

Überblick :: Intelligente Reduktion

„Lebensmensch und Gewinnwarnung waren Wort und Unwort im Jahr 2008, für 2009 sind unter anderem nominiert: Finanzkrise, Problemguru, Managerboni, soziale Hängematte oder die Verschrottungsprämie. Wir merken es nicht nur am Sprachgebrauch: die Wirtschaftswachstumsmaschine ist ins Stocken geraten. Doch nur wer nachhaltiges Wachstum versprach, konnte im Superwahljahr 2009 auch Wahlen gewinnen. Aber glauben wir Menschen nach wie vor daran, dass die Welt und die Wirtschaft sich immer schneller drehen müssen, damit es uns allen gut geht? Haben wir nicht schon längst den Bogen überspannt?

Der ethische Diskurs zu den Grenzen des Wachstums nimmt weiter Fahrt auf. Das Eurobarometer 2009 zeigte, dass in Österreich der Klimawandel als gegenwärtig dringendstes globales Problem gesehen wurde - noch vor dem weltweiten Wirtschaftsabschwung. Insgesamt betrachten rund 86% der Bevölkerung den Klimawandel als bedeutendes Problem. Es ist also nicht nur Dennis Meadows, der seine 1972 im Bericht an den Club of Rome entworfenen Projektionen einer aufziehenden Systemkrise bestätigt sieht. Im Jahr 2004 veröffentlichten die Autoren das 30-Jahre-Update. Darin brachten sie die verwendeten Daten auf den neuesten Stand, nahmen leichte Veränderungen an ihrem Computermodell World3 vor und errechneten anhand verschiedener Szenarien mögliche Entwicklungen ausgehend vom Jahr 2002 bis zum Jahr 2100. In den meisten der errechneten Szenarien ergibt sich ein Überschreiten der Wachstumsgrenzen und ein anschließender Kollaps („overshoot and collapse“) bis spätestens 2100. Fortführung des „business as usual“ der letzten 30 Jahre führe zum Kollaps ab dem Jahr 2030.

Auch bei energischem Umsetzen von Umweltschutz- und Effizienzstandards kann diese Tendenz oft nur abgemildert, aber nicht mehr verhindert werden. Erst die Simulation einer überaus ambitionierten Mischung aus Einschränkung des Konsums, Kontrolle des Bevölkerungswachstums, Reduktion des Schadstoffausstoßes und zahlreichen weiteren Maßnahmen ergibt eine nachhaltige Gesellschaft bei knapp 8 Mrd. Menschen. Wir müssen uns loslösen von einer einfachen Aufsummierung aller geldwerten Umsätze und Verbrauchsindikatoren hin zu einer Bewertung von Qualitäten, die wir erreichen wollen. Und das wird nicht ohne Kompromisse und auch Verzicht von statten gehen.

Wenn wir von Informationen geblendet werden oder die Übersicht verlieren, können wir entweder die Augen verschliessen oder eine neue Gestaltung versuchen. Welches

Designprinzip könnte uns helfen, eine ehrliche Bewertung relevanter Lebens- und Umweltaspekte zu erreichen und diese auch umzusetzen, wenn Zahlen alleine nichts ausrichten? Die Disziplin der Gestaltung versucht, Komplexität intelligent zu reduzieren und Medien in Form zu bringen. Der Prozess des Gestaltens ist geprägt von einer Mischung handwerklicher Fähigkeiten und Eingebung einerseits und dem Bestreben gestalterischen, kommunikatorischen und sozialen Zielen und Regeln zu folgen andererseits.

Das Prinzip der Vereinfachung ist ein wesentliches Element der Gestaltungstheorie der 80er und 90er Jahre. Basierend auf Erkenntnissen der Wahrnehmungspsychologie versucht Gestaltung dabei, Information leicht verdaulich aufzubereiten. Hier setzt auch die Kritik am Prinzip der Simplifizierung an: Ohne Details verlieren Aussagen mitunter an Schärfe und Klarheit. Nun geht es darum, intelligent zu reduzieren, also durchaus Wege und Formen zu finden, welche auch Komplexität vermitteln und intelligent Zusammenhänge darstellen können. In dieser Herausforderung, die gute Gestaltung heute imstande ist in der Kommunikation zu leisten, besteht möglicherweise die Parallele zur Ökonomie, für die Reduktion noch immer nur einen Rückschritt bedeutet.

Wir werden uns überlegen müssen, welche Ziele uns tatsächlich wichtig sind und wie wir sie erreichen können, ohne auf weiteres Wachstum des BIP zu setzen. Wenn Ökonomen auf qualitatives statt quantitatives Wachstum setzen, impliziert dies noch immer Wachstum mit ökonomischen Parametern. Wir müssen vermutlich einen radikaleren Schnitt wagen und in verschiedenen Lebensbereichen auch Einschränkungen zulassen.“

(Aus: Ethify Yourself, Buch in Vorbereitung, erscheint 2010)

Achsen in der Gestaltung haben eine Parallele in der praktischen Philosophie: Dort ist die Axiologie die Lehre von den moralischen Werten. Hierzu drängen sich zwei Forschungsfragen auf: Erstens, welche Gestaltungsprinzipien können welchen Werten entsprechen und zweitens, welche Zielgruppen können mit welchen Medien erreicht werden, um einen Diskurs über Werte und Reduktion zu forcieren.

Das Department für Gestaltung und mediale Kommunikation an der Fachhochschule Vorarlberg wird die „Intelligente Reduktion“ zum Jahresthema für 2010 wählen. Hierzu entstehen mehrere Medien, unter anderem ein reduzierter Katalog mit neun Werten, ein Zeichensystem, ein Buch, das auch als „Wikibook“ veröffentlicht wird und von Lesern weitergeschrieben werden kann, Entwürfe für Kampagnen sowie ein „Serious Alternate Reality Game“, in dem mehrere Medien zu Themen der Ethik miteinander verbunden werden sollen. Weiters ist geplant, im Rahmen eines Symposiums im Herbst 2010 an der Fachhochschule Vorarlberg Theorie und Anwendungen für eine intelligente Reduktion erfahrbar zu machen, zu diskutieren und zu üben.

Symposion Intelligente Reduktion

Zeitraumen Herbst 2010 (voraussichtlich 21.-23. Oktober 2010)

Organisation: Fachhochschule Vorarlberg
Department für Gestaltung und mediale Kommunikation

Veranstaltungsformat

Exkursionen

Vorträge

Barcamp (themenoffen, Besucher präsentieren ihr Reduktions-Thema)

Übungen (Journaling, u.a.)

Exkursionen

Beispiele der Vorarlberger Architektur

Handwerk

Energiewirte

Gestaltung

Themenfelder Vorträge

Gestaltungstheorie

Axiologie (Werteethik)

Sozioökonomie

Ökologie

Mediale Begleitung

Wikibook

Aufbau einer Online Community im Vorfeld der Veranstaltung

Kontakt

Roland Alton-Scheidl, ras@fhv.at, +43 5572 792 3115

Ethify Wertekatalog		Forschungsprojekt „Ethikmedien“		Dr. Roland Alton-Scheidl	ras@fhv.at 22.11.2009
E	Wert	Zeichen	Ethische Haltung	Beispiele für Übungen	Richtlinien für Organisationen (Firma, Verein, Schule, Dorf, Stadt,...)
1	Gerechtigkeit		Engagiere Dich gegen Ungleichheit, Unrecht und Ungerechtigkeit friedlich.	Benachteiligungen erkennen, Zivilcourage üben, Rechte für den nichtmotorisierten Verkehr einfordern.	Gleichbehandlung aller. Rechtsstaat gilt als Rahmen, faire Nutzungs- oder Geschäftsbedingungen, nicht einseitig änderbar, mit Schiedsstelle zur Konfliktregelung.
2	Umsicht		Respektiere Umwelt, Mensch und Tiere. Lerne zu geniessen, ohne zu schaden und verbrauche nur, was du wirklich brauchst.	Auto und Flugzeug meiden, weniger Fleisch essen, jeden Ort so hinterlassen, wie er war (oder schöner), kochen mit frischen Zutaten und wenig Abfall.	Beschaffung ist klimaneutral, biologisch, artgerecht, nachhaltig, landschaftsschonend. Aktivität ist ressourcenschonend, kreislauforientiert, verwertend und basiert auf organischem Wachstum, der nicht stetig sein muss.
3	Balance		Sei gleichermassen aktiv mit Erwerb, Reproduktion, Kultur und Politik.	Massvoll arbeiten, selber aufräumen, Wikipedia lesen, in einem Ausschuss des Gemeinderats oder in einem Verein aktiv mitwirken.	Aufmerksamkeit nicht nur auf Arbeit und Wirtschaft, sondern auch auf andere Lebensbereiche gleichermassen.
4	Selbstbestimmung		Setze dir Ziele und verfolge sie auf selbst gewählten Wegen, ohne überheblich zu sein.	Mein Körper gehört mir, ich bewege mich gerne und achte auf Gesundheit und Ausgeglichenheit. Ich vertraue meinem Weg und lasse mich durch Argumente überzeugen.	Aktivitäten sind zielorientiert, engagiert, klar, tüchtig, bauen auf Talenten auf. Organisation ist kommunikationsfreudig, transparent und übertreibt nicht. Faire Preise.
5	Kooperation		Sei fair, ein verlässlicher Kollege, ein guter Freund, ein liebevoller Partner.	Treffe Entscheidungen im Konsens, halte dich an Abgabetermine und Beschlüsse und melde dich rechtzeitig, wenn du es nicht schaffst. Kümmere dich um deine Kollegen, Partner und Freunde.	Pflege eines kollegialen und wertschätzenden Umgangs, klare Kommunikation, faire Entscheidungsfindung, Vereinbarungen werden eingehalten.
6	Güte		Teile dein Wissen, deine Werte, deine Erfahrung und deinen Besitz.	Gib, dann bekommst Du. Ein Buch, ein Rezept, ein Foto schenken, die Couch anbieten, für Schüler eine Lesung, ein Spiel oder Werkstattbesuch organisieren.	Aktivitäten sind grosszügig, kooperativ und offen. Modifikationen der Produkte und Dienstleistungen durch den Kunden sind möglich und erlaubt.
7	Glück		Erkenne, was Dir wirklich gut tut, im Moment, am Tag, im Leben.	Täglich ein Stück zu Fuss gehen, an der Natur erfreuen, etwas selber bauen, bewusst Musik hören, sich bei einem Freund / einer Freundin melden.	Versprechen auf positive Wirkung für bestimmten Zeitraum, ohne späteres böses Erwachen.
8	Gleichmut		Lass Dich nicht blenden, weder von Menschen und Dingen noch durch Medien.	Hinterfrage Versprechungen, verzichte auf Gadgets und Prestigeobjekte.	Keine leeren Versprechungen; Angebote sind unaufdringlich, bedarfsorientiert, ehrlich, fair. Keine Spekulationen.
9	Geduld		Schenke dir selbst, Kindern, Verwandten und Alten Zeit.	Nimm jemanden auf einen Spaziergang mit, schenke jemandem eine Stunde Zeit und höre nur zu.	Aktivität ist kundenorientiert, Benachteiligte werden einbezogen, Nachbetreuung ist mitkalkuliert.