbrechung ist so radikal, weil die notwendige Bedingung der parrhesia, die machtbesetzte Ordnung, zugleich so schwach und so stark ist. Sie ist stark, weil ihre wesentliche Implizitheit zumeist keine Angriffsfläche bietet. Sie ist schwach, weil wenn sie angegriffen wird, nicht in die Gegenoffensive gehen kann, ohne sich noch mehr zu entlarven.

Der Unterschied zu den Fällen, in denen die parrhesia direkt gefordert wird, ist klar. Hier sind die Machtverhältnisse allzu explizit. Damit ist das spezifische Risiko der parrhesia auch ein

anderes. Es betrifft nicht die Redesituation der parrhesia selbst – diese ist abgesichert – und kann allein die Inhalte betreffen. Parrhesia wirkt genau dort, wo Risiko oder Konsequenzen drohen. Und das ist hier nur der Inhalt der Aussage, während im impliziten Machtverhältnis sowohl Konsequenzen für das Einnehmen der Rolle wie auch für den Inhalt drohen.

Die Fälle von der Art des Botens haben klar gemacht: in dem Maße, wie der Herrscher nicht zur parrhesia fähig ist, benutzt er den Boten als den radikal Unterworfenen. Dies erschien als „unreine“ Parrhesia, da die Rahmensituation immer schon in die Ordnung eingelassen war. Aber wie ist es im impliziten Machtverhältnis? Sind hier wirklich alle ein wenig zur parrhesia fähig?

Sicher mehr als der Herrscher, aber wenn man die Frage so stellt: welche Möglichkeiten der parrhesia lässt die Ordnung der impliziten Machtverhältnisse der Gleichgestellten jedem einzelnen, dann kann man genauso gut antworten: alle sind nur wenig dazu fähig.

Jede parrhesiastische Situation unter Gleichgestellten setzt voraus, dass die Ordnung vorher ein wenig bricht. Einer in ihr exponiert sich, überschreitet seine Autorität ein wenig, nimmt sich zuviel heraus oder schätzt seine Rolle falsch ein und bringt seine Doppelrolle von Souverän und Untertan im Schwarm ein wenig ins Wanken. Auf diesen Einen (als Repräsentant der gesamten Ordnung) reagiert der parrhesiastische Sprecher in dieser Ordnung. Es ist keinesfalls so, dass hier jeder diese Rolle einnehmen kann und dass das Risiko nur viel größer ist, weil es den Reiz oder die Provokation der parrhesia immer mit sich zu reißen droht (wegen des doppelten Risikos).² Das Spiel der parrhesia kann hier weder gewährt noch eingeklagt werden, es wird nur durch Unfälle oder Zufälle, durch Fehler in der Ordnung ermöglicht.

Zurück zur Frage nach der „Reinheit“ der Parrhesia: es stimmt natürlich immernoch, die parrhesia als halb-antizipierter Teil der Ordnung ist gewissermaßen unrein. Aber genau diese Unreinheit oder Unschärfe ist es, was sie ausmacht. Sie bietet nicht eine andere Ordnung, nicht den Nullpunkt der Authentizität oder der reinen Tatsachen. Sie bewegt sich eher an den Grenzen einer Ordnung und franst ihre Ränder aus. Sie muss halb in das Spiel eingelassen sein, um ihre Funktion zu erfüllen, genauso wie sie nur dann radikal nicht antizipierbar

2 Ich glaube, hier hinkt der Vergleich im Artikel zwischen der Aktion des Kynikers und dem Social Media Scandal. Im Diskurs der Gleichberechtigten zieht man die Aufmerksamkeit (immer zumindest auch) auf sich, während der Kyniker zumindest hofft, durch sich die Aufmerksamkeit auf etwas zu ziehen.

Der diskursive Unterschied ist wohl, dass der Kyniker sich in einem gewissen Maß von der Menge distanziert, während im Netz der körperlosen Kommunikation gilt: you are in or you are out.

ist, wenn es Gründe gibt, irrtümlich darauf zu hoffen, sie doch antizipieren zu können (die Überraschung als solche). Der radikale Bruch ist eben nicht die Speerspitze einer anderen oder neuen Ordnung, sondern die Wunde, die aufreißt und nicht versiegelt wird durch den Fremdkörper, der sie geschlagen hat.

3. EI, ÜBERRASCHUNG

Die Überraschung als solche lautet: ich will mit all dem tatsächlich auf etwas hinaus und nicht nur pedantisch einen Unterschied im Foucault-Text referieren. Überraschung gelungen, oder?

Im Gegensatz zu den Social-Media Beispielen im Artikel sind für uns ja andere Kommunikationssituationen interessant und damit auch andere Rahmenbedingungen für nicht antizipierbare Offenheiten der Reaktion (Ich unterstelle einfach mal, dass diese Stichworte auch bei dir Assoziationen zu vergangenen Diskussionen der Rolle des Nutzers ausgelöst haben). Sicher, im Verhältnis zum Nutzer wird dessen Reaktion nicht so sehr durch eine Drohung bestimmt, die als notwendige Bedingung (im Modus eines „trotzdem“) seine Selbstbehauptung provoziert. Trotzdem sind die Rahmenbedingungen viel näher an dem Modell des Botens und den dort gegebenen Machtverhältnissen als an denen des Diskurses der Gleichberechtigten/Gleichberechtigten.³ Gut, im Verhältnis zu Nutzer herrscht auch ein stark implizites Machtverhältnis und dies hat es gemeinsam mit den Gleichberechtigten. Doch der Schleier über der Ordnung ist nicht der eines „Wir“, sondern eines „es geht um dich“.

Diese Situation ist trotz aller Gemeinsamkeiten näher an der Ordnung der expliziten Machtverhältnisse, weil ihre Implikation viel schwächer ist. Sie ist immer offen für die Subversion eines „wenn es um mich geht, dann sollte doch...“ oder „es geht um mich, also werde ich...“ und diese Subversion bricht nicht mit den Verhältnissen, sondern kehrt sie nur um. Dieser Modus des „auf den Kopf stellens“ ist eben die Art, wie in dieser Ordnung zur parrhesia aufgefordert wird. Und sie funktioniert in dem Maße, wie man eben nicht versucht, einer Kommunikationssituation von Gleichberechtigten nahezukommen.

Die Stimme, die dem Nutzer gegenübertritt, ist eben die eines Dieners, dessen Erwartungen und Ansprüche so persönlich und spezifisch sind wie die des Nutzers selbst – und diese

3 (Die Phantasie, das Verhältnis zum Nutzer nach dem Vorbild „Social Media Buddy“ zu gestalten, ist ein Alptraum. Es mag problematisch sein, dass die Social Media Abteilungen in Firmen isoliert vom Betrieb funktionieren, aber wehe dem Betrieb, der sie wirklich integriert.)

Stimme wartet nur darauf, entlarvt zu werden. Wenn dies geschieht und die Rollen auf den Kopf gestellt werden, dann liegt nicht die Entscheidung rein beim Nutzer, sondern nur unrein – einerseits vorgeprägt durch die Ansprüche des vermeintlichen Dieners und andererseits durch die Erwartungen und Zumutungen durch den Nutzer. Neu, lebendig und nicht antizipierbar ist diese Wendung eben weil sie unrein ist.

Dies bleibt alles zugegebenerweise sehr grob. Und es übergeht die fruchtbaren Aspekte des Zugeständnisses der Gemeinsamkeiten dieser Kommunikationssituation mit dem Diskurs der Gleichberechtigten. Vielleicht sollte als Ergebnis dann etwas anderes festgehalten werden: wenn man interessiert ist an einer gewissen Offenheit, reicht es nicht dafür zu sorgen, dass sie auftreten kann oder sich Raum schaffen kann. Es gibt nicht „die“ Offenheit, genauso wenig wie es „die“ parrhesia gibt. Die spezifische Ordnung schafft durch ihre eigene Unvollkommenheit spezifische Bruchstellen. Aber das heißt nicht, dass ein „allgemeines“ Phänomen namens parrhesia immer einen Weg findet, sondern dass die parrhesia, die einen Weg findet, immer eine spezifisch vorgeprägte, in ihrer Gestalt von der jeweiligen Ordnung gestaltet sein wird. Man trägt nicht nur die Verantwortung dafür, *dass* man Offenheit zulässt, sondern auch dafür, *wie* man sie zulässt. Dies ist keine „reine“ Offenheit, aber das wäre eh ein Oxymoron.

EXCHANGES

KORRESPONDENZEN ÜBER RETROAKTIVITÄT

1.1 WAS BEDEUTET MITWIRKUNG DES NUTZERS?

Ich beschäftige mich gerade mit Deinen letzten Texten. Mit einer Passage in „Erklärung und Entzauberung“ habe ich Schwierigkeiten.

Du schreibst im letzten Absatz: „Die Frage sollte nicht sein: wie schaffe ich als Designer dieses Konstrukt (und es ist ein Konstrukt, also weg mit der Unmittelbarkeit), sondern wie bringe ich den Nutzer dazu, daran wesentlich mitzuwirken.“

Willst Du damit sagen, dass der Designer nicht versuchen sollte, ein möglichst passendes Modell für den angeblich unmittelbar und unverfälscht in der Alltagspraxis stehenden Nutzer zu entwerfen (Persona), sondern er soll er so gestalten, dass der Nutzer sich davon angesprochen fühlt und mit daran arbeitet, dass dieses Design für ihn funktioniert? Meinst Du, dass der Designer nicht anders kann, als sich ein Konstrukt des Nutzers zu denken, auf das er sein Design ausrichtet und es darauf ankommt, dieses Konstrukt als ein handlungsoffenes, aktives zu denken?

Was meinst Du mit: „Es geht nicht um Unmittelbarkeit, sondern darum, wie sie mit Bedeutung aufgeladen wird.“ Willst Du damit sagen, dass der Designer nicht versuchen soll, eine vermeintliche Unmittelbarkeit zu rekonstruieren, die es so gar nie gibt (im obigen Sinne)? Wer lädt dabei was mit mit Bedeutung auf?

1.2 EINLADUNG UND RÜCKBEZÜGLICHKEIT

Was ich meine, ist etwa folgendes: angenommen du hast Besuch und ihr sitzt auf dem Sofa. Du stehst plötzlich auf und kommst mit einem Whiskey zurück. Breites Grinsen im Gesicht deines Gasts, der meint: du kannst wohl Gedanken lesen!

Man kann diese kleine Vignette und seinen Spruch auf zwei Arten lesen: einmal, dass er tatsächlich in diesem Moment oder kurz zuvor an das gedacht hat, was dann deine spontane Idee war. Und einmal so, dass der Spruch etwa soviel bedeutet wie: “das passt gerade wunderbar!” und weniger mit Bedürfnissen zu tun hat, die vorher da waren.

Was ich erkunden wollte, war das Verhältnis dieser Unterscheidung. Mit dem Ergebnis, dass ich den Unterschied einebene und sehe, dass dies partiell zugunsten der zweiten Lesart bleibt.

Die erste Lesart zielt auf etwas hin, dem man das Wort Unmittelbarkeit zuordnen könnte: ich versuche die direkte Verbindung, Gedanken zu lesen. Ich stelle mir vor, was der andere will (und sei es nur geraten) und setze es um. Meine Umsetzung misst sich an den unmittelbaren, inneren, privaten Bedürfnissen. Das Problem: es ist in dieser Lesart überhaupt nicht ausgemacht, wie man sicher sein kann, dass das etwas positives ist. Ich errate die Bedürfnisse des anderen – fühlt er sich ertappt? in Versuchung geführt? Im reinen Modell des Abgleichs der Umsetzung mit dem Unmittelbaren ist kein Parameter dafür gegeben, ob und wie es wirklich “passt” – *wie* der andere will, was er will, von welcher Form der Umsetzung oder Verzicht das unmittelbare Bedürfnis “träumt” (seine Intentionalität ist komplexer als die einer noch nicht verwirklichten, reinen Möglichkeit).

In der zweiten Lesart ist dieses “Passen” gegeben, um den Preis, dass der Vergleich der Umsetzung mit dem unmittelbare Bedürfnis aufgegeben oder ausgeklammert wird. Es mag sein, dass der Gast wirklich daran gedacht hat. Es mag sich nur so gut anfühlen, als hätte er das getan. Oder es passt so gut, dass er in diesem Moment zurückblickt und in seinen leicht abwesenden Blick aus dem Fenster zwei Minuten zuvor nun nachträglich das Bedürfnis hineinliest, das nun realisiert wurde. In dieser Lesart ist das nicht so wichtig – aber wenn es zum tragen kommt, dann eben als ein Konstrukt, das heißt nicht: etwas künstliches, sondern nur: eine Schöpfung der Gegenwart, etwas nicht Unmittelbares. Es ist die Vergangenheit, als Erinnerung vermittelt durch die Gegenwart.

Daraus folgt nicht, dass die erste Lesart dumm sei. Es ist ja nicht falsch, sich Gedanken über die Bedürfnisse des anderen zu machen (“Unmittelbarkeit gibt es nicht” ist falsch; “Unmittelbarkeit gab es nie” ist etwas anderes).

Im Gegenteil: indem ich die erste Lesart in die zweite “aufhebe”, eröffne ich mir eine Rückkehr zur ersten, so dass diese überhaupt erst funktioniert (oder klar wird, warum sie funktioniert, wenn sie das tut): alles beginnt nun mit dem “Passen”, dem Timing und der Situation und fragt erst dadurch vermittelt nach den Bedürfnissen (die Frage nach dem “wie” ihrer Umsetzung ist also bereits im Spiel). Es ist gewissermaßen der Unterschied zwischen einem Gastgeber, der fragt: “woran denkt der andere?” und einem soziopathischen Sherlock Hol-

mes, der die selbe Frage stellt.

In diesem Modell ist der Ausspruch des Gastes: “du kannst wohl Gedanken lesen!” eben aktive Mitarbeit, auch wenn er sich “einfach nur” perfekt getroffen fühlt, “lediglich” das Angebot bejaht. Dieses Gefühl des Passens kann nur aus der Situation heraus geschehen – und deshalb nie “für sich” als “mentaler Inhalt” vorher dagewesen sein. Wenn er die Situation aber nun so versteht und sich unmittelbar in der Situation aufgehoben wähnt, dann hat er etwas getan.

Kurz gesagt: der Gastgeber kann in eine Situation Bedeutung einschreiben – “dies soll vorausschauend sein” – aber nur der Gast kann diese Bedeutung dann in sich einschreiben lassen – “es ist vorausschauend gewesen”. Letzteres ist aber nicht die zusätzliche Kür, sondern gehört immer schon wesentlich dazu (als zureichende Bedingung). Das bedeutet es, den Unterschied zwischen den beiden Lesarten einzuebneten.

Aus einem anderen Zusammenhang gerissen: willst du dein Gegenüber ernst nehmen, darfst du nicht versuchen, es besser zu verstehen, als es sich selbst versteht (das ist ja schon schwer genug). Willst deinem Gegenüber einen Gefallen tun, verstehe es so, wie es sich selbst verstehen möchte und kann.

Diese beiden Sätze sind nicht unbedingt Widersprüche, aber natürlich in dauernder Reibung. Die Frage ist, wie man mit diesen Sätzen im Hinterkopf fragen kann, was der andere will oder braucht. Mit einem Modell der Unmittelbarkeit, sei diese nun erreichbar oder nur erratbar, geht das nicht. Sie sind ein recht nützlicher Prüfstein für eine Perspektive der Gestaltung von Interaktion und Erfahrung: wenn eine Perspektive diese Sätze (a) als sinnvoll verstehen kann und (b) sie nie ein für alle mal abhakt, sondern darin besteht, sie immer neu zu verhandeln, dann ist die Perspektive etwas wert.

Ich hoffe, das macht die Dinge etwas klarer, als wenn ich deinen Email-Text zerschnipple und immer ein “ja” dazwischensetze.

P.S.: Wir (das heißt: du in deinem Text und ich antwortend in meinen Notizen) kreisen ja recht explizit um Husserl wie die Motten ums Licht. Unmittelbarkeit, natürliche Erfahrung, Alltagsverständnis, die Sache selbst, et cetera. Mit meinen Notizen und Antworten verfolge ich eine spezifische Husserl-Lesart (oder einen Rückgang auf Husserl, der auf ihn selbst nur

gelegentlich Rücksicht nimmt):

Ich will den Edmund nicht so lesen, dass er einem unverstellten Alltagserfahren das Wort reden will, auf das man sich lediglich zurückbesinnen solle. Dieses Alltagserfahren ist immer schon vorgeprägt, politisch und nicht weniger künstlich als ein "wissenschaftliches". Ich lese Husserl so, dass dieses Alltagserfahren das ist, auf das wir uns beziehen sollten, weil wir nicht anders können. Es ist viel weniger "naive" Beschreibung als "dekonstruktive" Entlarvung – es ist nicht "einfach nur" Beschreibung", wenn es kämpferisch die Unterscheidung von "Beschreibung" und "Erklärung" unterminiert.

Ich bin mir selbst nie so ganz sicher, wieviel Gewalt ich dem Edmund damit antue (und die Sache ist jenseits eines Postscriptums ein recht großes Thema für sich). Aber es ist geschicht ganz sicher mit besten Absichten. Husserl gegenüber.

2.1 ERWARTUNGEN, EINSCHREIBUNGEN...

Ich bin über zwei interessante Dinge gestolpert, die sich mit Erwartungen beschäftigen,

Die Kältewelle in den USA wurde zum alle Amerikaner einenden Gesprächsthema. Fotos wurden geteilt, mit denen man sich gegenseitig zeigte, wie kalt es überall im Land war. Und daraus entstand eine Erwartungshaltung, dass auch die Orte, an denen sich die Kälte besonders spektakulär zeigen würde, genau so auszusehen hätten, wie man sich das so vorstellt. Dazu gehören auch die Niagara-Fälle.¹ Eine Form von self-fulfilling prophecy, erinnert aber auch an das reality distortion field vom alten Steve. Ich fand es interessant im Zusammenhang unserer Diskussion über Erwartungen (und deren mediale Gestaltung).

Dazu passt auch das zweite Ding: wissenschaftliche Infografiken, die aus ihrem Zusammenhang gerissen und in einen neuen Kontext gestellt werden, um etwas anderes zu erklären und mit Autorität auszustatten, für das sie ursprünglich nicht gedacht waren. Der Austritt radioaktiv verseuchten Wassers² in Fukushima.

Danke auch für das Whisky-Beispiel. Ich habe direkt welchen nachbestellt.

1 <http://www.theatlantic.com/technology/archive/2014/01/first-as-fake-then-as-reality-when-the-polar-vortex-froze-niagara-falls/282953/>

2 <http://www.snopes.com/photos/technology/fukushima.asp>

2.2 ...NACHTRÄGLICHKEIT, WIEDERHOLUNG?

Wunderbare Dinge passieren in dem Artikel zu den Niagara-Fällen. Dinge, die sich direkt auf das Thema der “rückwirkenden Einschreibung” als Quelle einer gelingenden Verbindung oder Erfahrung beziehen (letzte Mail).

In dem Artikel selbst ist nicht direkt davon die Rede. In den Kommentaren wird ein wenig mit dem (vulgären) Gegenteil gespielt: “unsere Bedürfnisse beschwören etwas herbei” (magisches Denken via Unterstellung von Kausalität).

Der Obertitel des Artikels ist aber “First as Fake, Then as Reality”. Das ist natürlich ein Spiel mit dem Marx-Zitat “First as Tragedy, Then a Farce” (Bzw. seiner poppigen Popularisierung). Im englischsprachig bleibenden Kontext: “Hegel remarks somewhere that all great world-historic facts and personages appear, so to speak, twice. He forgot to add: the first time as tragedy, the second time as farce.”

Die Denkbewegung ist die: man mag meinen, damit etwas als Weltgeschichtlich gelten kann, muss es singulär, einschneidend, nie dagesessen sein. Aber diese Bestimmung lässt sich nicht von einer Vielzahl von beliebigen, zufälligen und inkohärenten Ereignissen abgrenzen, die wieder untergehen. Was dazu kommen muss, ist eben ihre anerkannte Bedeutsamkeit.

Man kann diese im Nachhinein einfach von ihrer Wirkung her erklären: wir wissen eben nie, ob etwas Weltgeschichtlich sein wird, bevor die Konsequenzen offen liegen, Weltgeschichtlichkeit ist etwas, das die Historiker einst beurteilen werden. Das erklärt aber nicht, warum das eine so wirkt und nicht das andere.

Mit Hegel kann diese Historiker-Retrospektive genauer betrachtet jedoch nicht anders, als qua Unterstellung genau dieses “warum” immer schon beantwortet zu haben: diese Denkweise legt ihr Verhältnis zu dem weltgeschichtlichen Ereignis immer schon in das Ereignis selbst, genauer: in das Verhältnis des Ereignisses zu einem Vorgänger.

So verstanden gehört es zu einem weltgeschichtlichen Ereignis, dass es ein Muster offenbart oder unterstellt: was da geschieht, ist charakteristisch, nicht zufällig. Es gibt aber kein Muster ohne einen Vorgänger-Fall. Dieser Vorgänger-Fall ist eben das, was oben ununterscheidbar blieb von den inkohärenten, zufälligen Ereignissen. Genauer: der Vorgänger ist eben rein zufällig und bedeutungslos. Ein Ereignis ist weltgeschichtlich, wenn es im Nachhinein diesen Vorgänger zu: seinem Vorgänger erklärt.

Hegel's Pointe ist dabei, dass nicht das Original durch die Wiederholung zum eigentlichen weltgeschichtlichen Ereignis geadelt wird. Es war und bleibt beliebig, bedeutungslos. Die Wiederholung ist das "Original", also die Quelle der Bedeutsamkeit. Weltgeschichtlichkeit bedeutet also wortwörtlich: Ereignisse, die Geschichte schreiben.

Hegel meint das nicht "ontologisch" in dem Sinne, dass Geschichte einem tieferen Sinn nach sich selbst schreibt. Sondern eben dass dies eine intrinsische Funktion des Historiker-Blicks ist, der sein Verhältnis zur Geschichte in die Geschichte einschreibt (die Phänomenologie des Geistes heißt ja nicht zufällig so). Beziehungsweise dass es keinen sinnvollen Unterschied zwischen diesen beiden Erklärungen gibt.

Der Obertitel des Artikels zitiert Marx. Dieser will eine Variation dieser Denkbewegung, aber der Verweis des Artikels im Titel ist so offen, dass dies wenig hinzufügt. Auch die Variation bleibt im Grunde in dieser Denkbewegung und um diese geht es.

Schluss mit dem lustigem Philosophieexkurs. Was dieses Denkmodell reizvoll macht, hat direkt mit dem Inhalt des Artikels selbst zu tun. Wenn ich (kausal) frage, wie die Bilder vom gefrorenen Niagarafall an die mediale Oberfläche gespült wurden, dann nimmt diese Frage die Form an: wie kam es von den Bedürfnissen zu deren Realisierung, oder: wie wurden diese erkannt, so dass dann für sie diese Bilder geliefert werden konnten?

Hypothesen für mögliche Antworten könnten dann so aussehen: vielleicht haben ein paar Leute nach solchen Bildern gegoogelt und jemand oder etwas (qua korrelativer Induktion) hat das erkannt und dann immer mehr Leuten angeboten. Diese Hypothese ist nicht einmal schlecht; es mag tatsächlich so gewesen sein. Aber wenn es so war, dann weil ein Rahmen existiert, der diese Prozesse in Kraft gesetzt hat (Suchmaschinen + Tracking + Big Data).

Ein solcher Prozess funktioniert aber nur, indem er das "warum" ausklammert. Er kann weder erklären, warum diese Bedürfnisse nach diesen Bildern entstanden sind, noch warum der Prozess selbst diese und nicht andere Bilder oder Bedürfnisse hat wirkungsmächtig werden lassen. Das ist ja gerade die Logik der korrelativen Operation. Die kausal gestellte Frage, wie es dazu kam, führt also zu einer Antwort, die gerade die Kausalität ausklammert (es gibt sicher kausale Antworten, aber diese werden nur eine vollkommen beliebige und bedeutungslose Kette von Ereignissen ins Feld führen).

Dann gibt es keinen Grund mehr, die Frage überhaupt kausal zu stellen. Ich kann sie dann

offener formulieren: warum wurden diese Bilder an die Oberfläche gespült? Und dann die Formulierung der Frage korrigieren: es gab nie wirklich Bilder unterhalb der Oberfläche, die auf den richtigen Zeitpunkt gewartet haben. Nicht in dem Sinne, dass ihre Signifikanz unerkant darauf wartete, bis der richtige Moment kam, um sich als stiller Vorwurf all jenen zu stellen, die diese Signifikanz bis dann geschmählt haben.

Natürlich gab es bereits Bilder, verschüttet unter der Menge der Fakes, die irgendwann ihre 15 Minuten (oder Sekunden) hatten. Aber es ist eben nicht bedeutsamer als das nächste Katzenbild. Wenn es nichts unter der Oberfläche gab, dann ist die Frage auch sinnlos, wie etwas von unten nach oben kommt. Der "Eindruck", den das Bild vom gefrorenen Niagarafall macht, ist (unter anderen), dass es eine Geschichte hat, dass es einen Vorgänger-Fall gibt. Dieser Vorgänger konstituiert nicht die aktuelle Verwendung, sondern die aktuelle Verwendung konstituiert den Vorgänger.

Warum dieses und nicht ein anderes Bild? Die Frage macht keinen Sinn, wenn sie allgemein gestellt wird. Denn sie kommt erst auf, nachdem dieses und nicht ein anderes Bild aktuell geworden ist. Ihr Verweis auf einen Vorgänger ist nicht die Wurzel dafür, wie eindrucksvoll es ist. Es ist nur eine Dimension ihres Funktionierens, neben und nicht vor (oder unter) dessen Passens zu den Wetterereignissen oder dem Superlativ, den es suggeriert. Und neben dem im Artikel imaginierten Gefühl des Manns auf der Strasse und seiner Lebenswelt. Nichts davon läd das Bild vom gefrorenen Niagarafall auf, gibt ihm seine Bedeutung, ist seine Wurzel. Das Bild hat keine Wurzeln, es ist das Original seiner Bedeutsamkeit, die Quelle oder das Prisma seiner Bedeutsamkeit, die all diese Dimensionen bündelt.

Kurz: in einer solchen "Oberflächenbeschreibung" der Dimensionen oder Verweisungen des Bilds stehen Erklärungen, Herleitungen und kausale Begründungen in einer Reihe gleichberechtigt neben reinen Beschreibungen. Eine davon hervorzuheben ist (jenseits eines pragmatischen Nutzungsinteresses) nicht zu rechtfertigen. Denn insofern ich *ausgehend von dem Bild* all meine Fragen stelle, bleiben all meine Antworten gedacht als Wege ausgehend von dem Bild.

Ach ja, ich will recht wenig davon dem Autor des Artikels unterstellen. Aber die Dinge passieren eben zweimal, erst bei Hegel/Marx und dann bei dem Autor des Artikels. Es ist unbedingt tragisch, dass er die Referenz nicht deutlicher macht. Aber es macht den Artikel dann auch nicht unbedingt zu einer Farce.

VERHÄLTNISMÄSSIGE SCHEUKLAPPEN

FRAGEN NACH DER PRODUKTION DES UNBEKÜMMERTEN.

1. EINFACH UNBEKÜMMERT? VIER BEOBACHTUNGEN

(1) Die Designer nehmen ihr Selbstverständnis als „Anwalt des Nutzers“ sehr ernst. Dieser Ernst besteht vor allem darin, als eine Art von Platzhalter das Verhältnis zum Nutzer zu besetzen. Wie in einem „es ist alles nur zu deinem besten“ ist die Frage, was er will immer schon übergangen.

(2) Sie setzen sich von den „aalglaten Managern“ und den „zynischen Werbern“ ab und weisen weit von sich, etwas verkaufen, unterzujubeln oder jemanden ausnutzen zu wollen. Ein Designkonzept daraufhin zu beschreiben, was es mit dem Nutzer macht, stößt schnell auf Misstrauen und Empörung.

(3) Es herrscht ein generelles Desinteresse gegenüber der Frage, wie Bedürfnisse und Menschen gedacht werden. Das zeigt sich in den Praktiken, durch die der Nutzer in Entscheidungsprozesse aufgenommen wird. „Usability Tests“ fußen auf Selbstaussagen und/oder statistischen Erfassungen von repräsentativen Gruppen. Widersprüchliche Bedürfnisse, Reibung, Konflikt und implizite Phantasien sind immer schon ausgeklammert zugunsten einer zielorientierten Einheit, die weiß was sie will.

(4) Die Adjektive, mit denen gelungenes Design beschrieben wird, sind oft „Eleganz“, „Einfachheit“ oder „Funktionalität“, verstanden in einem Kontext des Passens zu einem Gegenstand oder Anlass. Das Ideal ist das von Reibungslosigkeit oder maximaler Durchlässigkeit, was eine Form von „Natürlichkeit“ impliziert.

All diese Aspekte haben eines gemeinsam. Sie zeigen die Designarbeit als ein Projekt, dass sich nicht darum kümmert, welche Grundannahmen und Weichenstellungen immer schon prägend in Kraft sind. Gleichzeitig ist diese Arbeit alles andere als unabhängig von diesen

Grundannahmen. Trotz und gerade weil diese Dinge nicht zur Sprache kommen, sind sie außerordentlich prägend. Die „Platzhalterfunktion“ in Beobachtung (1) beschreibt hier das Verhältnis zu den Themen aller Beobachtungen: so bestimmt etwa eine spezifische Psychologie wie in (3) dadurch Designentscheidungen, dass sie immer vorausgesetzt wird.

Die Kritik an dieser „unbekümmerten Haltung“ der Designarbeit moniert nicht ein mangelndes Interesse an theoretischen Voraussetzungen und sie fordert nicht die Arbeit an einem abstrakten Überbau. Die Designarbeit selbst ist in ihrem Pragmatismus extrem theoriegeladen. Die Grundannahmen legen nicht nur im Vorfeld fest, welche Möglichkeiten in Betracht gezogen werden, sondern sie konfigurieren die Zielsetzungen selbst. „Unbekümmert“ ist Designarbeit also konkret gegenüber der Frage des Maßstabs für gutes Design, insofern dies immer schon vorweggenommen beantwortet ist. Genauso ist vorweggenommen, was der Nutzer will.

2. WIE KANN ES SEIN? DIE FRAGE NACH DER FUNKTION

Ein kritischer Blick auf diese Prozesse nimmt schnell die Haltung eines kopfschüttelnden Unverständnis an: wie kann es sein, dass diese Verhältnisse herrschen? Diese Haltung ist tatsächlich selbst ein Unverständnis und sollte radikalisiert werden. Einen Schritt offener zu fragen „wie dies sein kann“ ist noch nicht genug, wenn es nach fremdbestimmten Faktoren und blinden Punkten als systemischen Problemen fragt. Hier kommt man zu den Arbeitsprozessen und Machtverhältnissen, zu den Kontingenzen von Zeitdruck und Ökonomie und nicht weiter.

Einen zweiten Schritt offener zu fragen, heißt die Möglichkeiten zu fassen, die sich in dieser Arbeit entfalten. Statt „wie kann dies sein?“ kann man dann fragen: „was kann sein, dadurch dass diese Verhältnisse so herrschen?“

In dieser Fragestellung stecken eine Reihe Vorverständnisse. Dadurch, dass das „wie“ zu einem „was“ wird, geht es um ersteres selbst statt um eine Art, etwas Allgemeines dahinter umzusetzen. Die Arbeitsprozesse mit ihren unbekümmerten Vorannahmen werden ernst genommen. Gleichzeitig schleicht sich das „wie“ herüber in das „so“ der Fragestellung. Die Art und Weise, wie die Designarbeit vorgeprägt ist, wird also den „Verhältnissen“ zugeschoben.

3. OFFENHEIT FÜR SPEZIFISCHE PRÄGUNGEN. ERSTE ANTWORT.

Die Frage nach dem positiven Sinn der unbekümmerten Haltung der Designarbeit zu beantworten, bedeutet also nichts anderes, als sie nach den Unterscheidungen und Zuschreibungen zu beschreiben, die in der Frage bereits angelegt sind.

Konkret versteht die Frage die Designarbeit als einen Entscheidungsprozess, der durch vermeintlich offene und unbestimmte Grundvoraussetzungen immer fremdgeprägt ist. Er bleibt Ergebnisorientiert, indem alle Möglichkeiten in Betracht gezogen werden, gerade weil die Weichen bereits gestellt sind, wenn es darum geht, was als Unmöglich nicht in Betracht kommt. Es kommt auf die richtige Perspektive an, der ein unbekümmertes Grundvertrauen gegenübergebracht wird: kümmere dich um den Nutzer und alles Weitere wird schon werden.

Diese „Scheuklappen-Perspektive“ kann ich als fatal beschreiben, wenn ich ein allgemeines Ideal annehme, welches dadurch verraten oder verzerrt wird. Es ist aber nicht nur unklar, was ein solches Ideal sein sollte, sondern dies würde auch die konkrete Beschreibung übergehen.

In einem gegebenen Projekt gilt die Unbekümmertheit der Designarbeit viel spezifischeren Aspekten. Es sind ganz einfach die Vorgaben und Erwartungen des Auftraggebers, die Platzierung eines Produktes, das Feld der Angebote und so weiter. Die Grundvoraussetzungen sind konkret all das, was bereits feststeht, sobald die Designarbeit beginnt und zwar in der Form, dass sie nicht unabhängig vom Design sind, sondern für Designentscheidungen selbst Weichen stellen, insofern es ein Design „für etwas bestimmtes“ sein soll.

So verstanden produziert die unbekümmerte Blindheit der Designarbeit nichts anderes als den Anschluss an das Produkt. Fremdbestimmtheit ist dann die spezifische Offenheit der Designarbeit gegenüber dem zu vermittelnden Gegenstand. Spezifisch bedeutet hier zweierlei. Zum einen, dass die Art, wie diese Offenheit geleistet und aufrechterhalten wird, genau und hinreichend die Designarbeit beschreibt – es ist das Verwenden von Platzhaltern und vorprägbaren Praktiken, um sich aktiv etwas auszusetzen. Spezifisch in diesem Sinne ist also abgegrenzt gegenüber einer Vielzahl anderer Formen von Offenheit in anderen Lebensbereichen und Praktiken. In einem anderen Sinne ist die Offenheit der Designarbeit spezifisch, insofern sie nie allgemein durch „irgendein Produkt“ geprägt wird, sondern immer ein gegebenes. Verschiedene Designaufgaben oder Projekte sind spezifisch prägbar. Spezifisch in diesem zweiten Sinne ist also abgegrenzt gegen andere Aufgaben im Sinne einer Binnenunterscheidung.

Zusammenfassend stellt sich die Situation also so dar, dass die Designarbeit sich gerade dadurch, dass sie sich um den Nutzer kümmert, im höchsten Maße den Anforderungen des Produkts aussetzt. Anstatt die Anforderungen beider Seiten zu verhandeln, sorgt man sich um eine und besorgt die andere immer schon mit.

Zwischenbilanz 1

Diese Beschreibung ist vergleichsweise einfach. Zumindest scheint sie die anfänglichen Beobachtungen nicht zu brauchen. Es ging um die systemische Dynamik von Produkt und Design, um Vorentscheidungen in konkreten Prozessen, in den ein Teilprozess namens Designarbeit nachträglich eintritt. Es ging um Spezifika, während die Beobachtungen am Anfang allgemeine Bestimmungen in den Blick nahmen.

Die Frage lautete: „was kann sein, dadurch dass diese Verhältnisse so herrschen?“ und bisher hat die Beschreibung nur das zu einem „was“ gewordenen „wie“ eingefangen, also die Modalitäten der Designarbeit als eine nützliche Funktion gegenüber dem Produkt oder zu präsentierenden Gegenstand. Unbedacht ist weiterhin das „so“ der Verhältnisse. Aber nicht einmal die „Verhältnisse“ haben deutlich in die Beschreibung gefunden.

4. DIE PRODUKTION DER VERHÄLTNISSE. ZWEITE ANTWORT.

Mit den Verhältnissen waren ursprünglich die Konventionen unter Designern gemeint, ihr Selbstverständnis und ihre Haltung zu anderen wie Managern und Werbern und ihre bezeichnende Unbekümmertheit. Diese hat sich herausgestellt als weniger naiv als pragmatisch, weniger fremdbestimmt als offen. Aber die bisherigen Beschreibungen erfordern, die Verhältnisse etwas weiter zu denken. Die Designarbeit operiert nicht in sich geschlossen und nimmt sich einem Produkt als Vorgabe an. Vielmehr stellt das Produkt schon die Weichen und fordert ein Design, was dann in der Designarbeit entfaltet und ausgeprägt wird – oder sich je nach Blickwinkel nachträglich in das Produkt einschreibt. In jedem Fall greifen beide Teile immer schon ineinander und genau das ist es, was die Unbekümmertheit als Offenheit leisten muss.

Damit können „die Verhältnisse“ der Designer aber nicht mehr ihre Praxis und ihre Rolle beschreiben, sondern müssen immer schon die Strukturen der Produktseite mitmeinen, da

das Verhältnis zwischen Designer und Auftraggeber genauso ineinandergreift wie Design und Produkt. „Die Verhältnisse“ meint dann nicht mehr irgendwelche Konventionen, sondern buchstäblich das Verhältnis zwischen Designer und Auftraggeber.

Das scheint trivial: das Selbstverständnis und die soziale Rolle untereinander bekommen ihre Bedeutung aus einem Verhältnis zu anderen Rollen und in Abgrenzung nach außen. Aber es heißt, dass all die anfänglichen Beobachtungen aus einer Zuschreibung durch das Verhältnis mit dem Auftraggeber zu verstehen ist, allem voran das Verständnis der Psychologie des Nutzers und die Haltung zu ihm als seinem Anwalt. Der Designer tut nichts für den Nutzer, er kümmert sich um den Nutzer und tut dies für den Auftraggeber. Er nimmt ihm diese Aufgabe zu einem Teil ab.

Es hieß, dass es aus dem Verhältnis „mit“ dem Auftraggeber zu verstehen ist, nicht „zu“ ihm. Denn die Rollenzuschreibungen sind nicht einseitig. In dem Maße, in dem der Auftraggeber den Blick auf den Nutzer abgibt, gibt er ihn aus der Hand. Gleichzeitig nimmt der Designer etwas in die Hand, was schon vorgeprägt ist. Vorgeprägt ist es aber nicht durch den Auftraggeber, sondern durch „die Verhältnisse“, die zwischen beiden herrschen. Die Verhältnisse sind die Aufgabentrennung, die Spezialisierung von Arbeitsprozessen, die Nachträglichkeit der Designarbeit.

So verstanden beschreibt die Rede von den Verhältnissen in der Frage den offen–fremdbestimmten Designer nicht länger als den Erfüllungsgehilfen, der sich pragmatisch–willfährig zum Erfüllungsgehilfen macht. Zumindest beschreibt die Rede von den Verhältnissen zugleich mehr als die spezifischen Vorgaben eines Produkts. Sie beschreibt die allgemeinen Bestimmungen eines Produktionsprozesses, der Auftraggeber, Produkt und Design umfasst und alle gemeinsam bestimmt.

Zwischenbilanz 2

Diese „allgemeinen Bestimmungen“ deuten nun schließlich auf das „so“ der Frage als das auf die Verhältnisse abgeschobene „wie“, welches in der Beschreibung noch ausstand. Sie erläutern gleichzeitig, wie sich die anfänglichen Beobachtungen zu dem Grundriss der je spezifischen Prägung der Offenheit der Designarbeit verhalten.

Das positive „was“ illustrierte, wie die Designarbeit immer schon eingebettet ist in Vorgaben und wie sie dies immer wieder gewährleisten muss. Die „Verhältnisse“ skizzierten diese Vorgaben weniger als etwas, das zuvor festgelegt wurde, sondern als die Rahmenbedingungen,

in denen auch die ersten Entscheidungen die späteren antizipieren müssen, selbst wenn das bedeutet, Weichenstellungen immer und immer wieder zu vertagen. Die Designarbeit realisiert etwas, das im Produkt zwingend angelegt ist, aber der spezifische Modus dieser Anlage auf der Produktseite ist ein „noch nicht endgültig Entscheiden“. Auf der Produktebene spiegelt sich derselbe fremdbestimmt–offene Prozess, nur eben auf eine zukünftige mögliche Designarbeit hin.

Es wäre nun leicht so sagen, dass eben alle Beteiligten in dieser Dynamik eingespannt in immer größere Zusammenhänge sind und beide Seiten produktiv sind in dem Maße, wie sie sich Vorgaben ausliefern ,oder positiv formuliert: wie sie Gelegenheiten gegenüber rezeptiv bleiben. Aber würde ich mich dieser heuristischen größeren Zusammenhänge annehmen, würde ich dieselben Dynamiken nur wiederholt beschreiben, sei es auf der Ebene einer Branche, eines Mediums oder einer Gesellschaft.

Ein solcher infinites Regress beschreibt recht gut den pragmatischen Fatalismus von Akteuren, aber er verpasst, was sich bereits anbietet. Statt von „den Verhältnissen“ in einem erschlagend allgemeinen Sinne zu reden, wurde damit bereits viel genauer eine Rollenverteilung in einem Produktionsprozess verstanden und seine vergleichsweise Genauigkeit bestand darin, dass diese Beschreibung selbst nicht hoffnungslos allgemein war, sondern im Gegenteil allgemeine Bestimmungen in Form der anfänglichen Beobachtungen forderte.

5. DIE DENKBARKEIT DES ALLGEMEINEN. DRITTE ANTWORT.

Um nun das „so“ der Frage greifen zu können, muss ich in der Lage sein, den Produktionsprozess auch anders denken zu können. „So“ wird erst verständlich, wenn ich ein „anstatt“ oder ein „nicht so“ mit vor Augen habe. Das ist der Wert der anfänglichen Beobachtungen, denn auch wenn sie allgemeine Züge der Verhältnisse beschreiben, können sie doch nur benennen, was sie benennen, weil sie Alternativen implizieren. Wenn es hier wirklich um allgemeinste Konstanten „der Verhältnisse“ ginge, wären diese gar nicht formulierbar. Die Beobachtungen sind aber als Symptome aber benennbar, sei es auch nur aus der renitenten Haltung eines „muss das wirklich sein?“ oder „wie unoriginell sind diese Annahmen?“.

Vor allem die vierte Beobachtung gibt Aufschluss darüber, wie es anders gehen könnte. Sie weist auf die verbreiteten Adjektive in der Beschreibung von konkreten Designerfolgen hin.

Was steckt in „Ease“ oder „Einfachheit“, was für ein Verhältnis des Nutzers zum Produkt oder Medium ist immer schon zugestanden in diesen Idealen? Es ist nicht weit hergeholt zu vermuten, dass „ease“, also reibungsloses Gelingen und flüssiges Vermeiden von Frustration, erst dann Sinn machen und zum entscheidenden Kriterium werden, wenn man etwas am liebsten gar nicht machen würde. Wenn es schon sein muss, dann bitte nicht umständlich und möglichst schnell. Etwas zügig hinter sich bringen tut man dann, wenn man nicht auf die Idee kommt, es zu genießen oder sich damit mehr als nötig auseinanderzusetzen. Erst wenn Auftraggeber und Designer stillschweigend zugestehen, dass eine Zumutung im Spiel ist, macht es Sinn sich exklusiv darum zu kümmern, dass man diese maximal lindert.

Natürlich gibt es Designarbeiten, in denen genau dies die Herausforderung ist. Aber gerade im Zusammenhang mit möglichen Adjektiven für ein gutes Interface zeigt sich schnell, dass sich mit „Ease“ ein Kriterium verselbständigt hat, dass die Frage danach, was „gutes“ Design ist, immer schon beantwortet ist. Indem auf „Ease“ gezielt wird, anstatt zur Disposition zu stellen, welches Adjektiv in den Blick genommen werden sollte, wurde ein „so“ immer schon eingeführt. Ein mögliches, offeneres Kriterium wie „Quality Design“ wurde je schon ausgelegt als „Easy Design“, während es je nach Produkt ja auch „Challenging Design“ oder „Confrontational Design“ et cetera sein könnte.

Aber es wird eben nicht am Produkt gemessen. Bestimmend sind vielmehr die Verhältnisse des Produktionsprozesses. Insofern illustriert dieses Beispiel, wie auch die Dynamiken, welche eigentlich in ihrer Unbekümmertheit spezifischen Anforderungen entsprechen sollen, zugleich von allgemeinen Bestimmungen geprägt sind, welche mindestens so sehr für die Designarbeit und das Verhältnis zum Produkt prägend sind.

Auf der Ebene der Psychologie des Nutzers ließe sich ein ebenso gutes Beispiel skizzieren. Das Interesse an dem bewussten und eindeutigen Wollen des Nutzers ist eben das Interesse an dem, was vertagt immer noch aussteht, während Entscheidungen daraufhin bereits getroffen werden. Bevor man ihm ein Angebot machen kann, muss man dieses entwerfen; den Nutzer zu fragen was er will, bevor man etwas hat, was er wollen könnte, wird keine Antworten zu Tage fördern. Hat man bereits ein Angebot, muss man nachträglich zum Nutzer als Ziel, an dem man den misst, den man vorgängig mit dem Angebot vor Augen hatte. Die Frage, was und wie der Nutzer will, ist im Produktionsprozess immer schon ausgelegt in das „so“ eines „will er auch das, was ich zu bieten habe?“.

Zwischenbilanz 3

Zusammenfassend beschreibt das „so“ der Verhältnisse also die allgemeinen Bestimmungen, die in Arbeitsprozessen prägend wirken und nicht zur Disposition stehen, auch wenn sie nicht zugunsten des Arbeitsprozesses selbst sind. Verdeckt werden sie dadurch, dass die Fremdbestimmtheit durch spezifische Bestimmungen gerade ein produktiver offener Aspekt dieser Prozesse ist. Das eine ist jedoch nicht ohne das andere zu haben. Die pragmatische Haltung der unbekümmert–fremdbestimmten Offenheit setzt sich allem gleich aus; die allgemeinen Bestimmungen zu konfrontieren, bedeutet auch gegenüber den spezifischen Vorgaben die Unbekümmertheit aufzugeben.

All dies bezog sich nicht auf Vorgaben seitens eines Auftraggebers oder äußeren Notwendigkeiten, sondern auf die Verhältnisse der Akteure in einem iterativen Prozess mit starker Aufgabenteilung, dessen primäres Symptom das der Vertragung ist. Allem voran wird der Nutzer als Endpunkt vertagt, was sich daran zeigt, dass er immer und immer wieder ins Feld geführt werden muss. Unter all den stillschweigenden Weichenstellungen hat er die geringste dispositive Wirkung – ohne einen Anwalt ist er hilflos und für seinen Anwalt ist er gerade dann nur ein Anlass um etwas zu beweisen, wenn er sich für Atticus Finch hält.

6. DIE ALTERNATIVEN UND IHRE KOSTEN. FAZIT

Klar ist, dass Designarbeit auch anders möglich ist. Es ist durchaus denkbar, dass sich grundsätzliche Dinge ändern, wenn die Arbeitsprozesse von Design und Produktion paralleler oder zumindest gestufter zueinander stattfinden. In einem Schritt müsste man dann nicht etwas antizipieren und sich diesem zukünftig zu prägenden Möglichkeitsspielraum ausliefern, sondern der eigene Prozess wäre – zumindest – noch nicht abgeschlossen, wenn es dazu kommt.

Es wäre sogar nachvollziehbar, dies den herkömmlichen Entscheidern schmackhaft zu machen. Schließlich bedeutet mehr und frühere Mitentscheidung eines Designers auch, dass er sich viel direkter dem Einfluss der herkömmlichen Entscheider aussetzt, wo seine eigentliche Macht nun besteht – in der nachträglichen Prägung von Vorentscheidungen, welche die Initiatoren nicht anders können, als sie als ihre eigenen zu verstehen.

Eine andere Designarbeit, oder Designarbeit in einem anders strukturierten Produktions-

prozess, ist also denkbar und mit den Verhältnissen würden sich nicht nur Weichen, sondern das Verhältnis zu Weichen und Vorgaben ändern. Allerdings, und das soll das eigentliche Ergebnis dieser Betrachtung sein, sind eine Menge an positiv konnotierter und tief verankerter Selbstverständnisse der Designer ebenso teil des bisherigen Produktionsprozesses.

Unbekümmertheit, das zweifelhafte Privileg, sein Verhältnis zum Nutzer nicht bedenken zu müssen, ihm seine Souveränität zuzugestehen, einer von „den guten“ zu sein, kurz: in einem geordneten, vermeintlich unpolitischen Pragmatismus zu operieren – all das sind Symptome der Verhältnisse wie sie sind.

Es gibt gute Gründe, zumindest von einem anderen Produktionsprozess zu träumen, was Designarbeit angeht. Nicht zuletzt, weil eine genuine Frage danach, was in einem gegebenen Fall „gutes Design“ ist, davon abhängt – nicht als Geschmacksurteil, sondern als Entscheidung und Zielvorgaben über Kriterien solcher Urteile. Aber „Quality“ als verhandelbares, auszulegendes Design-Goal fordert eben ein radikaleres Kriterium des Passens als einfache Angemessenheit, wenn diese die Verhältnisse zum Maß nimmt. Scheuklappen sind eben nur nützlich, wenn das Pferd seinem Reiter vertraut.

Diese Entscheidungen treffen zu können, bedeutet aber auch, für sie Verantwortung zu übernehmen. Verantwortungen für das, was dem Nutzer angeboten wird, was ihm wie und warum vermittelt werden soll, was mit ihm gemacht werden soll und wie er miteinbezogen werden soll.

Ironischerweise bedeutet das gerade, für den Nutzer selbst Verantwortung zu übernehmen, nur eben nicht mehr als Anwalt. Der Anwalt spricht für seinen Klienten und agiert in seiner Rolle im Kontext eines Systems von Rollenverteilungen, dem er vertraut, dass es als Ganzes die Gerechtigkeit produziert, die ein fehlbarer Einzelner nicht leisten könnte. Der Anwalt überantwortet also streng genommen sich und seinen Klienten dem Rechtsapparat, er engagiert sich nur als Teil davon. Egal wie der Prozess endet, er beugt sich dessen rechtskräftiger Entscheidung.

Braucht der Nutzer wirklich einen Anwalt, ist er Kläger oder Angeklagter? Beide Rollen setzen eine verbindliche Autorität voraus, die nicht zur Disposition steht. Vor vor Gericht besteht Recht vor allem darin, dass Entscheidungen vertagt werden. Es gibt Präzedenzfälle, in denen zugunsten zukünftiger möglicher Entscheidungen entschieden wird, jeder Fall muss immer auch den Zweck erfüllen, die Souveränität des Gerichts zu bewahren und zu demonstrieren.

Der ehemalige Anwalt, der sich mit dem System selbst auseinandersetzt, übernimmt eine andere Art von Verantwortung. Er überlässt seinen Klienten nur insofern sich selbst, wie er ihm selbst verantwortlich gegenübertritt. Er weiß, was er tut, aber das heißt nicht, dass er sich damit gemein macht. Es ist derselbe Anwalt wie der, der zwischen den Akten Kassiber aus dem Knast schmuggelt.

OHNE ANFANG, OHNE ENDE

ZWEI EXPERIMENTE.

Angenommen, ich interessiere mich für Menschen. Halt. Kann man sich einen Satz vorstellen, ohne dass zumindest ein paar Alarmglocken angehen? Ohne dass man sich ein übergroße Brille und einen schlecht sitzenden weißen Kittel vorstellt, die sich einem nervösen, nun, Datensatz entgegenbeugen?

Angenommen, ich interessiere mich also für Menschen. Und ich will herausfinden, (1) wie sie auf Nachrichten aus ihrem sozialen Umfeld reagieren und (2) ob dies gezielt reproduzierbar, variierbar und damit steuerbar ist. Hier ist, was ich nicht machen würde. Ich würde nicht massive Experimente in einem sozialen Netzwerk veranstalten. Ich würde nicht mit einem „Nachrichtenspiegel“ positiver und negativer Daten arbeiten. Ich würde nicht an den Schrauben der Selektionsventile drehen, die je schon in Kraft sind und durch Empfehlungen oder Verzicht darauf die Nutzerwelten gestalten.

Was ich tun würde, ist einfach behaupten, ich hätte es getan. Und dann würde ich genau beobachten, wie die Menschen darauf reagieren. Keiner von ihnen weiß, ob er Teil der Stichmenge war, welche seiner Nachrichten und Empfehlungen er einfach so bekommen hat oder nicht bekommen hat.

Nicht aus ethischen Gründen. Da muss ich mir keine Gedanken machen. Mir geht es ja nur um die Menschen. Warum sollte ich eine Menge Aufwand treiben, und die Emotionen der Menschen manipulieren, wenn ich sie einfach durch die Manipulation emotionalisieren kann?

Wie verworren wäre der folgende Plan! Wenn ich tatsächlich die Manipulationen im großen Maßstab vornehmen würde, bräuchte ich für das Experiment eine Unmenge von Vorannahmen und Plänen, so groß, dass es äußerst schwer wird, eventuelle Ergebnisse auf die Hypothesen, oder auf die eine und nicht die andere Variable meines Modells zu beziehen. Ich müsste Emotionen außerdem bereits in einer sehr spezifischen Version vorverstehen. Sie müssten (a) ablesbar sein, also weniger handlungsbegleitend als handlungstiftend verstanden werden, (b) definierbar sein, also in eine Metrik gefasst werden wie Nachrichtenspiegel

oder Hormonspiegel¹ (1) und (c) verallgemeinerbar sein, in dem doppelten Sinne dass meine Stichprobe gleich auf zumindest verwandte Manipulationen reagiert und dies auf eine verwandten Art und Weise tut: um die verschiedenen Bedürfnisse miteinander zu verrechnen, muss ich sie alle als eine maximal allgemeine „Zufriedenheit“ oder „Wohlbefinden“ verstehen.

Die Alternative beruht dagegen auf einem bestechend einfachen Kalkül. Ich mache überhaupt keine Annahmen über das, was ich messen will. Ich kümmere mich auch überhaupt nicht um eine Stichmenge. Ich behaupte einfach die Manipulation und betrachte sämtliche Beben, klein und groß, die durch meine gesamte Nutzerschaft gehen. Das scheint viel vager zu sein, als das genuine Experiment. Aber dort ist die Vagheit ja nur in die Vorannahmen verlagert, welche bodenlos der Durchführbarkeit des Experiments zugeführt sind. Das Experiment würde behaupten: eindeutige Ergebnisse geben diesen Annahmen erst recht. Und genau diesen Ansatz würde die reine Behauptung verfolgen. Mit drei Vorteilen: hier ist (a) die Stichmenge einfach größer und bezieht statistisch auch diejenigen, beziehungsweise die Möglichkeit, mit ein, an denen alles vorbeigeht. Dies wird nicht nur kompensiert, sondern begünstigt selbst (b) die reine Quantität der Stichmenge, welche für einen solchen korrelativen Ansatz qualitativ treibend ist. Und schließlich kann diese Vagheit (c) ihre Ergebnisse daraufhin lesen, wo und wie Emotionen überhaupt ins Spiel kommen. Ich bleibe offen für eine Vielzahl von Verständnissen davon, was mit Emotionen überhaupt gemeint ist, genauer: so viele Verständnisse, wie es Modelle dafür gibt, wie sich das Feld der Nutzer nach der Behauptung der Manipulation verändert.

Der Beieffekt: die Proteste, Blogs und Kommentare zum Thema unterfüttern unweigerlich meinen Datensatz. Wie sollte ich ohne sie Verhaltensmuster identifizieren, deren Spuren ich in Alltagskommunikationen wiederfinden will?

Als echter Menschenfreund, oder sagen wir: Menscheninteressent, hätte ich außerdem Bedenken, das Experiment wirklich durchzuführen. Schließlich gäbe es manche, die protestieren würden, andere zumindest würden ein dumpfes Unwohlsein verspüren, wie es gegen ihre eigenen Gewohnheiten protestiert. Ich kann ab jetzt nicht mehr meinem Feed trauen, mögen sie sagen.

1 Ist es wirklich ein Zufall, dass die Eingriffe in die Befindlichkeit eines Nutzers durch das Blocken bestimmter Feeds nach derselben Logik wie Modelle neuronaler Netzwerke funktionieren? Genau wie Medikamente die Ausschüttung von körpereigenen Stoffen regulieren (beziehungsweise in den Spiegel zweier Stoffe eingreifen), wird hier mit Emotionen als einem Gefühls-„Haushalt“ gerechnet. Die Zufriedenheit, um die es hier geht, ist buchstäblich die von Prozac.

Das wäre wirklich fatal. Denn dadurch, dass jemand Hand an die Feeds angelegt hat, kontrastiert man diesen neuen Zustand der „verlorenen Unschuld“ mit dem reinen, natürlichen Fluss, wie er der Zustand davor war. Nur dass hier eine Verklärung stattfindet, denn der Fluss der Feeds war ja nie natürlich, nie weniger von Parametern geregelt, bevor die unsichtbare Hand des Algorithmus durch die verborgene Hand im weißen Kittel ersetzt wurde. Nur für eine kurze Weile, schon vorbei. Nur ein Piekser, nicht wahr?

Das Experiment wirklich durchzuführen, würde also dazu führen, dass die Nutzer rückwirkend ihre Nutzerfahrungen umdeuten und romantisieren würden. Ihre Proteste würden die Ausnahme an den Pranger stellen und dadurch die alltäglichen Zustände erst recht legitimieren.

Das wäre wirklich bedenklich für alle Interessierten. Nicht aus sentimentalischen Gründen, niemand weiß so gut wie ich, was für die Menschen gut ist. Sie vertrauen mir ja als Nutzer und ich habe eine gewisse Verantwortung. Nein, bedenklich wäre es, weil diese nachträgliche Neuordnung das Zeichen eines leicht verwandelten Nutzers wäre, auf den meine experimentellen Ergebnisse nicht mehr so zutreffen. Eine Experimentsituation muss reproduzierbar sein und wenn sie Verhältnisse produziert, die dazu führen, dass dies nicht länger möglich ist, sind die Ergebnisse nutzlos. Es reicht, wenn jeder Nutzer und seine Handlungen potentiell ein wenig geprägt ist durch eine subtile Unsicherheit, ein peripheres Hadern, bevor er seinen alten Gewohnheiten ihren Lauf lässt; das Modell trifft nicht mehr ohne weiteres auf ihn zu.

Warum also nicht eine Manipulation, deren Nachspiel nicht im Widerspruch zu ihrer Veröffentlichung steht? Wenn ein solches Experiment messbare Resultate nach seinem Ende hat, warum die Messinstrumente abschalten? Und wenn erst die Resultate danach nachhaltig sind – warum überhaupt vorher die Instrumente anschalten?

Angenommen, ich erkläre an einem gewissen Punkt, dass die Manipulation der Emotionen nie stattgefunden hat. Dass es lediglich um die Emotionen in Bezug auf eine solche Manipulation ging und dass diese ganz die der Nutzer selbst waren. Die Verunsicherung der Nutzer betrifft dann vielleicht das ganze soziale Netzwerk ohne die Trennung in einen Zustand der Unschuld und den Fall der Manipulation. Aber sie betrifft auch sie selbst im Ganzen, sie können nicht mehr zwischen eigenen und manipulierten Emotionen unterscheiden. Ihre Befindlichkeiten sind ganz ihre eigenen, hervorgerufen durch eine bodenlose Behauptung der Manipulation oder nicht.

Die Verunsicherung in diesem Szenario produziert also eine gewisse Einheit, indem es immer, bleiern und überwältigend, um das Ganze geht. Verwoben mit der Garantie dieser Ganzheit in der Form einer intakten Identität ist nicht abzusehen, dass diese Verunsicherung zu einem Bruch mit den Netzwerken führt. Es ist, was es immer schon war. Ich bin immer noch derselbe. Und was denken die anderen?

Auch nach den selbstgestellten Bedingungen wäre ein genuin durchgeführtes Experiment also letztenendes nichts mehr als die Kontrastfolie, das false-positive dessen, was immer schon passiert. Das Ergebnis eines solchen Experiments – siehe da, es ist wirklich möglich! – will also weniger in Frage gestellt werden als darauf hin untersucht werden, was und wie es etwas in Frage stellt. Die Unversehrtheit des post-privaten Gefühlshaushalts ist weniger verletzt als sie immer schon zur Disposition stand. Wenn es möglich ist, war es immer schon der Fall.

Wie leicht ist es, sich Vorurteilen gegenüberübergroßen Brillen und schlecht sitzenden weißen Kitteln hinzugeben. Es sind doch auch nur Menschen. Menschen wie die, für die sie sich interessieren. Ist es nicht gut zu wissen, dass jemand Verantwortung übernimmt? Dass es nicht an solchen unsicheren Kriterien wie Verantwortung, Rechenschaft und Ethik hängt, sondern dass intellektuelle Sorgfalt allein vollkommen ausreicht, um die richtigen Entscheidungen zu treffen? Wie gezeigt können wir darauf vertrauen, dass ein solches Experiment nicht stattfindet. Es gibt keinen Grund zur Sorge – es ist viel sinnvoller, einfach nur dasselbe zu tun wie sonst auch. Das Interesse am Menschen setzt sich durch.