

Zeitschrift:	Hochparterre : Zeitschrift für Architektur und Design
Herausgeber:	Hochparterre
Band:	9 (1996)
Heft:	[2]: Macworld Sonderheft : neue Medien künstliche Welten
 Artikel:	Regressions-Design : warum wir mit digitalen Babys sprechen und mit Klobürsten spielen
Autor:	Wippermann, Peter
DOI:	https://doi.org/10.5169/seals-120450

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 14.01.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Regressions-Design

Die digitale Revolution verunsichert und verängstigt. Wir wünschen uns überschaubare Zusammenhänge, die wir im Griff haben. Kindisches Spielzeug, emotionale Agenten und regressives Design sind Ausdruck dieses Wunsches. Der deutsche Trendforscher Peter Wippermann hat sich gefragt, warum wir mit digitalen Babys sprechen und mit Klobürsten spielen.

Intelligente Roboter sind immer noch eine grausige Vorstellung. Ganz im Gegenteil zu den «lifelike, autonomous agents», den lebensähnlichen autonomen Systemen. So heissen computergestützte Animationen, die uns die Kommunikation mit einem künstlichen Baby, einem Hund oder gar Hamster erlauben. Es sind Produkte eines eher unscheinbaren Forschungsprogramms, das aber tief ins Verhältnis Mensch-Computer blicken lässt. Die putzigen kleinen Androiden können, produktiv gesehen, gar nichts. Sie sind dafür geschaffen, ihr Gegenüber zu unterhalten. Beugt man sich über die Wiege der emotionalen Agentin Julia und bittet sie um einen Kuss, antwortet sie frech und rollt mit den Augen. Sie lacht und winkt ihr Gegenüber an, je nachdem, wie sich die Unterhaltung entwickelt. Im Repertoire liegen also nicht nur Aktion, sondern auch Reaktion. Sobald der Betrachter die Puppe anschaut, schaut diese ihn an. Von vergleichsweise simplen Codes, wie dem Aufruf des Namens, Kosewörtern, bis zu ganzen Sätzen reicht das Programm. Julia enthält ein MUSE-System, ein «Multi-User-Simulation-Environment», mit dem sie sich Unterhaltungen merken, Sätze gefragt und ungefragt wiederholen kann.

Deutlich wird am Beispiel dieser Animation, wie perfekt sich gerade unseure genetische Instinktausstattung bestechen lässt und wie simpel es ist, uns

für einen Moment aus Misstrauen und Frustration gegenüber dem Computer herauszureißen. Der Computer und alles, was an Themen mit ihm zusammenhing, galt als technisch-wissenschaftliche Lebenswelt, seine Ästhetik war eine eher nüchterne. Die aufgeschreckte Öffentlichkeit nahm dem gegenüber einen virtuellen Kosmos vorweg, der alles in sich einsog, was phantastisch, unheimlich und fremd war. Dieses Szenario der Angst scheint überwunden.

Die virtuelle Welt als Kinderspiel

Der erste Kinofilm, der digital produziert wurde und zu einem der erfolgreichsten Filme überhaupt wurde, ist «Toy Story» von Walt Disney. Wieder, wie schon bei den interaktiven Animationen mit der Agentin Julia, kommt die digitale technische Herausforderung formal als Kinder- und Puppenspiel daher. Wie sorgsam, um nicht zu sagen ängstlich, der Eindruck von virtueller Komplexität vertuscht wird, macht schon die Verfahrensweise der Animateure deutlich. Die Figuren wurden zuerst als Knetfiguren mit den Händen entworfen. Dann erst erhielten sie ihr digitales Leben auf dem Bildschirm.

Was auf der Leinwand einfach und gewohnt aussieht, ist technisch überaus kompliziert. 800 000 Computerarbeitsstunden waren nötig, um die 110 000 Einzelbilder zu simulieren. Jede Kamerabewegung und -fahrt ist dem traditionellen Kino nachempfunden und entstammt einem konventionellen Drehbuch. Spiegelungen auf den Körpern und die warme Farbigkeit des Films führen eine von wahrnehmungstechnischen Experimenten weitgehend verschonte virtuelle Welt vor Augen. Keine Spielerei, nicht einmal ein kleinstes Aufblitzen der neuen Möglichkeiten, soll den Zuschauer irritieren. Was geleistet wird, ist, so sagt es Georg Seesslen in der «Zeit»,

der Versuch, Populärkultur mit digitaler Technik zu versöhnen.

Velleicht lässt sich auch andersherum argumentieren. Heute ist es ein Kennzeichen digitaler Bildwelten, dass sie stark vereinfacht und comicartig auftreten. Noch in jüngster Vergangenheit waren Vorstellungen von der digitalen Zukunft immer auch kosmologische Visionen, das Phantastische war das dieser Technik Angemessene. Berühmtes Beispiel sind Spielbergs Dinosaurier in «Jurassic Park». Jetzt geht der Trend trotz der noch grösseren technischen Möglichkeiten in die andere Richtung und betreibt eine Art digitales Understatement.

Form Follows Family

Beispiele für die Tendenz zum Regressions-Design lassen sich auch über den digitalen Zusammenhang hinaus finden, zum Beispiel beim Designspezialisten Alessi. Dessen Küchen- und Haushaltsgeräte, in den achtziger Jahren noch in streng reduziertem Chrom-Look, mutierten zu wahren Kindereien. Die berühmt ge-

wordene Design-Formel: «FFF» = Form Follows Function wird bei Alessi zu «Family Follows Fiction» umgewertet. Kleine geschlechtslose Wesen: bunt, absurd, gelegentlich trashig, bevölkern nunmehr den Tisch. Der Salz- und Pfefferstreuer «Liliput» sieht aus wie zwei Ostereier mit Augen und kleinen Füssen. Auch die Klobürste «Merdolino» ist als solche kaum mehr zu erkennen. Auf den ersten Blick wirkt sie wie ein Kinderspielzeug oder ein Blumentopf.

Der banale Zusammenhang, in dem diese Gegenstände stehen, wird aufgelöst. Doch es ist fraglich ob sie den Alltag zu bewältigen helfen, und ob wir spielerischer mit ihnen umgehen? Der Hinweis auf dem Verpackungsdesign «Family Follows Fiction» deutet auf das Kind als mentale Leitfigur für das neue Design hin. Kinder freilich werden die Klobürste nicht benutzen, vielmehr sollen wir Konsumenten uns verhalten wie Kinder. Fiktionaler Spielraum und Lebensfreude in und ausserhalb des Computers, Vereinfachung und Versteckspiel, all

Das Kind als mentale Leitfigur für das neue Design: «Family Follows Fiction» von Alessi



Das erste Tagethema des Multimedadiaprogramms «Simulation/Stimulation» heisst «Neurosport» und widmet sich Computerspielen, Videogames und Avatar, unserem Stellvertreter im Cyberspace. Diskutiert wird die Frage, wie sich im Avatar Körperhaftigkeit und sensorische Funktionen simulieren lassen und inwiefern sich dadurch unsere Selbstwahrnehmung verändert (Mitwoch, 23. Okt., 13 bis 19 Uhr).



tion, ist zugleich zum Fluch geworden. Irgendwann ist die Grenze dessen erreicht, was überhaupt noch zu verstehen und zu erlernen ist. So wunderbar bequem und ausgereizt der Umgang mit dem häuslichen Telefon, der Zentralheizung, dem Radio- wecker ist: Jeder fürchtet sich davor, auch nur den Timer von Winter- auf Sommerzeit umzustellen. All die kleinen Apparate, vom digitalen Adress-

buch bis hin zum Tachometer am Mountainbike hinterlassen letztlich ein allumfassendes Ohnmachtsgefühl gegenüber einer Black Box.

Von Julia bis Nintendo

Es ist offensichtlich, dass wir geneigt sind, aus der sich immer höher drehenden Spirale der Automation auszusteigen. Weil es kein Zurück mehr gibt, stützen wir uns verstärkt auf kindisches, regressives Design und auf emotionale Agenten wie die kleine Julia. Sie vermitteln zwischen dem, was strukturell einfach, funktionell, und doch kompliziert ist. Nicht anders ist dies bei digitalen Kinderspielzeugen wie zum Beispiel von Nintendo. Hinter der kinderleichten Bedienung mit den bunten Tasten und runden Formen, den lustigen, manchmal auch bösen Gesellen auf dem Display, steckt ein Rechner, der in dieser Qualität nicht einmal der NASA beim Betreten des Mondes zur Verfügung stand. Aufbau und Didaktik, zuletzt die Anmutung der Maschine, erzeugen spielerische Erkundungen, die

bald in Lernprozesse und kognitive Höchstleistungen umspringen.

Ein zweiter psychologischer Umstand wird anhand des Umgangs mit der emotionalen Agentin Julia deutlich. Anwender von abstrakten Programmen erwarten, dass sie verlässlich funktionieren. Die Funktion muss unmittelbar und gleichbleibend erfolgen, auch wenn, wie häufig bei Computerprogrammen, die Rechenkapazität stärker in Anspruch genommen wird. Tritt die Reaktion verzögert ein oder wird verweigert, reagiert der Benutzer mit Frustration. Anders beim Umgang mit emotionalen Agenten. Ihnen gegenüber verhält sich der Anwender weitaus nachsichtiger. Bei Nichtfunktionieren sucht er die Schuld auch bei sich und probiert es noch einmal auf andere Weise. Es kommt also darauf an, den Anschein von Individualität, Absicht und sozialer Beziehung zu erzeugen, um ein differenziertes, sensibles Verhalten gegenüber den komplexen Rechenprogrammen hervorzurufen.

Der Schlumpf auf dem Bildschirm

Emotional Design ist demnach keine Sache just for fun, sondern notwendiges Korrelat im Umgang mit Ungewohntem und Neuem. Da, wo man zunächst wenig versteht, sucht man einen Ausgleich und stellt sich – bildlich gesprochen – einen Schlumpf auf den Bildschirm. Diese geradezu archaische Handlungsweise macht sich modernes Design zunehmend zu nutze und baut den Schlumpf mit ein. In Bildschirmschonern, Interfaces, Homepages und jetzt auch in computeranimierten Trickfilmen puffern sie uns ab gegen die schwarzen Löcher in der digitalen Zukunft.

Peter Wippermann



das lässt sich genausogut auch als Entpolitisierung und allgemeine Verblödung der Gesellschaft begreifen. Wir reagieren empfindlich auf die sich zunehmend beschleunigenden technischen und – dadurch bedingt – gesellschaftlichen Veränderungen. Technik als soziale Utopie, dieses Schlagwort der industriellen Revolu-

Peter Wippermann ist Professor für Kommunikationsdesign an der Universität GH Essen. Zusammen mit Matthias Horx gründete er 1993 das «Trendbüro» in Hamburg.