



## **Beziehungskisten**

### **Sozialität und Soziabilität durch Dinge**

Interdisziplinäre Tagung des Bereichs Produkt-Design der Bauhaus-Universität Weimar am 11. und 12. November 2016

#### **Tagungskonzept**

Im Zuge der Debatten um ökonomische wie soziale Nachhaltigkeit und angesichts einer Soziologie wie Kulturwissenschaft, die Dinge vermehrt in ihrer Rolle für gesellschaftliche Prozesse reflektiert, sind soziale Dimensionen der Produktgestaltung stärker in den Fokus der Designwissenschaft geraten. Während diese Debatten eher eine makrosoziologische Perspektive einnehmen, möchte diese Tagung weniger nach der Rolle von Dingen für die Gesellschaft im Ganzen fragen, noch wie Dinge ganze Milieus und soziale Massenphänomene initiieren oder aus welchen sozialen Kontexten Dinge hervorgehen, sondern sie stellt eher eine bescheidene, aber dafür auch konkretere mikrosoziologische Frage, wie Dinge zwischenmenschliche Beziehungen strukturieren und konstituieren. In welcher Weise sind Dinge beziehungsstiftend und beziehungsregulierend? Inwiefern gehören sie zur Sozialität des Menschen und unterstützen seine Soziabilität? Hierbei sind phänomenologische und mikrosoziologische Untersuchungen anhand von Beispielen ebenso erwünscht, wie philosophische Begriffsklärungen und Grundlegungen oder Darstellungen historischer Entwicklungslinien. Ebenso sind Darstellungen aus der Praxis, die Aufschluss über den Entwurf dieser sozialen Produktdimensionen geben, willkommen. Eine Publikation der Ergebnisse ist geplant.

# BEZIEHUNGS KISTEN

11-12 Nov 2016

## **Sozialität und Soziabilität durch Dinge**

Ziel der Tagung ist es, mit der Frage nach der Sozialität und Soziabilität durch Dinge einen engeren Fokus auf das Themenfeld des „Social Design“ zu legen. „Social Design“ wird innerhalb des Designdiskurses meist in einem alltagssprachlichen Sinne gebraucht, wonach „soziale Gestaltung“ entweder das Wohlergehen bestimmter Gruppen zum Ziel hat, oder sich auf die Gestaltung immaterieller Beziehungs- und Verhaltensstrukturen im Sinne von Dienstleistungen konzentriert. Während ersterer Ansatz unter „Social Design“ im weitesten Sinne ethisch orientiertes oder caritatives Design versteht und damit weit mehr, als nur soziale Dimensionen der Dinge umfasst (Papanek, Human Centered Design, Universal Design), folgt letzterer Ansatz der Vorstellung, dass sich Soziales nur jenseits der Welt der Dinge finden ließe und macht damit die Frage nach den sozialen Dimensionen der Dinge obsolet.

In Absetzung von diesem verbreiteten Verständnis von „Social Design“, fragt die Tagung nach der aktiven Rolle, die Dinge in der Gestaltung und Konstituierung von sozialen Beziehungen spielen. Inwiefern haben sie Anteil an der Sozialität des Menschen und unterstützen seine Soziabilität? Während der Begriff der „Sozialität“ eher auf die Angewiesenheit und Abhängigkeit des Subjekts von sozialen Strukturen verweist, verweist der Begriff der „Soziabilität“ auf die Fähigkeit von Subjekten, soziale Beziehungen zu knüpfen. Auf welche Weise stabilisiert demnach die Verfasstheit der Dinge zwischenmenschliche Beziehungen (Sozialität) und ermöglicht ihre Konstituierung (Soziabilität)?

Um das Tagungsthema möglichst breit zu fächern, setzt die Tagung drei theoretische Schwerpunkte, die in der Praxis gleichwohl miteinander und ineinander verwoben sind: die *kommunikative*, *ästhetische* und *performative* Sozialität und Soziabilität durch Dinge. Diese Gliederung orientiert sich an drei Kompetenzen, die für die Soziabilität von Subjekten, also die Fähigkeit soziale

# BEZIEHUNGS KISTEN

11-12 Nov 2016

Beziehungen zu konstituieren von Relevanz sind: 1. die kognitive Fähigkeit zwischenmenschlichen Erkennens, 2. die perzeptive oder auch emotionale Fähigkeit zwischenmenschlichen Erlebens, 3. die performative Fähigkeit zwischenmenschlichen Handelns (vgl. Paul Ekman's Unterscheidung in „kognitive Empathie“, „emotionale Empathie“ und „Mitleiden“, das zum sozialen Handeln führt). Da soziale Beziehungen immer auch in einer dinglich verfassten Welt stattfinden, stellt sich die Frage, auf welche Weise Dinge zwischenmenschliches Erkennen, Erleben und Handeln mitkonstituieren und vermitteln.

## **I. Kommunikative Beziehungskisten**

In der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts wurde die soziale Wirksamkeit von Produkten unter semantischen und im weitesten Sinne sprachlichen Gesichtspunkten verhandelt (Baudrillard, Barthes, Offenbacher Ansatz). Produkten kommt hierbei die Funktion zu, soziale Zugehörigkeiten und Unterschiede zu symbolisieren. Dieser Schwerpunkt fragt nach der Art und Weise, wie Dinge in die kognitive Soziabilität eingreifen, zwischenmenschliche Erkenntnis ermöglichen oder verunmöglichen, welche Rolle sie also im weitesten Sinne für den kommunikativen Aspekt sozialer Beziehungen spielen.

## **II. Performative Beziehungskisten**

In jüngerer Zeit hat sich mit der Akteur-Netzwerk-Theorie (Latour u.a.) ein Ansatz etabliert, der in besonderer Weise geeignet scheint, die performative Rolle von Dingen in sozialen Beziehungen zu berücksichtigen. Dieser Ansatz ist methodisch hilfreich, da er keine Vorunterscheidung fällt, welche Entitäten zum Verstehen gesellschaftlicher Prozesse zu berücksichtigen wären. Die Tagung möchte den performativen und objektorientierten Fokus der ANT aufgreifen, aber nicht nach Vernetzungen beliebiger Art fragen, sondern nur nach solchen, welche die Konstituierung zwischenmenschlicher Beziehungen betreffen. Wie verändern Dinge unser handelndes zwischenmenschliches Verhältnis? Auf

# BEZIEHUNGS KISTEN

11-12 Nov 2016

welche Weise ermöglichen sie oder verunmöglichen sie die Kompetenz performativer Soziabilität? Wie regulieren Dinge zwischenmenschliches Verhalten? Und wäre von hier aus vielleicht ein Konzept des Interaction Designs zu gewinnen, dass weniger die interaktiven Beziehungen von Menschen zu Dingen untersucht, als vielmehr die zwischenmenschlichen Interaktionen mit und durch Dinge?

### **III. Ästhetische Beziehungskisten**

Dieser Schwerpunkt geht von der Voraussetzung aus, dass für die Konstituierung sozialer Beziehungen nicht nur ein kognitives Erkenntnisinteresse, sondern auch ein perzeptives Erlebnisinteresse von Bedeutung ist. Obwohl im Designdiskurs zwischen symbolischen und ästhetischen Aspekten der Dinge meist nicht unterschieden wird, fragt dieser Schwerpunkt dezidiert nach einer Produktästhetik sozialer Beziehungen. Könnte die These von der Erlebnisgesellschaft (Gerhard Schulze) - die zunächst eine allgemeine Erlebnisorientierung diagnostiziert - nicht ergänzt und vertieft werden um konkrete Erlebnisinhalte: beispielsweise um die Frage, welche Rolle Dinge im Miterleben von Subjekten spielen? Wie greifen Dinge in unser wahrnehmendes und erlebendes zwischenmenschliches Verhältnis ein, wie ermöglichen oder verunmöglichen sie die Kompetenz perzeptiv-emotionaler Soziabilität?

*Johannes Lang & Dr. Martina Fineder*

Webseite: [www.uni-weimar.de/beziehungskisten](http://www.uni-weimar.de/beziehungskisten)

Bauhaus-Universität Weimar  
Fakultät Kunst und Gestaltung  
Geschwister-Scholl-Str. 7, Raum HP05  
D-99423 Weimar