

Sprache für die Form*

Forum für Design und Rhetorik



Das E-Journal für Designer und Rhetoriker

Vorwort des Herausgebers

Werte Leserinnen und Leser,

was bietet Ihnen »Sprache für die Form«? Dieses Forum für Design und Rhetorik möchte Designern und Rhetorikern einen Austausch ermöglichen und einen Beitrag dafür leisten, dass wir Design besser verstehen, dass wir über Design besser, genauer, verständiger und verständlicher reden. Der Austausch soll wissenschaftlich sein und unterhaltsam – worin für mich kein Widerspruch steckt. Das Medium für diesen Austausch ist ein »E-Journal«, ist diese elektronische Zeitschrift. Einige Überlegungen, die theoretisch hinter unserem Unterfangen stehen, erläutere ich in dem Essay »Designer sollten Rhetoriker werden«, den Sie in der Rubrik »Lernen« unter »Grundlagen« finden.

[1] Die »Mythen des Alltags« sind als Reminiszenz an das gleichnamige Buch von Roland Barthes (Barthes, Roland: Mythen des Alltags. Trans. Horst Brühmann. Berlin: Suhrkamp, 2010.) zu verstehen, in dem er Alltagsphänomene ebenso tiefgründig wie augenzwinkernd betrachtete.

Deshalb an dieser Stelle ein paar Erläuterungen zum redaktionellen Angebot von »Sprache für die Form«:

- In der Rubrik »Lernen« finden Sie unter anderem ein Wörterbuch zu Begriffen aus der Rhetorik, die für Designer relevant sind, kurz und knapp erläutert und auf Gestaltung bezogen werden. Dieses Wörterbuch wird mit jeder Ausgabe erweitert.
- In der Rubrik »Denken« können Sie tiefer in die Fragen des Forums eindringen und Essays lesen, die sich wissenschaftlich und theoretisch mit der Sprache für die Form auseinandersetzen, ebenso eine Reihe von Rezensionen. Vor allem bietet diese Rubrik eine Reihe Interviews mit renommierten Designern, Rhetorikern, Philosophen und Wissenschaftlern; diese Interviews liegen als Hördateien vor und sind gleichsam das Herzstück unseres Forums, kommt in diesen Gesprächen doch die Form zur Sprache.
- In der Rubrik »Umsetzen« beschäftigen wir uns – mal hintergründig, mal augenzwinkernd – mit Mythen des Alltags[1], stellen Ihnen die Arbeiten von Illustratoren vor und zeigen Ihnen, welche Antworten uns Gestalter auf die »Stilfrage« geben. Vielleicht mögen Sie an der »Stilfrage« mitwirken, uns Beispiele Ihrer gestalterischen Arbeiten einsenden und erläutern, mit welchen Stilmitteln Sie auf wen welche Wirkung erzeugen wollen. Erhalten wir viele Einsendungen, dann entsteht auf diesem Wege eine Sammlung der Stilmittel und eine Basis für deren wissenschaftliche Auswertungen.
- Ältere Beiträge aus den verschiedenen Rubriken finden Sie im »Archiv«. Die Artikel für »Sprache für die Form« schreiben Designer, Rhetoriker, Wissenschaftler, Philosophen und Publizisten von Rang und Namen, aber auch Beiträge junger Federn werden aufgenommen. Dass diese elektronische Zeitschrift nun ihre vierzehnte und fünfzehnte Ausgabe veröffentlicht, ist der engagierten Mitarbeit von Studenten des Masterstudiengangs Kommunikationsdesign der Hochschule Konstanz zu verdanken.

Ihnen, werte Leserinnen und Leser, wünsche ich bei der Lektüre interessante Anregungen und viel Vergnügen

Ihr

Dr. Volker Friedrich

Professor für Schreiben und Rhetorik an der Hochschule Konstanz

Essay	Michael Kuhn	3
	Elemente, Paradigmen, Medien	
	Volker Friedrich und Brian Switzer	11
	Methoden der Designwirkungsforschung	
Hördatei	“You still have to have the critical thinking”	24
	Adam Cutler über Menschen und Maschinen	
	»Die Welt verbessern müssen andere«	25
	Oliver Schröm über die Rolle des Journalismus	
	»Digital-Analog-Versöhnung«	25
	Udo Schrenk über den Wandel der Technik im Designprozess	
	»Ich zeichne nicht mit Buchstaben«	26
	Dafi Kühne gestaltet und druckt Plakate – analog	
	»Wir müssen uns diesen Dingen stellen«	26
	Dieter C. Schütz über digitale Technik und fremde Fantasie	
Frage und Antwort	Rhetorik und Designsysteme	27
	Heiner Mühlmann über Innovationen der Renaissance	
Rezension	»Die Welt ist ein großes Fest der Farben«	34
	Kenya Hara taucht ein in die Tiefen von Weiß	
	»Ideen zur Selbstvermarktung«	36
	Damian Gerbaulet über Kommunikationsdesign als Marke	
	»Schönheit = Funktion = Wahrheit«	38
	Sagmeister & Walsh über die Gestaltung der Zukunft	
Mythen des Alltags	Benedikt Bischler	39
	Das Profilbild	
	Tanja Hornung	42
	Food Porn – wessen Auge isst mit?	
	Nadine Rupprecht	43
	Selfie-Stick	
Illustration	Stefan Schmid	45
	Amsterdamer Stadtszenen	

Elemente, Paradigmen, Medien

Bausteine für ein Nachdenken über Technik

Von Michael Kuhn

In diesem Beitrag soll für eine spezifische Betrachtungsweise der Technik geworben werden. Es geht um die Frage: Wie kann Technik gedacht und über Technik nachgedacht werden? Und natürlich damit verbunden: Wie kann über Technik gesprochen werden?[1] Dabei geht es mir nicht um ein möglichst allgemeines Technikverständnis, etwa im Sinne eines umfassenden soziotechnischen Systems[2], sondern um Technik, wie sie in einzelnen Artefakten und Prozessen realisiert ist[3]; allein in diesem Sinne wird im Folgenden der Begriff »Technik« gebraucht. Dies ist eine bewusste Einschränkung. Ich möchte nicht bestreiten, dass einzelne Techniken immer in größere systemische Zusammenhänge eingebunden sind und mit diversen ökonomischen, politischen und sozialen Faktoren wechselwirken. Entsprechend wird im weiteren Verlauf diese Wechselwirkung unweigerlich am Rande berührt.

Für die angestrebte Betrachtungsweise werden verschiedene Theorie-Bausteine zusammengetragen. Diese Bausteine sind – je mit Blick auf die Technik – »Aufbau aus Elementen«, »Prägung durch Paradigmen« und »Gestaltung in Medien«. Die genannten Bausteine sind selbst nicht neu und an diversen Stellen in der Literatur zu finden, wie ich exemplarisch zeigen werde. Allerdings werden diese Aspekte meist einseitig ins Feld geführt, was die resultierenden Technikkonzeptionen mindestens unvollständig macht. Im Folgenden werden die genannten Bausteine nacheinander vorgestellt und kritisch diskutiert sowie am Ende zu einem Gesamtbild zusammengeführt. Zuletzt wird dafür argumentiert, dass das Denken in der genannten Trias diverse theoretische und praktische Vorteile mit sich bringt.

Baustein 1: Aufbau aus Elementen

Konkrete technische Artefakte und Prozesse sind immer aus verschiedenen Elementen aufgebaut. Betrachten wir zuerst einfache technische Gegenstände in der Form mechanischer Vorrichtungen. Bereits antike Autoren stellten fest, dass sich ihre mechanischen Techniken auf »einfache Maschinen« oder »Basismechanismen« zurückführen lassen[4]. Je nach Quelle sind diese einfachen Maschinen z. B. Seil bzw. Stab (ändert den Angriffspunkt einer Kraft), Rolle (ändert die Richtung einer Kraft) und schiefe Ebene bzw. Keil (ändert Betrag und Richtung einer Kraft). Eine Schraube entstünde damit aus der Kombination aus einem Stab und einer schiefen Ebene, wobei die schiefe Ebene als um den Stab gewickelt verstanden werden kann. Die Idee von einzelnen Basismechanismen spielte über die Jahrhunderte eine wichtige Rolle in der Lehre der Technikwissenschaften. So wurde z. B. im 19. Jahrhundert Christopher Polhems Modell-sammlung und seine Idee eines damit dargestellten »mechanischen Alphabets« bekannt[5]. Noch heute hören alle Maschinenbaustudenten Vorlesungen zum Thema »Maschinenelemente«[6], ein Feld in dem die entsprechenden materiellen Elemente wie auch die zugehörigen Berechnungs- und Auslegungsmethoden gelehrt werden. Ein Standardwerk in der Verfahrenstechnik trägt den Titel *Elemente des Apparatebaues*[7]. Auch verfügen aktuelle CAD-Programme[8] fast



Dr.-Ing. Michael Kuhn, TU München.
Foto: privat.

Michael Kuhn studierte Maschinenbau und Verfahrenstechnik mit diversen Abstechern in die Philosophie. Er wurde 2018 mit der Arbeit *New Paths in Filtration – Optimal Control Approaches Based on Continuum Models* promoviert. Aktuell beschäftigt er sich an der Technischen Universität München in Forschung und Lehre mit Verfahrenstechnik (z. B. Apparatebau, Filtration, Kaffeeextraktion) und philosophischen Aspekten technischer Innovationen (etwa den kontrafaktischen Elementen im technischen Denken).

[1] Dieser Text versteht sich damit auch als Beitrag zu einer Rhetorik der Technik; vgl. Friedrich, Volker: *Zur Rhetorik der Technik*. In: *Sprache für die Form*, Ausgabe Nr. 11, Herbst 2017. Online verfügbar unter: <https://www.designrhetorik.de/zur-rhetorik-der-technik/>

[2] vgl. z. B. Ropohl, Günter: *Allgemeine Technologie*. Karlsruhe 2009.

[3] Ich verstehe unter einem technischen Artefakt hier einen künstlich hervorgebrachten, materiellen Gegenstand mit funktionaler Ausrichtung. Durch technische Prozesse werden Artefakte produziert; Prozesse werden selbst unter Verwendung von Artefakten umgesetzt, z. B. Maschinen und Anlagen.

[4] Usher, Abbot Payson: *A History of Mechanical Inventions*. New York 1988. S. 120–122.

[5] Ferguson, Eugene S.: *Engineering and the Mind's Eye*. Cambridge/MA 1994. S. 137–142, 216 (Endnote 29).

[6] vgl. z. B. Wittel, Herbert; Jannasch, Dieter; Voßiek, Joachim; Spura, Christian: *Roßoff / Matek Maschinenelemente*. Wiesbaden 2017.

[7] Titze, Hubert; Wilke, Hans-Peter: *Elemente des Apparatebaues*. Berlin 1992.

[8] CAD = computer-aided design; die Abkürzung bezeichnet also Softwaresysteme zur Konstruktion am Computer.

ausnahmslos über einen *part*- und einen *assembly*-Modus, wobei im ersten Einzelteile konstruiert und im zweiten Modus diese zu einer Gesamtkonstruktion zusammengesetzt werden.

Interessanterweise lässt sich diese Aufteilung in Elemente auf unterschiedlichen Ebenen durchführen. Eine Pumpe zum Fördern von Flüssigkeiten ist bspw. aus Gehäuseteilen, Schrauben, Dichtungen, einer Welle und einem Rotor aufgebaut. Diese Pumpe kann ihrerseits jedoch wieder Teil einer technischen Anlage sein, z. B. im Rahmen eines verfahrenstechnischen Prozesses, in dem sie mit Rohrleitungen und Kesseln – also weiteren Elementen – kombiniert wird. Die betreffende Anlage kann abermals Teil eines größeren Zusammenhangs sein, etwa eines Anlagenverbundes[9].

Weiterhin ist zu beachten, dass neue technische Artefakte nicht nur im Bereich des Mechanischen aus vorher bereits existierenden Elementen zusammengesetzt sind; dies gilt ebenso für elektronische Techniken. Die Elemente hierbei sind bspw. Leiterbahnen, Widerstände, Transistoren und Dioden. Jedoch nicht immer liegen die beteiligten Elemente in einer solch diskreten, klar abgrenzbaren Form vor. Ich würde etwa auch bei pharmazeutischen Produkten von technischen Artefakten sprechen[10]. Denkt man an eine Kopfschmerz-Tablette, liefern die Inhaltsstoffe eine mögliche Einteilung in Elemente, also z. B. der Wirkstoff Aspirin (chemisch Acetylsalicylsäure) wie auch weitere Hilfsstoffe (z. B. Cellulose, Lactose oder Stärke), die zusammen zu einer Tablette verpresst werden. Für manche Produktgruppen sind sogar die zulässigen Elemente gesetzlich vorgeschrieben. Typisch hierfür ist das deutsche Reinheitsgebot, welches die Zutaten festlegt, die beim Bierbrauen zum Einsatz kommen dürfen. ||

Aus den bisherigen, beispielreichen Ausführungen sollte klargeworden sein, dass sich Techniken sehr plausibel als aus Elementen zusammengesetzt auffassen lassen. Der technische Schaffensprozess kann damit auch als eine Art angewandte Kombinatorik beschrieben werden. Entsprechend sind technische Inventionen nie radikal neu, sondern greifen immer auf bereits vorhandene Elemente zurück. Schon Schumpeter formulierte in seiner *Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung*: »Technisch wie wirtschaftlich betrachtet heißt also Produzieren die in unserem Bereiche vorhandenen Dinge und Kräfte kombinieren. Eine jede Produktionsmethode bedeutet eine bestimmte solche Kombination. Verschiedene Produktionsmethoden können sich nur durch die Art und Weise unterscheiden, wie sie kombinieren, also entweder durch die kombinierten Objekte oder durch das Verhältnis zwischen deren Mengen. Jeder konkrete Produktionsakt verkörpert für uns, ist für uns, eine solche Kombination.«[11] Auch Abbott Payson Usher verwendet eine ähnliche angewandte Kombinatorik als Basis für seine technikhistorischen Arbeiten. Er begreift technischen Wandel als »cumulative synthesis«[12] und analysiert, wie technische Bausteine historisch immer wieder neu zu komplizierteren Techniken zusammengeführt wurden, die ihrerseits nachfolgend als weitere Bausteine zur Verfügung standen. Eine analoge Sichtweise wurde vor einigen Jahren von dem britischen Ökonomen W. Brian Arthur vertreten. Er schreibt: "[...] new elements (technologies) are constructed from ones that already exist, and these offer themselves as possible building-block elements for the construction of still further elements." [13] An anderer Stelle heißt es: "Strictly speaking, we should say that novel elements are directly made pos-

[9] Ropohl, Allgemeine Technologie, a. a. O., S. 122.

[10] vgl. Anmerkung 3 oben.

[11] Schumpeter, Joseph: Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung. Leipzig 1912. S. 21.

[12] Usher, a. a. O., S. 72.

[13] Arthur, W. Brian: The Nature of Technology. New York 2009. S. 167.

sible by existing ones. But more loosely we can say they arise from a set of existing technologies, from a combination of existing technologies.”[14] Während diese Schilderungen mit dem Grundtenor der vorliegenden Arbeit übereinstimmen, ist Arthurs Analyse in eine dubiose Technikmetaphysik eingebunden – »technology creates itself out of itself«[15] –, die ich für sachlich verfehlt und moralisch falsch halte.[16] ||

Exkurs: Systemtheorie

An dieser Stelle bietet sich ein kurzer Exkurs in die allgemeine Systemtheorie an. Einer ihrer Gründerfiguren, der Biologe und Systemtheoretiker Ludwig von Bertalanffy, definierte Systeme als »complexes of elements standing in interaction«[17]. Da konkrete Techniken, wie eben illustriert, als aufgebaut aus interagierenden Elementen verstanden werden können, lassen sie sich ebenfalls als Systeme beschreiben. Die allgemeine Systemtheorie hat, basierend auf der angeführten grundlegenden Systemdefinition, eine Reihe hilfreicher Begrifflichkeiten entwickelt. Hiervon sollen an dieser Stelle nur selektiv zwei Aspekte vorgestellt werden: eine Unterteilung in verschiedene Systemauffassungen und die systemtheoretische Unterscheidung von Kompliziertheit und Komplexität. Der Ingenieur, Technikphilosoph und Systemtheoretiker Günter Ropohl führt drei charakteristische Analysemodi von Systemen im Hinblick auf Funktion, Struktur und Hierarchie an[18]. Die funktionale Beschreibung konzentriert sich auf Eingangs- und Ausgangsgrößen von Systemen. In der strukturalen Analyse geht es um die Verknüpfungen bzw. Relationen zwischen Systemelementen und die hierarchische Systemauffassung beschreibt das Enthaltensein von Systemen in übergreifenden Systemen – sogenannten »Supersystemen« –; die Elemente von Systemen werden als »Subsysteme« begriffen. Um auf das schon genannte Pumpen-Beispiel zurückzukommen: Die Pumpe wäre hier das betrachtete System, eine Schraube eines ihrer Subsysteme, das ihrerseits wieder aus Metallatomen zusammengesetzt ist, und die gesamte Anlage, in der sie verbaut ist, ihr Supersystem. Weiterhin erarbeitete die allgemeine Systemtheorie ein präzises Verständnis von Kompliziertheit und Komplexität, wobei Kompliziertheit die Anzahl an Systemelementen beschreibt und Komplexität die Anzahl an Verbindungen zwischen diesen Systemelementen. Für einen Überblick über weitere systemtheoretische Konzeptionen sei der Leser auf Ropohls *Allgemeine Systemtheorie* verwiesen.[19] Anschließend an diesen Exkurs werden im Folgenden die Bausteine verschiedener Techniken als Elemente bezeichnet und die Kombinationen von interagierenden Elementen, wie sie in technischen Artefakten oder Prozessen zu finden sind, als Systeme.

An dieser Stelle ist es wichtig, an eine weitere zentrale Erkenntnis aus der allgemeinen Systemtheorie zu erinnern: Systeme »existieren« nicht in der Welt, sie sind stets konstruiert. Unter verschiedenen Schwerpunkt- bzw. Zielsetzungen resultieren daher variierende systemhafte Beschreibungen[20]. In diesem Sinne ergibt sich auch eine Dialektik zwischen technischen Systemen und ihren Elementen. Systeme werden je nach ihrem Erfolg auf ihre Elemente analysiert[21]. Technische Systeme sind dann erfolgreich, wenn sie gewünschte oder nützliche Funktionen bereitstellen. Welche Funktionen gewünscht oder nützlich sind, entscheiden allerdings zu einem großen Teil die Nutzer technischer Systeme. Der Erfolg und Kriterien des Erfolgs entstehen somit in enger Wechselwirkung

[14] ebd., S. 169.

[15] ebd., S. 169.

[16] Die Auffassung, dass Menschen nur passiv von Technik überrannt werden, ist in dieser Allgemeinheit empirisch nicht haltbar; sollten sich entsprechende Tendenzen verstärkt entwickeln, müsste hier gegengesteuert werden.

[17] Bertalanffy, Ludwig von: *General System Theory*. New York 1968. S. 33.

[18] Ropohl, Allgemeine Technologie, a.a.O., S. 75–83.

[19] Ropohl, Günter: *Allgemeine Systemtheorie*. Berlin 2012.

[20] Ropohl, Allgemeine Systemtheorie, a. a. O., S. 52.

[21] Der Vollständigkeit halber soll darauf hingewiesen, dass die Dimension Erfolg auch Misserfolg miteinschließt. Aus einer Ingenieursperspektive hat z. B. Petroski wiederholt auf die Wichtigkeit technischen Versagens als Erkenntnisquelle hingewiesen; vgl. Petroski, Henry: *To Engineer is Human. The Role of Failure in Successful Design*. New York 1985. In der Philosophie hat Heidegger früh darauf aufmerksam gemacht, dass Technik dann auffällig wird, sobald sie nicht mehr einwandfrei funktioniert und sich damit durch »Unzuhandenheit« auszeichnet; vgl. Heidegger, Martin: *Sein und Zeit*. Tübingen 2001. S. 73.

mit sozialen Bewertungen. Die Zerlegung in Elemente geschieht entsprechend auch so, dass die getroffene Dekomposition wiederum geeignet ist, weitere funktionale Systeme zu bilden. Technische Systeme wie auch ihre Elemente sind daher immer schon sozial imprägniert[22].

Baustein 2: Prägung durch Paradigmen

Bei einem gegebenen Vorrat an Elementen sind schnell sehr viele Kombinationen möglich. Bereits mit zehn unterschiedlichen Elementen ergeben sich 92378 Kombinationen, wenn Systeme aus ebenfalls zehn Bestandteilen gebildet werden und dieselben Elemente mehrfach verwendet werden können. Bei 50 Elementen sind es schon über $5 \cdot 10^{28}$ mögliche Kombinationen (eine 5 mit 28 Nullen). Nun mag zurecht angemerkt werden, dass kaum ein technisches System alle verfügbaren Elemente ausschöpft. Sollen etwa aus zehn Elementen weniger komplizierte Systeme[23] mit nur fünf Elementen konstruiert werden, bleiben noch 2002 Möglichkeiten, eine deutliche Reduktion verglichen mit dem Fall, bei dem alle zehn verwendet wurden. Wird der Vorrat an Elementen auf 50 erhöht, aus denen weiterhin fünf eingesetzt werden sollen, resultieren 3162510 mögliche Kombinationen. Mathematisch wurde hier die Anzahl an »Kombinationen mit Wiederholung« berechnet, ein Vorgehen, welches in jeder entsprechenden Formelsammlung zu finden ist. ||

Im Gegensatz zu diesem einfachen Spiel mit Zahlen werden in konkreten Technikfeldern zweifellos Elemente nicht wahllos kombiniert. Viele Kombinationen sind in der Praxis überhaupt nicht denkbar, da sie in keiner Weise funktional sind. Doch selbst wenn der Möglichkeitsraum aus Funktionalitätsgründen weiter eingeschränkt wird, bleibt eine unüberschaubare Vielzahl an Kombinationen. Hierzu sollte man sich vergegenwärtigen, dass Technikfelder wie der Maschinenbau, die Verfahrenstechnik oder die Elektrotechnik über einen enormen Umfang an möglichen Elementen verfügen, weit mehr als die gerade angeführten 50. Das blinde Kombinieren alleine scheint daher eine ungenügende Erklärung für die planvolle Hervorbringung neuer Techniken zu sein.

Ich argumentiere hier dafür, dass das technische Kombinationshandwerk ganz zentral durch schon etablierte und bewährte technische Systeme inspiriert und geprägt wird. Solche etablierten Kombinationen finden sich im Bereich des Maschinenbaus etwa in Werken wie *1000 Konstruktionsbeispiele für die Praxis*[24] oder, etwas allgemeiner gehalten, in *Prinziplösungen zur Konstruktion technischer Produkte*[25]. Das *Taschenbuch der Verfahrenstechnik*[26] führt eine Vielzahl an erfolgreichen Kombinationen etablierter verfahrenstechnischer Grundoperationen an, z. B. zur Herstellung von Schwefelsäure, Polyurethanen und Penicillin oder zur Reinigung von Abwässern. Im Lebensmittel- und Pharmabereich, nehmen die etablierten Kombinationen häufig auch die Form von bewährten Rezepten an. An dieser Stelle möchte ich ein weiteres Beispiel anführen, das keine Technik im eigentlichen Sinne darstellt, trotzdem aber wesentliche Merkmale verschiedener Techniken in sich vereint: das LEGO-Spiel. Hierbei werden ebenfalls einzelne Elemente, die Bausteine, zu Systemen kombiniert. Die in den Bauanleitungen dokumentierten LEGO-Gegenstände stellen in diesem Fall die bewährten Kombinationen der einzelnen Elemente dar; sie lenken und inspirieren damit auch das freie Spiel mit den LEGO-Steinen[27].

- [22] Für eine Arbeit, die ein starkes Gewicht auf die sozialen Einflüsse legt, verweise ich auf Bijker, Wiebe E.; Hughes, Thomas P.; Pinch, Trevor: *The Social Construction of Technological Systems*. Cambridge/MA 1989.
- [23] vgl. Exkurs.
- [24] Krahn, Heinrich; Eh, Dieter; Lauterbach, Thomas: *1000 Konstruktionsbeispiele für die Praxis*. München 2010.
- [25] Koller, Rudolf; Kastrup, Norbert: *Prinziplösungen zur Konstruktion technischer Produkte*. Berlin 1998.
- [26] Schwister, Karl (Hg.): *Taschenbuch der Verfahrenstechnik*. München 2010.
- [27] vgl. dazu auch Cook, Roy T.; Bacharach, Sondra (Hg.): *LEGO and Philosophy*. Hoboken 2017.
- [28] Der Paradigmen-Begriff bezieht sich auf die klassische Arbeit Kuhn, Thomas S.: *The Structure of Scientific Revolutions*. Chicago 2012. Hierbei mag befremdlich sein, dass nach der vorliegenden Analyse scheinbar eine große Anzahl an Paradigmen gleichzeitig in jedem Technikfeld wirksam ist und Paradigmen zudem sehr partikuläre Problemlösungen bezeichnen. In Kuhns Bild der Naturwissenschaften dominiert dagegen je nur ein Paradigma; zudem wird der Paradigmenbegriff primär zur Beschreibung von Gesamtkonstellationen in der Forschung herangezogen. Allerdings wurde schon früh darauf hingewiesen, dass Kuhn den Paradigmenbegriff selbst vielseitig verwendet; vgl. Masterman, Margaret: *The Nature of a Paradigm*. In: Lakatos, Imre; Musgrave, Alan (Hg.): *Criticism and the Growth of Knowledge*. London 1972. S. 59–89. So bezeichnet Kuhn auch typische Problemlösungen, wie sie in Lehrbüchern dokumentiert sind und die gängige Praxis anleiten, als Paradigmen. In diesem Sinne wird hier der Begriff verwendet. Einen ähnlich partikulären Paradigmenbegriff in Bezug auf die Technik vertritt auch Petroski, Henry: *Design Paradigms*. Cambridge 1994. Allerdings bezeichnet Petroski, seinem generellen Blick auf die Technikwissenschaften entsprechend, einzelne lehrreiche Schadensfälle als Paradigmen, die durch ihr aufmerksames Studium zukünftig zu vermeiden sind. Ich möchte zuletzt darauf hinweisen, dass auch eine umfassendere und somit klassischere Verwendung des Paradigmenbegriffs in den Technikwissenschaften sinnvoll sein kann; vgl. Kuhn, Michael; Pietsch Wolfgang; Briesen, Heiko (2017): *Clarifying Thoughts About the Clarification of Liquids – Filtration and the Philosophy of Science*. In: *Chemie Ingenieur Technik*, 89 (9), S. 1126–1132. Ähnlich wie Systeme lassen sich auch Paradigmen auf verschiedenen Abstraktionsniveaus identifizieren.

Bisher wurde mit diversen Beispielen illustriert, dass die technische Kombinationsarbeit durch etablierte Systembildungen geleitet wird. Diese etablierten Kombinationen aus Elementen möchte ich als *Paradigmen* bezeichnen[28]. Weiterhin gehe ich davon aus, dass Mengen von Paradigmen technische Stile bilden [29]. Etwas tautologisch lassen sich Paradigmen somit auch als stilprägende technische Systeme interpretieren[30]. Ich verstehe das in dem Sinne, dass technische Paradigmen in einem Feld, z. B. dem Maschinenbau, zu einer Zeit untereinander ein diffuses Netzwerk von Familienähnlichkeiten im Wittgensteinschen Sinne aufweisen[31].

Stellt sich noch die Frage, wie das für eine gegebene Problemstellung geeignete Paradigma innerhalb eines Technikstils gefunden wird? Hierfür möchte ich hypothetisch zwei Mechanismen formulieren. Im Idealfall bzw. in der Selbstwahrnehmung vieler Techniker orientieren sich neue Kreationen sicher primär an funktional analogen Systemen. Technische Systeme können als analog gelten, wenn sie in allen relevanten Aspekten die gleichen Ursache-Wirkungs-Beziehungen, also die gleichen Kausalstrukturen aufweisen.[32] In diesem Sinne übertragen Techniker Funktionsweisen von einem Ursprungssystem auf ein neues, zu kreierendes Zielsystem. Der Analogieschluss ist jedoch äußerst schwierig präzise zu fassen[33] und lässt sich häufig erst retrospektiv rekonstruieren, denn es ist meist nicht klar, welches die »relevanten Aspekte« sind, in denen Ursprungs- und Zielsystem übereinstimmen sollen. ||

Aus diesem Grund schlage ich vor, als zweiten wichtigen Mechanismus neben der kausalen bzw. funktionalen Analogie die ästhetische Induktion zu verstehen. Das Konzept der »aesthetic induction« wurde von James W. McAllister in seinem Buch *Beauty and Revolution in Science* eingeführt[34]. Er versteht darunter den Schluss von ästhetischen Merkmalen naturwissenschaftlicher Theorien, wie Einfachheit, Eleganz oder Symmetrie, auf die Wahrheit dieser Theorien. McAllister zeichnet ein Bild der Naturwissenschaften, in der gewisse solcher ästhetischen Merkmale erfolgreicher Theorien als Bewertungsmaßstab für neue, noch nicht umfangreich empirisch getestete Theorien herangezogen werden. Der Autor unterstreicht dabei gleichfalls, dass dieser Schluss nie logisch zwingend sein kann, sondern maximal als eine Art Heuristik wirkt, für deren Gültigkeit es keine Garantie gibt.

In meiner Wahrnehmung operieren Techniker und Ingenieure ganz ähnlich. Wobei ästhetische Induktionen hier mindestens drei Funktionen haben: Sie leiten die Suche nach geeigneten Paradigmen an und dienen einer ersten Vorauswahl geeigneter Lösungskonzepte (i), sie helfen bei der Entscheidung zwischen verschiedenen, in ihren Kernfunktionen äquivalenten Lösungsalternativen (ii) und sie unterstützen die Problemschließung, d.h. die Ausarbeitung von Merkmalen, die festgelegt werden müssen, jedoch die Kernfunktionen nicht betreffen (iii).

i) Um die Problemkomplexität[35] der technischen Problemstellung zu reduzieren, werden für eine erste Auswahl eines geeigneten Paradigmas innerhalb eines Technikstils einfachere Kriterien wie Aussehen und Optik herangezogen. Man stelle sich einen Ingenieur vor, der einen Katalog technischer Konstruktionen durchblättert und erst einmal eine Vorauswahl an möglicherweise auf die vorliegende Problemstellung übertragbare Lösungen trifft.

- [29] Ein ähnlicher Stilbegriff wird verwendet in Glotzbach, Ulrich: *Technikstil und Gestalt*. Hamburg 2006. Vgl. z. B. S. 79, 95, 120. Allerdings sind bei Glotzbach Stile – wie der Titel der Arbeit bereits suggeriert – eng mit Gestalten verknüpft. Gestalten wiederum können in etwa als umfassende mentale Antizipationen von technischen Systemen verstanden werden; vgl. z. B. S. 7, 97, 102. Glotzbach verweist explizit auf die synästhetischen Qualitäten von Gestalten und betont deren »durchfühlte Bewegtheit, sinnliche Materialität, Sozialität« (S. 7). Verglichen mit Glotzbach wird mit der hier eingeführten Element-System-Unterscheidung also eine nüchternere Deutung vertreten.
- [30] Ähnlich zu den hier eingeführten Begriffen von Element und Paradigma spricht Hubig von einer kombinatorischen und einer topischen Tradition, was das Nachdenken über menschliche und speziell auch technische Kreativität angeht. Die kombinatorische Tradition entspricht in etwa den Überlegungen aus »Baustein 1«, wo Technik als aufgebaut aus Elementen vorgestellt wurde. Hubigs topoi dagegen nehmen eher die Bedeutung eines »Lösungsraumes« oder »Suchraumes« an und beinhalten ebenfalls allgemeine »methodisch(e) Strategien«. Diese topoi umfassen damit mehr als ein Technikstil im Verständnis der vorliegenden Arbeit. Vgl. Hubig, Christoph: *Das Neue Schaffen*. Zur Ideengeschichte der Kreativität. In: Kornwachs, Klaus (Hg.): *Bedingungen und Triebkräfte technologischer Innovationen*. Stuttgart 2007. S. 293–306.
- [31] Wittgenstein, Ludwig: *Philosophische Untersuchungen*. Frankfurt a.M. 2003. Dort wird dieser Zusammenhang in Abschnitt 66 am Beispiel des Spiels erläutert und in Abschnitt 67 dann auch als »Familienähnlichkeiten« bezeichnet (S. 56–58).
- [32] Vgl. Pietsch, Wolfgang (2014): *The Structure of Causal Evidence Based on Eliminative Induction*. In: P. Illari und F. Russo (Hg.), *Special Issue on Evidence and Causality in the Sciences*, *Topoi* 33 (2), S. 421–435. Außerdem: Pietsch, Wolfgang (2017): *A Causal Approach to Analogy*. Preprint, online verfügbar unter: <http://philsci-archive.pitt.edu/12998/>, Stand 6.2.2019
- [33] vgl. z. B. Bartha, Paul: *Analogy and Analogical Reasoning*. In: Zalta, Edward N.: *The Stanford Encyclopedia of Philosophy*. Spring 2019 Edition. Online verfügbar unter: <https://plato.stanford.edu/archives/spr2019/entries/reasoning-analogy/>, Stand 6.2.2019.
- [34] McAllister, James W.: *Beauty and Revolution in Science*. Ithaca/NY 1996.
- [35] vgl. Exkurs.

- ii) Es ist bekannt, dass für die Realisierung technischer Funktionen meist nicht nur eine optimale Lösung existiert, sondern sich häufig diverse Optionen bieten. Herbert Simon beschreibt dies dadurch, dass technische Lösungen nur »satisficing« [36] sein müssten, ein Neologismus, der bei ihm etwa die Bedeutung von »gut genug« annimmt. Wenn sich also ein solcher Spielraum bei der Lösungssuche bietet, können ästhetische Kriterien wie Eleganz und Einfachheit zur Einschränkung der Kompliziertheit, d.h. zur Verringerung der Anzahl möglicher Lösungen [37], herangezogen werden.
- iii) Ist die Kernfunktionalität ausgearbeitet, bleiben meist diverse weitere Entscheidungen zu treffen. Ist etwa für ein mechanisches Übersetzungsproblem ein geeignetes Getriebekonzept ausgewählt, bleibt die Frage, in welches Gehäuse dieses Getriebe verbaut werden soll. Plump gesagt: ein rundes oder rechteckiges Gehäuse oder ein rechteckiges mit abgerundeten Ecken?

Dass Ingenieure tatsächlich auf ästhetische Kriterien zurückgreifen, wird an ihrer Sprache deutlich. Es ist die Rede von »eleganten« oder »schönen« Lösungen und diesen wird im Gestaltungsprozess tatsächlich der Vorzug gegeben. Während allerdings McAllister für die Naturwissenschaften anzweifelt, dass die herangetragenen ästhetischen Kriterien sich direkt mit der empirischen Adäquatheit von Theorien in Verbindung bringen lassen, ist dieser Zusammenhang in der Technik sicher häufig gegeben. Was sich hier sprachlich in ästhetischen Wertungen äußert, codiert meist nur, was sich in der Vergangenheit aus sachlichen Gründen als günstig erwiesen hat, etwa fertigungstechnisch oder ökonomisch. Ob daneben noch ein genuin ästhetischer Rest bleibt, der sich nicht auf andere Faktoren reduzieren lässt, muss hier offengelassen werden. ||

Aus technischem Spieltrieb oder als Antwort auf konkrete Problemstellungen kombinieren also Techniker Elemente zu Systemen, wobei Paradigmen herangezogen werden, um die Suche nach sinnvollen Kombinationen anzuleiten. Wie entsteht dabei nun das technisch Neue, wenn doch nur etablierte Paradigmen nachgeahmt werden? In meiner Wahrnehmung ist hierbei entscheidend, dass die Nachahmung per Definition kein reines Kopieren darstellt. Es werden nur bestimmte Aspekte übernommen, andere werden verändert, verzerrt, erweitert, weggelassen. Für eine Darstellung solcher Mechanismen verweise ich auf Goodmans *Ways of Worldmaking*. [38] Wem dies zu abstrakt klingt, kann an die Verwendung von Kochrezepten denken, ein Beispiel, das viele Charakteristika mit der pharmazeutischen Technik teilt. Die Rezepte stellen dabei die Paradigmen dar. Aus verschiedenen Gründen können nun die Anteile einzelner Elemente, der Zutaten, erhöht oder verringert werden. Vielleicht ist es manchmal auch erstrebenswert, welche wegzulassen oder neue hinzuzufügen. So diffundieren Neuheiten in bestehende Formen ein.

Baustein 3: Ausarbeitung in Medien

Das Kombinieren von technischen Elementen zu Systemen findet nie im luftleeren Raum und auch nicht nur vor dem »mind's eye« [39] von Technikern statt. So wie die verbale Sprache das Denken allgemein ermöglicht und prägt, ist auch Technik von ihren Medien geprägt [40]. Dabei ist verbale Sprache in meiner Wahrnehmung gerade nicht das dominante Medium der Technik. Technische Elemente und Systeme werden im Falle mechanischer Konstruktionen in Wech-

[36] Simon, Herbert: *The Sciences of the Artificial*, Cambridge/MA 1996. S. 119.

[37] vgl. Exkurs.

[38] Goodman, Nelson: *Ways of World-making*. Indianapolis 1978. S. 7–17, 101. Was häufig übersehen wird: Schon sehr ähnlich wurde dies von Hans Vaihinger in seiner Philosophie des Als Ob beschrieben. Vaihinger spricht davon, wie Wirklichkeit durch »Abzüge und Zusätze« verändert werde; Vaihinger, Hans: *Die Philosophie des Als Ob*. Leipzig 1922. S. 289.

[39] Ferguson, Eugene S. (1977): *The Mind's Eye. Nonverbal Thought in Technology*. In: *Science*, 197 (4306), S. 827–836.

[40] Hierbei ist zu beachten, dass teils auch Technik selbst als Medium gedeutet wurde; für eine knappe Übersicht vgl. Hubig, Christoph: *Technik als Medium*. In: Grunwald, Armin (Hg.): *Handbuch Technikethik*. Stuttgart 2013. S. 118–123. Dies ist hier nicht gemeint. Ich greife auf das klassische Verständnis aus der Kommunikationstheorie zurück, wonach ein Medium eine vermittelnde Instanz zwischen Sender und Empfänger ist. Medien ermöglichen dabei auch Selbstkommunikation, z. B. beim Schreiben eines Tagebuches oder in der Technik, wo Ingenieure sich durch Handskizzen ihre eigenen Ideen verdeutlichen. Hierbei sind dann der Sender und der Empfänger identisch. Es ist vielfach darauf hingewiesen worden, dass Medien ihrem Inhalt gegenüber nicht unschuldig sind; vgl. MacLuh, Marshall: *Understanding Media*. Cambridge/MA 1994. Außerdem: Havelock, Eric A.: *The Muse Learns to Write*. New Haven 1986.

selwirkung mit Handskizzen und Zeichnungen entwickelt. Verfahrenstechnische Anlagen werden mit Hilfe von Fließbildern ausgearbeitet[41]. Elektrotechniker arbeiten mit Schaltbildern. Auch LEGO-»Konstruktionen« sind in graphischen Bauanleitungen dokumentiert. Handelt es sich nicht um rein räumliche Probleme, kommen materielle Skalenmodelle oder Computermodelle zum Einsatz, die auch die Abbildung weitere Phänomene erlauben, etwa von Bewegungsabläufen. Wird diese Wechselwirkung zwischen Darstellungsmedium und Konstruktionshandeln ernst genommen, wird also anerkannt, dass in den exemplarisch genannten Medien nicht lediglich zuvor schon fertig entwickelte Ideen nur noch dargestellt werden, folgt daraus, dass die entsprechenden Medien selbst an der Technikentwicklung teilnehmen.

Diese allgemeinen Überlegungen sollen nun durch eine Reihe von Äußerungen von Ingenieuren und Techniktheoretikern untermauert werden. Der schottische Ingenieur und Erfinder James Nysmyth notierte schon im 19. Jahrhundert: "The graphic eloquence is one of the highest gifts in conveying clear and correct ideas as to the form of objects [...]"[42] und "Mechanical drawing is the alphabet of the engineer." [43] Ulrich Glotzbach, Ingenieur und Technikphilosoph, schreibt: »Das Skizzieren selbst bildet den Gedanken weiter.« Skizzieren hat für ihn eine »gedankenpräzisierende, eine bildende [...], hervorbringende Funktion«; er sieht das Skizzieren als »Probehandeln«[44]. Bei Louis Bucciarelli liest man: "In all of this it is important to realize that the object of design is not a real object; it doesn't exist yet in process. What does exist are things like charts, acronyms, sketches, diagrams, models, mock-ups, [...]"[45]. Pierre Sachse resümiert seine große Studie *Idea Materialis* folgendermaßen: »Die wechselseitige Beeinflussung zwischen Entwurfsdenken und Darstellungshandeln ermöglicht, dass Lösungsalternativen generiert, konkretisiert, optimiert, sowie differenziert und/oder korrigiert werden. Die Denkprozesse und das praktische Handeln sind nicht getrennt, sondern unmittelbar miteinander verschränkt. Der Vorgang des Verfertigen einer Idee beim Skizzieren und Modellieren ist durch einen fortwährenden Wechsel zwischen inneren, mentalen Operationen und äußeren, materialisierten Handlungen charakterisiert.«[46] Weiterhin heißt es dort: »Das Skizzieren bzw. Modellieren hat beim entwerfenden Problemlösen eine grundlegende *lösungserzeugende und prozessunterstützende* Wirkung.«[47] ||

Zusammenführung und Konsequenzen

In diesem Beitrag habe ich ein kleines theoretisches System entworfen. Mit seinen drei Elementen – »Elemente«, »Paradigmen«, »Medien« – ist das System nicht sehr kompliziert; es weist aber die maximal mögliche Komplexität auf[48], da jedes Element mit jedem anderen in Verbindung steht. Elemente ohne Konzepte, wie sie zu funktional sinnvollen Systemen kombiniert werden, sind nutzlos. Solche Konzepte wurden hier Paradigmen genannt. Systeme ihrerseits sind immer aus Elementen aufgebaut. Sowohl technische Elemente wie auch ihre Systeme und Paradigmen sind repräsentiert durch Medien unterschiedlicher, und v.a. auch nicht-verbalsprachlicher Art. Aufgrund dieser wechselseitiger Abhängigkeiten – so die These dieses Artikels – sollte man für ein Nachdenken über Technik stets die Trias »Elemente – Paradigmen – Medien« im Auge behalten.

[41] Sehr ähnlich ist auch die Symbolik, die beim Wertstromdesign zum Einsatz kommt. Vgl. hierzu Baßler, Simon: Erst Analyse – dann Design. Klaus Erlach spricht über das Potenzial von Wertstromdesign. In: Sprache für die Form, Ausgabe Nr. 2, Frühjahr 2013. Online verfügbar unter <https://www.designrhetorik.de/erst-analyse-dann-design/>

[42] Zitiert nach Petroski, Henry: Remaking the World. New York 1997. S. 37.

[43] ebd., S. 38.

[44] Glotzbach, Ulrich: Zur heuristischen Funktion der technischen Handzeichnung.

In: Kornwachs, Klaus (Hg.): Technologisches Wissen. Berlin 2010. S. 105–119.

[45] Bucciarelli, Louis L. (2002): Between Thought and Object in Engineering Design. In: Design Studies, 23 (3), S. 219–231.

[46] Sachse, Pierre: Idea Materialis. Entwurfsdenken und Darstellungshandeln. Berlin 2002. S. 170.

[47] ebd., S. 171; Hervorhebungen im Original. Ergänzende Studien zum Einsatz elektronischer Medien im technischen Gestaltungsprozess sind Henderson, Kathryn: On Line and On Paper. Cambridge 1998. Und: Pache, Martin: Sketching for Conceptual Design. München 2005.

[48] vgl. Exkurs.

Ist diese Sichtweise neu oder erstaunlich? Wie bereits zu Beginn angedeutet, gilt dies für die einzelnen thematischen Bausteine erst einmal nicht. Aus diesem Grund konnten sie auch jeweils leicht in der Literatur verortet werden. Allerdings werden diese Aspekte häufig isoliert betrachtet. Eine elementbasierte Herangehensweise à la Schumpeter, Usher oder Arthur[49] wäre damit zu ergänzen um die wirksamen Paradigmen und die genutzten Medien. Warum? Soll etwa technischer Wandel erklärt bzw. rekonstruiert werden, ist es denkbar, dass Wandlungsprozesse durch neue stilprägende Lösungen – Paradigmen – begünstigt wie auch durch veränderte Medien beeinflusst werden. Die vorgestellte Betrachtungsweise kann damit empirischen Disziplinen mit Technikbezug wie Technikgeschichte oder Ökonomie nutzen.

Auch für die Technikwissenschaften selbst stellt die vorgestellte Dreiteilung ein sinnvolles, strukturgebendes Werkzeug zur Verfügung. Wie bildet man kompetente Ingenieure aus? Indem man ihnen die für ihr Feld nötigen Elemente, prägenden Paradigmen und verwendeten Medien lehrt. Dies ist eine Sichtweise, die in den Technikwissenschaften keinesfalls immer explizit reflektiert wird. Auch metatechnische Felder, wie die Technikphilosophie oder die Technikkommunikation, können von der Dreiteilung »Elemente – Paradigmen – Medien« profitieren. Die Technikphilosophie kann damit die black box Technik ein Stück weit öffnen und »Technik« nicht nur abstrakt und als Begriff, sondern in der Form konkreter Systeme thematisieren. Die Technikkommunikation kann ihre starke Ausrichtung auf die Verbalsprache etwas lockern und auch weitere Medien in den Blick nehmen[50].

Natürlich bieten sich viele weitere Anschlussstellen. Wie steht es etwa mit Design-Artefakten? Versteht man unter Design-Artefakten funktionale Gegenstände, die als Teil ihrer Funktion einen ästhetischen Mehrwert aufweisen, wird im Gestaltungsprozess die ästhetische Induktion[51] deutlich wichtiger. Denn ästhetische Kriterien fungieren dann nicht mehr nur als Heuristik, sondern erhalten eine verstärkte Eigenständigkeit[52]. Eine analoge Analyse, wie sie hier für Technik vorgeschlagen wurde, kann natürlich auch für Kunst vorgenommen werden. Auch dort lassen sich Elemente, Systeme, Paradigmen, Stile etc. unterscheiden [53]. Allerdings sind die Elemente hier wesentlich weniger festgelegt und standardisiert, verglichen mit der Technik, wo sie teils sogar genormt sind – man denke etwa an Schrauben. Zudem ist die Tätigkeit, die in der Technik als »Probehandeln«[54] begriffen werden kann, nämlich die Arbeit mit den erwähnten Medien, in der klassisch verstandenen Kunst oft mit dem künstlerischen Handeln selbst identisch. Ein Ingenieur fertigt eine Handskizze an, um auszuloten, welches Artefakt anschließend hergestellt werden soll. Für einen Künstler dagegen kann die Skizze selbst schon das Produkt sein. Ich muss mich hier mit diesen knappen Anmerkungen begnügen und hoffen, dass sie das Potential angedeutet haben, das in dem vorgestellten Ansatz steckt.

»Sprache für die Form«, Doppelausgabe Nr. 14 und 15, Herbst 2019

[49] vgl. »Baustein 1« oben

[50] vgl. z. B. Rothkegel, Annelly: Technik-kommunikation. Wien 2010. Dort sind lediglich fünf von 284 Seiten (S. 176–180) technischen Bildern gewidmet; der Rest konzentriert sich nahezu ausschließlich auf die Verbalsprache.

[51] vgl. »Baustein 2« oben, wo die ästhetische Induktion vorsichtig als möglicher Mechanismus im Konzeptionsprozess technischer Artefakte vorgeschlagen wurde.

[52] Eine aktuelle und umfassende Erschließung des Design-Begriffs findet sich in Feige, Daniel Martin: Design. Eine philosophische Analyse. Berlin 2018.

[53] Eine Annäherung an die Kunst, die sich einige Aspekte mit meinem systemtheoretischen Zugang teilt, ist Bertram, Georg W.: Kunst. Eine philosophische Einführung. Ditzingen 2016. Dort heißt es z. B., dass in der Auseinandersetzung mit Kunstwerken, die »Strukturen ihrer Elemente nachvollzogen« würden (S. 248, vgl. auch S. 217–218). Zudem verweise ich auf die groß angelegte Studie Reckwitz, Andreas: Die Erfindung der Kreativität. Berlin 2012. Reckwitz räumt der Kombinatorik im ästhetischen Schaffen eine wichtige Rolle ein (vgl. z. B. S. 164, 332).

[54] Glotzbach: Zur heuristischen Funktion der technischen Handzeichnung, a. a. O. Vgl. dazu auch »Baustein 3« oben.

Methoden der Designwirkungsforschung

Ein Projekt mit angehenden Kommunikationsdesignern

Von Volker Friedrich und Brian Switzer

1 Ein Projekt der Designwirkungsforschung

Müssen sich Gestalter »allein« auf ihre guten Riecher, auf Erfahrung und auf Fachwissen verlassen? Oder ließe sich vorhersagen, ob ihre Gestaltungen die beabsichtigten Wirkungen hervorrufen und das im Nachgang auch überprüfen? Diese Fragen zielen auf das, was in anderen Disziplinen »Wirkungsforschung« genannt wird und was im Kommunikationsdesign noch wenig etabliert ist, weder hinsichtlich einer theoretischen Fundierung noch hinsichtlich eines Methodenrepertoires. Für eine Designwirkungsforschung ließe sich manches von benachbarten Disziplinen abschauen und auf das Design übertragen, z. B. Ansätze und Methoden der Medien- oder der Werbewirkungsforschung, wie sie von Kommunikations- und Medienwissenschaftlern betrieben werden. Ungeachtet dessen sollten für eine Designwirkungsforschung aber auch disziplinspezifische Methoden entwickelt werden, mit denen sich Wirkungsabsichten, Gestaltungsmittel und die erzielten Wirkungen von Designartefakten sowie die Wechselwirkungen zwischen diesen Elementen erforschen lassen.

Von diesen Überlegungen gingen wir aus, als wir im Masterstudiengang »Kommunikationsdesign« der Hochschule Konstanz ein Projektmodul starteten, mit denen die jungen Designer an Forschung und Wissenschaft in ihrer Disziplin herangeführt werden und sich mit Methoden der Wirkungsforschung über visuelle Designartefakte befassen sollten. Am Beispiel von Wahlplakaten, die in der Bundestagswahl 2017 zum Einsatz kamen, stellten wir unseren Studenten folgende Aufgabe:

Entwickeln Sie Methoden, mit denen die Wirkung der Gestaltung von Wahlplakaten untersucht werden kann. Mit welchen Gestaltungselementen und Stilmitteln wird Wiedererkennung und Memorierbarkeit bewirkt, wie Aufmerksamkeit erzwungen, Unterscheidbarkeit herbeigeführt? Mit welchen Methoden kann das geprüft werden?

Die Seminarteilnehmer sollten dazu Experimente entwickeln, umsetzen, auswerten, verbessern und weiterentwickeln – also am Ausbau des Methodenrepertoires einer Designwirkungsforschung arbeiten und Erfahrungen mit wissenschaftlichen Arbeitsweisen sammeln.

Für uns als Dozenten war dieses Projektmodul selbst ein Experiment mit nicht vorhersehbarem Ausgang. Würde es uns gelingen, den Studenten das nötige theoretische, wissenschaftliche und empirische Rüstzeug zu vermitteln, damit sie tatsächlich brauchbare Methoden der Designwirkungsforschung entwickeln könnten? Was gehörte zu diesem Rüstzeug? Und könnten wir Studenten eines gestalterischen Faches Freude am wissenschaftlichen Arbeiten und Forschen vermitteln?

Prof. Dr. Volker Friedrich, Herausgeber von »Sprache für die Form«, lehrt Schreiben und Rhetorik an den Studiengängen Kommunikationsdesign und ist Gründungsmitglied und Direktor des Instituts für professionelles Schreiben (IPS) an der Hochschule Konstanz. Er ist gelernter Redakteur und arbeitet als Publizist für zahlreiche Zeitungen, Zeitschriften, Buchverlage und Rundfunkanstalten im In- und Ausland.

Brian Switzer ist Professor für Kommunikationsdesign an der Hochschule Konstanz, fungiert als Art Director und ist im wissenschaftlichen Beirat von »Sprache für die Form«. Er erwarb den Titel eines »Bachelors of Fine Arts« in Grafikdesign an der University of Illinois in Champaign-Urbana und den Titel als »Master of Design« in »human centered design« und in strategischer Designplanung am Institute of Design des Illinois Institute of Technology in Chicago. – Seine internationale Karriere als Designer und Markenstrategie führte ihn zu »MetaDesign« in London und Berlin, zu »Future Brand« in London, zu »Icon Medialab« in London und Mailand, zur »Siemens design group« in München und zu »WGBH Design« in Boston.

Um diesen Ansprüchen gerecht zu werden, wollten wir unser beider persönliche Kenntnisse und unser spezifisches Wissen auf die Waagschale legen. Brian Switzer ist Professor für Kommunikationsdesign und ein international tätiger Gestalter, geschult in »human centered design« und »design thinking« und erfahren im Umgang mit »design methods« und deren Einsatz in komplexen Designprojekten, ein Experte für Informationsaufbereitung und Datenvisualisierung. Volker Friedrich lehrt Schreiben und Rhetorik, ist Philosoph, entwickelt für das Kommunikationsdesign eine Wissenschaftstheorie auf philosophischer Basis, die verknüpft wird mit einer pragmatischen, auf der Rhetorik aufbauenden Designtheorie; zudem ist er mit Methoden empirischer Sozialwissenschaft vertraut. ||

2 Die Frage nach der Wissenschaft

Masterstudenten des Kommunikationsdesign haben bereits einen ersten akademischen Abschluss erworben, ihr Erststudium war allerdings in der Regel – je nach Studienort mit unterschiedlichen Schwerpunkten – ein künstlerisch-gestalterisches Studium. Wissenschaftliche Fächer spielten darin zwar durchaus auch eine Rolle, zumeist aber eine nachgeordnete, primär geht es in Gestaltungsstudiengängen eben darum, gestalterische Fertigkeiten anwendungsorientiert zu entwickeln und das zugehörige Fachwissen zu erwerben. In einem Studienfach wie Kommunikationsdesign, das sich in den vergangenen Jahrzehnten stark ausgeweitet hat, bedeutet das bereits sehr viel: Früher bekamen Studenten deutlich mehr Studienzeit eingeräumt, um »nur« gute Grafikdesigner zu werden; heute sollen sie Editorial, Web und Interface Design, Szenografie und vieles mehr in einem kürzeren Studium beherrschen lernen. Insofern kann es nicht verwundern, wenn Kommunikationsdesign-Bachelors nicht auch noch vertiefte wissenschaftliche Kenntnisse vorweisen können, seien sie nun theoretischer oder methodischer Natur. Und es kann ebenso wenig verwundern, dass sie für ihre Disziplin über keinen Wissenschaftsbegriff verfügen.

Um dem abzuhelpen, machten wir die Studenten mit einer vergleichsweise leicht verständlichen Wissenschaftstheorie vertraut, nämlich der von Karl R. Popper, und zeigten ihnen, dass und wie sich Poppers Wissenschaftsauffassung auf Kommunikationsdesign, wenn man es denn wissenschaftlich angehen möchte, übertragen ließe. Diese Überlegungen wird Volker Friedrich gelegentlich in einem gesonderten Essay in »Sprache für die Form« zur Debatte stellen. In Kürze sei gesagt: Der Hypothese in anderen Disziplinen entspricht im Design der Entwurf. Auf welchen kreativen Wegen der Designer zu seinem Entwurf kommt, ist in Friedrichs Überlegungen für die Frage nach der Wissenschaftlichkeit unerheblich, das kann und soll der Gestalter halten, wie er mag. Werden aber die mit einem Entwurf verbundenen Wirkungsabsichten erklärt, ist ableitbar, wann der Entwurf in Teilen oder in Gänze fehlgehen könnte; somit wäre das entscheidende Wissenschaftlichkeitskriterium, die Falsifizierbarkeit, auch im Design erfüllbar. Falsifiziert wäre ein Entwurf dann, wenn die beabsichtigten Wirkungen nicht eintreten. Dies dürfte im Regelfall dann eintreten, wenn die eingesetzten Wirkmittel, die Gestaltungsmittel nicht zu den Wirkungsabsichten passen, also nicht in einem angemessenen Verhältnis zu der Wirkungsabsichten stehen. In Friedrichs Überlegungen wird also die Poppersche Wissenschaftstheorie für das Kommunikationsdesign mit rhetorischen Kommunikationsmodellen (Wirkungsabsicht – Wirkmittel – Wirkung) verknüpft und dem aptum (dem

inneren wie dem äußeren), also der Angemessenheit, dabei eine zentrale Rolle zugewiesen. Die Angemessenheit der gestalterischen Mittel muss in Bezug auf die Sache (inneres aptum), in Bezug auf die Umstände wie die historische Situation oder die soziale Zusammensetzung des Publikums (äußeres aptum) sowie hinsichtlich der Wirkungsabsichten (äußeres aptum) erreicht werden.

Hat es überhaupt einen Sinn, junge Gestalter mit Fragen der Theorie, der Wissenschaft und Forschung vertraut zu machen? Sie, die jungen Gestalter selbst äußern oft skeptisch die Frage, ob sich eine Beschäftigung mit derlei Fragen nicht ihrer Kreativität in den Weg stellen kann. Hinter dieser Skepsis stecken zumeist Unwissenheit und Ängste, die wir als Professoren ernst nehmen und abbauen sollten. Folgender Gedankengang lässt sich beispielsweise gegen diese Skepsis stellen: Leonardo da Vinci wird der Satz »Stets muss die Praxis auf guter Theorie beruhen« zugeschrieben. Da Vinci, den man gewiss als kreativen Gestalter ansehen darf, war offensichtlich ein Freund davon, die Praxis durch eine Theorie zu unterfüttern, zu bereichern und zu festigen, und er sah darin offensichtlich keinen Angriff auf die Kreativität des Praktikers. Zudem hielt er, wie ein weiteres, ihm zugeschriebenes Zitat belegt, die Wissenschaft für einen wichtigen Partner einer gelungenen Praxis: »Diejenigen, welche an der Praxis ohne Wissenschaft gefallen finden, sind wie Schiffer, die ohne Steuer und Kompass fahren.« Einen besseren Kronzeugen dafür, dass Praxis durch Theorie und Wissenschaft erst auf eine gute Grundlage gestellt wird, lässt sich kaum finden. Außerdem ist Leonardo da Vinci einer der unzähligen Belege dafür, dass Kreativität und Denken nicht in Opposition zueinander stehen, sondern einander inspirieren, beflügeln, voranbringen und die Praxis erst zur Blüte bringen.

3 Visuelle Rhetorik von Wahlplakaten

Zu der Diskussion wissenschaftstheoretischer Fragen gesellten sich als Grundlage für unser studentisches Projekt der Designwirkungsforschung eine Reihe von Vorüberlegungen aus der Rhetorik. Teile dieser Vorüberlegungen hat Volker Friedrich in einem Essay einer früheren Ausgabe von »Sprache für die Form« angeführt.[1]

Vorausgesetzt wurde in dem Projekt: Die Gestaltung eines Wahlplakates hat eine Wirkung. Unklar daran ist: Welche Wirkung entfaltet die Gestaltung dabei wie? Wie ließe sich diese Gestaltungswirkung erforschen? Wie trägt Design zur Persuasion, zur Überzeugung der Rezipienten bei? Daran schließt sich die spannende Frage an: Wie können Gestaltungsmittel eingesetzt werden, um eine Argumentation zu stützen?[2]

Von zentraler Bedeutung ist für eine Designwirkungsforschung der Begriff »Wirkung«[3]. Wie Kommunikation wirkt, ist eine zentrale Frage der Rhetorik. Wirkungsabsichten, Wirkmittel und Wirkung auf Publikum und Rezipienten werden als ein wechselseitiger Zusammenhang gesehen, der auf Persuasion, Überzeugung zielt, also Meinungs- oder Einstellungsveränderungen hervorrufen will. Dabei können Argumente ebenso eingesetzt wie Affekte erregt werden. Genau in diesem Sinne versuchen Gestalter mit gestalterischen Mitteln Wirkung hervorzurufen, zu überzeugen, Meinungs- oder Einstellungsveränderungen auszulösen, Impulse zu wecken und Nutzerverhalten zu steuern. ||

[1] vgl. Friedrich, Volker: »Postfaktisch« – Rhetorik und Ästhetik des Wahlkampfs. Zum Design der Politik: Grundlagen und Details. In: ders. (Hg.): Sprache für die Form – Forum für Design und Rhetorik. Doppelausgabe Nr. 12 und 13, Herbst 2018. <https://www.designrhetorik.de/postfaktisch-rhetorik-und-aesthetik-des-wahlkampfs/4/ff>.

[2] vgl. zu dieser Frage: Friedrich, Volker: Taugt die Evidenz des Visuellen als Argument? Zehn Thesen als Plädoyer dafür, genauer hinzuschauen. In: ders. (Hg.): Sprache für die Form – Forum für Design und Rhetorik. Ausgabe Nr. 4, Frühjahr 2014. <https://www.designrhetorik.de/taugt-die-evidenz-des-visuellen-als-argument/>

[3] s. dazu die einschlägigen Begriffsbestimmungen in: Friedrich, Volker: Begriffe für die Form und für die Gestalter. Rhetorik zum Einsteigen: Von »Anapher« bis »Zeugma«. In: ders. (Hg.): Sprache für die Form – Forum für Design und Rhetorik. <https://www.designrhetorik.de/lernen/begriffe/einleitung-zu-begriffen/>.

4 Ergebnisse des Projektes

16 Studenten entwickelten nach der Bundestagswahl in 5 Gruppen 15 Methoden, mit denen Designwirkungsforschung zur Untersuchung von Wahlplakaten eingesetzt werden kann. Die Methoden wurden, soweit im Rahmen des Seminars möglich, getestet. Die Methoden und die (nicht belastbaren) Ergebnisse der Tests wurden in 5 »Labbooks« [4] und in einer Übersichtsgrafik (Abbildung 1) dokumentiert. Im Folgenden werden beispielhaft und in Kürze einige der Methoden skizziert.

[4] Diese fünf »Labbooks« werden in Form von PDF-Dateien am Ende dieses Essays zur Verfügung gestellt.

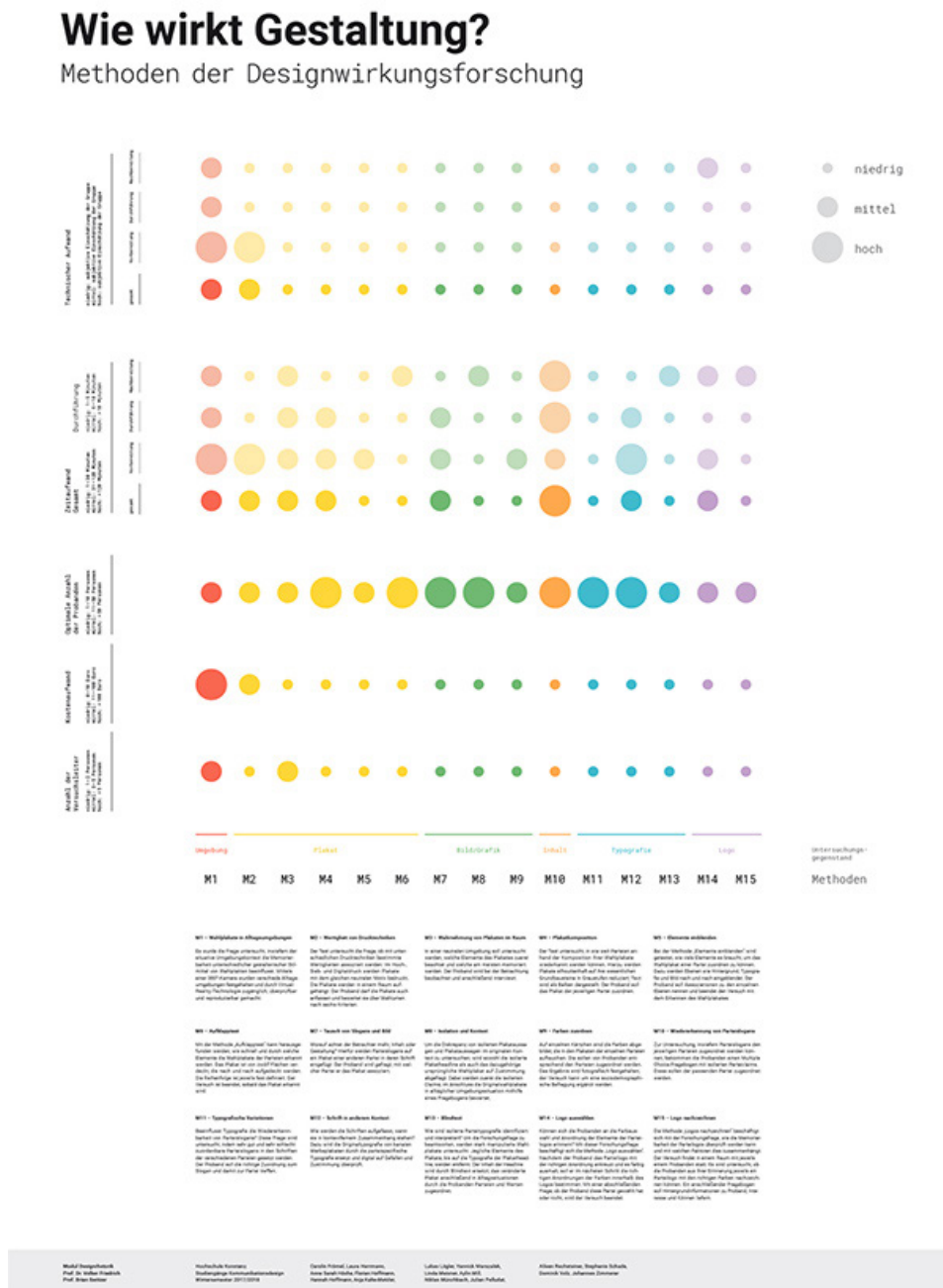
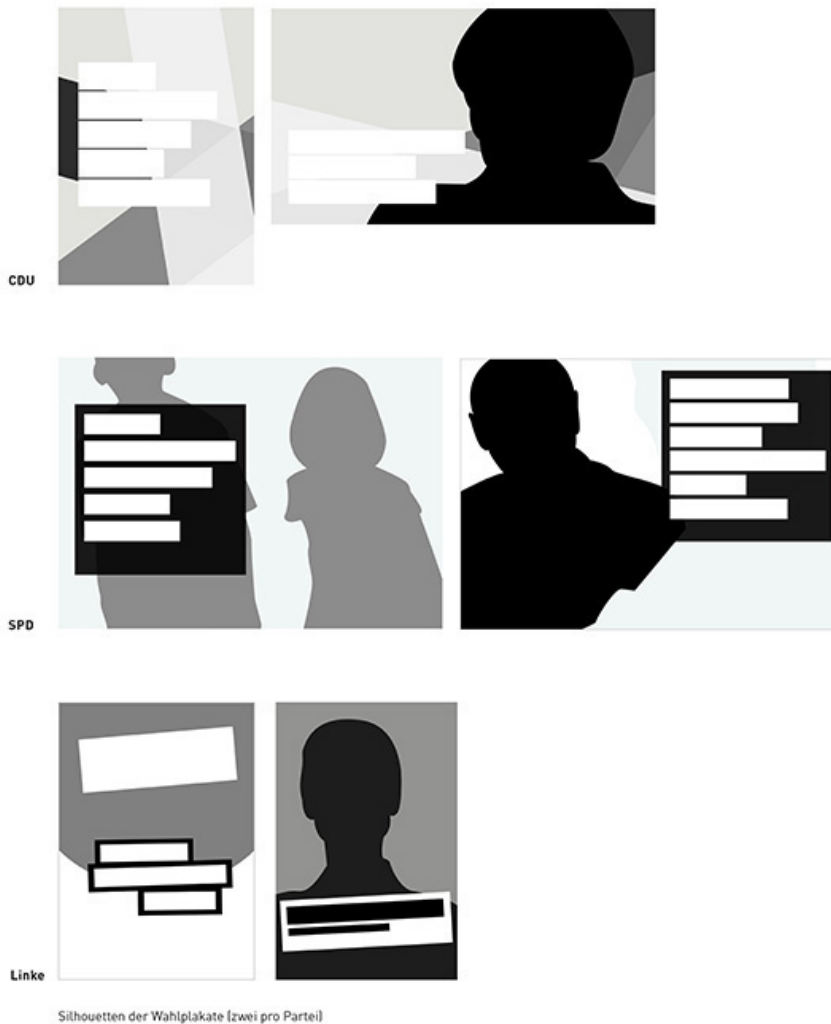


Abbildung 1: Übersichtsgrafik.

Die Masterstudenten Aylin Mill, Florian Hoffmann und Carolin Frömel gingen der Frage nach, ob Wahlplakate noch erkannt werden, wenn man sie auf die grafische Grundkomposition reduziert. Ihren Untersuchungen zufolge scheint dabei eine wichtige Rolle die Wiedererkennung der Silhouette eines Politikers

zu spielen (s. Abbildung 2). Im Bundestagswahlkampf 2017 wurden diesem Kriterium insbesondere die Plakate gerecht, die die Bundeskanzlerin Angela Merkel abbildeten; die Silhouette des Herausforderers der SPD, Martin Schulz, wurde wenig erkannt. Dieses Ergebnis dürfte zwar durch den Bekanntheitsgrad, den ein lang amtierender Regierungschef besitzt, generell befördert werden; dies erklärt aber nicht vollständig den Effekt.

Plakatkompositionen:



20

Abbildung 2: Silhouetten.

In einem weiteren Experiment gingen diese Studenten der Frage nach, ob Slogans noch korrekt zugeordnet werden, wenn sie mit Bildmotiven anderer Parteien verwendet werden (s. Abbildung 3). Ihre Tests lassen vermuten, dass die Zuordnung zu einer Partei in der Regel über das Bildmotiv gelingt.



Grüne | CDU



CDU | FDP



Linke | CDU



SPD | FDP

26

Abbildung 3: Slogans und Bildmotive. ||

Die Studentinnen Anja Kalte-Metzler, Anne Sarah Höche und Stephanie Schade warfen die Frage auf, ob Hausschriften der Parteien korrekt zugeordnet werden, wenn sie aus dem Kontext gerissen und als Blindtext gesetzt werden (s. Abbildung 4). In den Tests konnten manche Schriften gut der jeweiligen Partei zugeordnet werden, manche nicht. Die für Gestalter spannende Folgefrage wäre, wie man herausfinden könnte, warum das in einem Fall funktioniert und in einem anderen Fall eben nicht.



Abbildung 4: Hausschriften.

Dieselbe Gruppe untersuchte mittels Befragungen von Probanden, ob Wirkungsabsichten, die in den Gestaltungsrichtlinien (Designmanuals) der Parteien mit den Hausschriften verbunden werden, von Probanden entsprechend zugeordnet werden. In den Tests wurden die von einigen Parteien festgehaltenen Wirkungsabsichten den Hausschriften zugeordnet, in anderen Fällen gelang das wenig bis gar nicht. Auch in diesem Punkt wäre für Gestalter die Folgefrage relevant, woran das jeweils liegen könnte. Strukturell zumindest lässt sich antworten, dass immer dann, wenn Wirkungsabsichten und Wirkungen nicht zur Deckung kommen, die gestalterischen Wirkmittel nicht den Wirkungsabsichten entsprechend eingesetzt wurden.

Laura Herrmann, Linda Meixner und Aileen Rechsteiner wollten herausfinden, ob Grundelemente zum Erkennen eines Plakates genügen (Abbildung 5). In Tests wurden verschiedene Methoden (Abdecken von Plakatteilen, Varianten mit Blindtext, Entfernen von Elementen u. ä.) ausprobiert. Im angeführten Beispiel wurde ein Plakat der AfD in mehreren Schritten aus seinen Bestandteilen rekonstruiert, um zu untersuchen, ab welchem Grad der Rekonstruktion eine Wiedererkennung möglich wird. Wie in vielen anderen der von den Studenten entwickelten Tests hängt das Ergebnis immer auch von der Vorbildung der Probanden ab. Schon deshalb ist die Testauswertung komplex, zumal viele weitere Einflussfaktoren eine Rolle spielen. Daran zeigt sich, dass Designwirkungsfor-schung angesichts der Komplexität ihrer Untersuchungsgegenstände Methoden sehr differenziert entwickeln sollte.

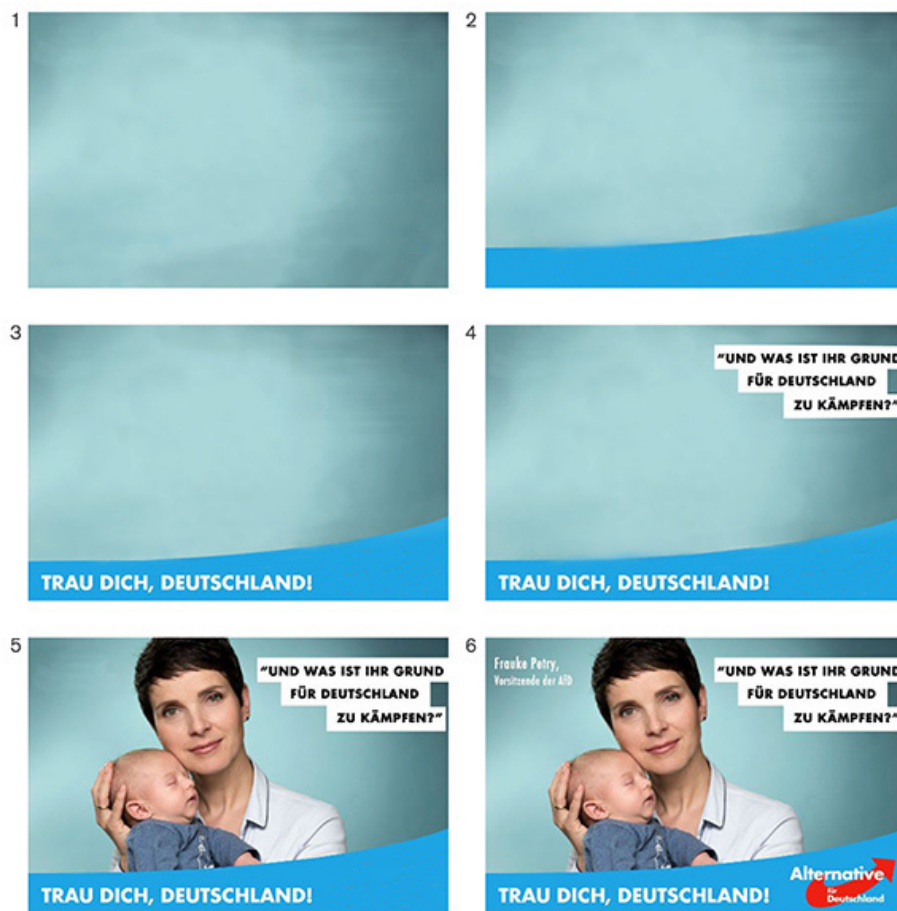


Abbildung 5: Grundelemente.

Die drei Studentinnen stellten in einem weiteren Versuch Probanden die Aufgabe, aus dem Gedächtnis annähernd korrekt Partei-Logos nachzeichnen. Selbstverständlich kann nicht jeder Proband gut zeichnen, interessant ist aber an diesem Test, ob Grundelemente (Farben, Aufbau, grafische und illustrative Elemente) erinnert werden. Die Abbildungen 6 bis 9 zeigen die Ergebnisse von vier Probanden, Abbildung 10 zeigt die entsprechenden Logo-Originale.



Abbildungen 6 bis 9: Drei Partei-Logos von vier Probanden aus dem Gedächtnis nachgezeichnet.



Abbildung 10: Die drei Logo-Originale. ||

Zudem wollten Laura Herrmann, Linda Meixner und Aileen Rechsteiner wissen, ob Probanden sich an den korrekten Aufbau eines Partei-Logos erinnern können; die Probanden konnten ihr Kreuzchen setzen (Abbildung 11).

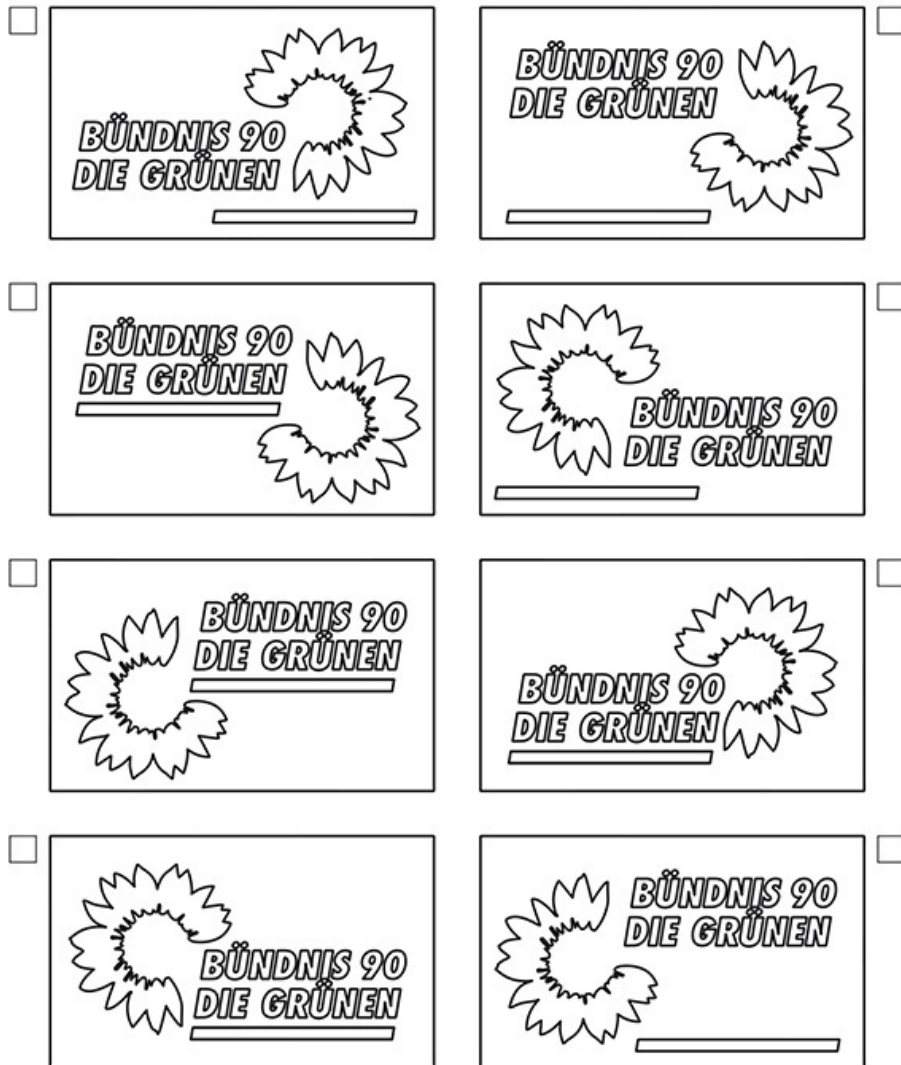


Abbildung 11: Grundaufbau eines Partei-Logos.

In einem Folgetest (Abbildung 12) ging es darum, den korrekten Farbeinsatz bei einem Partei-Logo zu erinnern.



Abbildung 12: Farbeinsatz bei einem Partei-Logo.

Eine weitere, technikaffine Studentengruppe wollte Tests im VR-Raum entwickeln (Abbildung 13).



Abbildung 13: Tests im VR-Raum.

Wir Professoren sahen darin eine spannende, grundsätzliche Möglichkeit, Designobjekte in einer Umgebung frei von den vielen Umwelteinflüssen zu testen, die in der Realität Tests erschweren oder gar verunmöglichen – die Grundsatzfrage lautet: Können mittels »virtual reality« Testumgebungen geschaffen werden, die stabile Randbedingungen für die Designwirkungsforschung schaffen? Um dem nachzugehen, bauten die Studenten Lukas Lögler, Yannick Marszalek, Niklas Münchbach, Dominik Volz und Johannes Zimmerer im VR-Raum einen öffentlichen Platz in Konstanz nach (Abbildung 14) und machten ihn »begebar«; die Wirkung verschiedener Plakate konnte so stabil (an derselben Stelle bei gleichen Lichteinflüssen u. ä. Faktoren) getestet werden. Dabei wurde unter anderem mittels lautem Denken erfasst, welche Wahrnehmungen die Probanden verbalisieren konnten. Auch wenn der technische Aufwand eines virtuellen Labors hoch ist und seine Tücken birgt, so liegen in unseren Augen in diesem Ansatz große Potentiale für eine Designwirkungsforschung.



Abbildung 14: Ein öffentlichen Platz im VR-Raum: Das Plakat kann ausgetauscht werden, die Raumwirkung bleibt stabil. ||

5 Fazit: Lehren für die Lehre und für die Forschung

Aus unserem Semesterexperiment zur Wirkungsforschung mit angehenden Kommunikationsdesignern lassen sich einige Lehren für die Lehre und für die Forschung ziehen. Klar ist und bleibt: Kommunikationsdesigner studieren ein künstlerisch-gestalterisches Fach. Gleichwohl können Studenten mit der Entwicklung von Methoden der Designwirkungsforschung an Wissenschaft herangeführt werden. Über einen möglichst direkten Anwendungsbezug finden sie Zugang zu theoretischen Fragen und Überlegungen. So gingen sie es mit Verve an, eigene Testverfahren zu entwickeln, und waren dafür auch gern bereit, sich begleitend eine theoretische Basis anzueignen und eigenständig Recherchen vorzunehmen. Zudem haben die Studenten ihr Vorgehen ausführlich dokumentiert (s. die untenstehenden Dateien). So sind wir als Professoren mit diesem Experiment in der Lehre hochzufrieden.

Die visuelle Rhetorik von Wahlplakaten zu erforschen, ist ungewöhnlich. In früheren Forschungen stand die verbale Rhetorik im Vordergrund, inzwischen werden multimodale Zusammenhänge analysiert. Als Ergänzung dazu kann das Erforschen von Designwirkungen hilfreich sein und es ermöglichen, eine bislang vernachlässigte Ebene politischer Kommunikation zu untersuchen. Gestal-

tung appelliert an Pathos und Ethos; dienen diese Appelle dem Logos, wird die Auseinandersetzung mit Argumenten befördert – diese Tatsache in all ihren Facetten und Auswirkungen sollte bei der Untersuchung von Wahlplakaten und anderen politischen Kommunikationsmitteln stärker in den Blick genommen werden.

Aber wie könnte man dabei vorankommen? Unser Lehrexperiment belegt, so finden wir, dass es sich lohnte, am Methodenrepertoire einer Designwirkungsforschung weiterzuarbeiten. Manche unsere Studenten haben inzwischen als Designer ihre Begeisterung am wissenschaftlichen Arbeiten entdeckt und setzen die erworbenen Kenntnisse für ihre Masterthesen ein. Es wäre schön, wenn manche von ihnen auf diesem Weg weiter voranschreiten könnten; um das zu ermöglichen, wäre es ideal, entsprechende Forschungsprojekte auf den Weg zu bringen. Ob dafür Mittel einzuwerben wären? Das ist eine ganz andere Frage ...

Labbook1_Frömel_Hoffmann_Mill

Labbook2_Höche_Schade_Kalte-Metzler

Labbook3_Meixner_Herrmann_Rechsteiner

Labbook4_VR

»Sprache für die Form«, Doppelausgabe Nr. 14 und 15, Herbst 2019

“You still have to have the critical thinking”

Adam Cutler über Menschen und Maschinen

Von Robin Auer

Wie werden künstliche Intelligenzen unser Leben bereichern und verändern? Wie unterscheidet sich die Arbeit mit künstlichen Intelligenzen von klassischen Designaufgaben und welche Grundsätze müssen dabei beachtet werden? Adam Cutler ist »Computer Relationship Experte« bei IBM und beschäftigt sich mit dem Zusammenspiel der menschlichen Natur und künstlicher Intelligenz. Gemeinsam mit seinem Team geht er der Frage nach, wie Menschen Beziehungen untereinander aufbauen, und versucht, dieses Konzept auf die Beziehung zwischen Mensch und Maschine zu übertragen.

»Sprache für die Form« besuchte Adam Cutler bei IBM Design in Austin, um über den Wandel der Designbranche zu sprechen. Dabei ging es um die Zusammenhänge von Design, Werbung, Statistik und Psychologie. Zudem ging es um die Digitalisierung im Design, um künstliche Intelligenz und darum, wie ein Weltkonzern mit diesen Themen umgeht.

<https://www.designrhetorik.de/you-still-have-to-have-the-critical-thinking/>

»Sprache für die Form«, Doppelausgabe Nr. 14 und 15, Herbst 2019



Adam Cutler, »Computer Relationship Experte« bei IBM. Foto: Robin Auer.

Adam Cutler studierte Werbung und Psychologie an der »Syracuse University« im US-Bundesstaat New York. Er begann seine Karriere 1993 bei der Werbeagentur »Eisaman Johns and Laws«, wo er unter anderem für die Basketball-Legende Michael Jordan arbeitete. 1999 war er für ein Jahr als Creative Director bei der Consultingfirma »Dialogos« tätig. Nach zwei weiteren Jahren als »Lead Information Architect« bei iXL begann er seine Arbeit für IBM. Im Jahr 2001 wurde er User Experience Designer bei IBM IX und arbeitete dort in Projekten mit externen Auftraggebern wie zum Beispiel das »Boston Children's Hospital«. Seit 2013 ist Adam Cutler bei IBM »Design Practice Director« und zählt zu den höchsten – sogenannten »Distinguished Designern« – bei IBM. Adam Cutler ist »Computer Relationship Experte« und beschäftigt sich mit dem Zusammenspiel der menschlichen Natur mit künstlicher Intelligenz.

Hördatei

»Die Welt verbessern müssen andere«

Oliver Schröm über die Rolle des Journalismus

Von Benedikt Bischler

Digitalisierung, Social Media und Fake News — die Medienlandschaft befindet sich im Wandel. Wie kann der Journalismus mit dieser Entwicklung Schritt halten? Welche Aufgabe kommt ihm in unserer modernen Gesellschaft zu?

Der Investigativ-Journalist Oliver Schröm spricht über Veränderungen und Herausforderungen in seiner Branche, die Relevanz von Design und Storytelling und über neue Wege der Aufklärung, die er als Chefredakteur mit dem gemeinnützigen Recherchezentrum »Correctiv« einschlug.

<https://www.designrhetorik.de/die-welt-verbessern-muessen-andere/>

»Sprache für die Form«, Doppelausgabe Nr. 14 und 15, Herbst 2019



Oliver Schröm, investigativer Journalist.
Foto: Benedikt Bischler.

Oliver Schröm ist investigativer Journalist, sowie Autor und Co-Autor mehrerer Enthüllungsbücher. Als Stipendiat verbrachte er ein Jahr in den USA, wo er bei der »Los Angeles Times«, beim »Commercial Appeal« in Memphis und dem »Center for Investigative Reporting« in San Francisco Station machte. Danach war er als freier Journalist für den »Stern«, die »Zeit« und die »Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung« sowie Politzmagazine der ARD und des ZDF tätig. Vier Jahre lang war er Vorsitzender der Journalistenvereinigung »Netzwerk Recherche«. 2018 wurde er Chefredakteur von »Correctiv«, dem ersten gemeinnützigen Recherchezentrum im deutschsprachigen Raum, an dessen Entstehung er maßgeblich beteiligt war. Inzwischen arbeitet er wieder für den NDR.

Hördatei

»Digital-Analog-Versöhnung«

Udo Schrenk über den Wandel der Technik im Designprozess

Von Lena Schell, Annika Keppler und Annemarie Krätz

Wirken sich die Unterschiede zwischen dem analogen und digitalen Designprozess auf die Qualität der Gestaltung aus? Das wollte »Sprache für die Form« von Udo Schrenk wissen, einem Gestalter, der seit rund vier Jahrzehnten im Geschäft ist, also bereits viele technische Wandlungen in seiner Arbeit beobachten konnte. Im Interview spricht Udo Schrenk darüber, wie er den Wandel der Digitalisierung als Designer erlebt hat.

<https://www.designrhetorik.de/digital-analog-versoehnung/>

»Sprache für die Form«, Doppelausgabe Nr. 14 und 15, Herbst 2019



Udo Schrenk, Artdirector.
Foto: Annemarie Krätz.

Udo Schrenk studierte visuelle Kommunikation bei Deutschlands erstem Art-Director, Willy Fleckhaus, an der Folkwanghochschule Essen. Er hatte zuvor der Beruf des Positivretuscheurs erlernt. Nach dem Studium wirkte Schrenk am »FAZ-Magazin« mit. Nach Aufbau und Leitung einer Agentur zeichnete er als freier Art Director u. a. für das »Mercedes-Magazin« und das »Lufthansa Bordbuch« verantwortlich.

»Ich zeichne nicht mit Buchstaben«

Dafi Kühne gestaltet und druckt Plakate – analog

Von Lena Schell

Wie sieht heute ein analoger Arbeitsprozess eines Gestalters aus? Woher kommt das erstarkende Interesse an Typografie? Der Plakatgestalter Dafi Kühne beschreibt im Interview seinen Schaffensprozess und gibt einen Einblick in seine Arbeitsabläufe. Der umfassende Prozess ist für Dafi Kühne der zentrale Aspekt seiner Arbeitsweise. »Die Einschränkung sorgt für Funktion, die totale Freiheit ist nicht immer positiv.« Das Abschicken einer PDF-Datei wäre ihm nicht genug.

Die eigene Produktion seiner Poster und die damit einhergehende Einschränkung ist für ihn das Schlüsselkonzept für stimmige und ehrliche Gestaltung. Darüber hinaus beschreibt Kühne sein Verständnis von guter Gestaltung und wie Inhalt und Form zusammenhängen. Ausreden für schlechten Inhalt gibt es für ihn nicht.

<https://www.designrhetorik.de/ich-zeichne-nicht-mit-buchstaben/>

»Sprache für die Form«, Doppelausgabe Nr. 14 und 15, Herbst 2019

»Wir müssen uns diesen Dingen stellen«

Dieter C. Schütz über digitale Technik und fremde Fantasie

Von Bettina Schröm

Wer Design studiert, sollte seine Tage gut strukturieren und stets einen Slot für die Lektüre von Zeitungen und Belletristik frei halten, meint Dieter C. Schütz, der als Professor für Designtheorie, Unternehmensmanagement, Rhetorik, Innovations- und Designmanagement an der Rheinischen Fachhochschule Köln lehrt. Er selbst hat gleich mehrere Fächer studiert und kann sich sowohl für moderne Robotik als auch für Stendhal begeistern.

<https://www.designrhetorik.de/wir-muessen-uns-diesen-dingen-stellen/>

»Sprache für die Form«, Doppelausgabe Nr. 14 und 15, Herbst 2019



Dafi Kühne, Grafikdesigner und Letterpress-Drucker. Foto: Lena Schell.

Dafi Kühne ist Grafikdesigner und Letterpress-Drucker aus Näfels in der Schweiz. Schon während seines Studiums an der Züricher Hochschule der Künste erwarb er eine Andruckpresse und einen Satz-Schriften. Kühne produziert heute typografische Plakate, die er von Hand auf Buchdruckpressen herstellt. Mit dieser ungewöhnlichen Arbeitsweise bewegt er sich in dem Spannungsfeld zwischen analog und digital.



Prof. Dr. Dieter C. Schütz, Rheinische Fachhochschule Köln. Foto: privat.

Dieter C. Schütz hat Kunstgeschichte, Komparatistik, Germanistik, Kulturanthropologie, klassische Archäologie und niederländische Philologie studiert. Als Mitarbeiter von Tilmann Buddensieg an der Rheinischen Friedrich-Wilhelms-Universität Bonn war er an etlichen Projekten und Publikationen beteiligt. 1988/89 kuratierte er die Ausstellung »Design in Köln« und war später für den Vorstand der Bayer AG tätig. Ab 1992 lehrte Schütz Designtheorie und Kommunikation an der Fachhochschule Köln, 2008 wurde er zum Professor für Kulturwissenschaften an der IB-Hochschule Berlin ernannt und war dort bis 2013 Gründungsdekan der Fakultät für Kulturwissenschaften. Unterdessen lehrt Schütz als Professor für Designtheorie, Unternehmensmanagement, Rhetorik, Innovations- und Designmanagement an der Rheinischen Fachhochschule Köln.

Rhetorik und Designsysteme

Heiner Mühlmann über Innovationen der Renaissance

Von Viktoria Kirjuchina

Viktoria Kirjuchina: In Ihren Texten über die Kultur der frühen Neuzeit wird dem Medium Rhetorik eine besondere Bedeutung beigemessen. Bei den italienischen Humanisten beispielsweise verfügte jeder über mehrere Kompetenzen. Leon Battista Alberti war Malereitheoretiker, Architekt und Architekturtheoretiker und außerdem Jurist, Philosoph, Mathematiker und Theaterautor. Ungeachtet der Summe an Kompetenzen, hatten die Humanisten gemeinsam, dass sie mit der Praxis und dem Wissensgebäude der Rhetorik besonders vertraut waren. Können Sie die Rolle der Rhetorik in diesem Zusammenhang den Lesern von »Sprache für die Form« erklären?

Heiner Mühlmann: Die spannendste Epoche der italienischen Renaissance ist eigentlich die Zeit, als die Renaissance noch nicht sichtbar war. Damit meine ich: es gab noch keine Renaissance-Malerei und es gab noch keine Renaissance-Architektur. Es war die Zeit des Trecento, die Zeit von Coluccio Salutati, Francesco Petrarca und Giovanni Boccaccio. Wenn Rhetorik ein Kampfinstrument ist, dann gelangte dieses Kampfinstrument in dieser Zeit zum Einsatz. Aber nicht auf einem Forum und durch die Stimme eines Redners, sondern in Papierform und geschrieben. Das Medium war der diplomatische Brief. Die Sprache war Latein. Dieses Medium gab es bereits im Mittelalter. Der Florentiner Stadtkanzler Salutati hat es mit den Rhetorikkenntnissen, die er sich angeeignet hatte, zu einer wirkungsvollen Waffe gemacht. Und in dieser Zeit hatten Rhetorik und die neuen Techniken der Renaissance wirklich Einfluss auf die Politik und auf politische Emanzipationsbewegungen.

Denn in Florenz war der Kapitalismus erfunden worden, und Florenz wurde immer reicher. Das halbe Italien war von dem Mailänder Tyrannen Gian Galeazzo Visconti erobert worden. Florenz wurde von Visconti neidisch beäugt, denn es war noch frei. Gegen Ende des Jahrhunderts wurde es von der Mailänder Armee belagert. Zu dieser Zeit schrieb Salutati seine diplomatischen Briefe an andere italienische Städte und warb um Verbündete. Sein Erzfeind Visconti sagte von diesen Briefen, jeder entspreche einem militärischen Erfolg. Salutati, der Stadtkanzler von Florenz, schaffte es, seiner Stadt ihre Freiheit zu bewahren.

Man muss sich vorstellen, dass die Rhetoriksprache zu dieser Zeit Latein war. Also keine Volkssprache. Und dass die rhetorischen Techniken zunächst an die lateinische Sprache gebunden waren, dass sie sich somit nur an die Eliten richten konnten, die des Lateinischen mächtig waren. Auf diese Weise war Rhetorik vorhanden, aber nicht als Erlebnis für das ganze Volk. Sie lag gewissermaßen in der Luft. Das gilt auch für die Zeit zwei Generationen später, als Alberti und Brunelleschi lebten. Zu dieser Zeit wurde die Renaissance nach und nach sichtbar. Es entstanden die Wunderwerke der bildenden Künste, die heute von der ganzen Welt bestaunt werden.

Diese Rhetorik, die in der Luft lag, materialisiert sich zu einem kulturellen System, und zwar nicht nur im Medium Sprache. Dieses System hatte folgende

Heiner Mühlmann studierte Kunstgeschichte und Philosophie in Köln, Paris, Rom und München. Er wurde in München promoviert mit einer Arbeit über »Humanistische Rhetorik und Rechtsphilosophie bei Leon Battista Alberti«. Es folgten Forschungsstipendien der Deutschen Forschungsgemeinschaft und Lehraufträge an der Universität Paris VII. Bei Bazon Brock habilitierte er sich in Wuppertal mit Überlegungen zu »Katastrophentheorie, Graphentheorie und Architektur«, die ihm bald eine außerplanmäßige Professur an der Universität Wuppertal eintrugen. Er lehrte auch an der Universität Münster, am Pariser Collège International de Philosophie. Heiner Mühlmann war Gastprofessor am Institut für Design und Technologie an der Zürcher Hochschule der Künste und Gastprofessor an der Hochschule für Gestaltung in Karlsruhe. Er ist Mitgründer des neuroanthropologischen Forschungsprojekts TRACE, in der sich eine interdisziplinäre Gruppe von Neurowissenschaftlern, Philosophen und Designern für die neurowissenschaftliche Gedächtnisforschung engagiert. Auf der Liste seiner zahlreichen Publikationen finden sich kulturtheoretische Schriften und Bücher.

Strukturmerkmale. Da gab es zunächst so etwas wie einen ordnungspolitischen Rahmen. Er haftet an der Rhetorik aller Zeiten wie ein Schatten. Es war das römische Staatsrecht mit seiner Einteilung sakral versus profan und öffentlich versus privat. Diese Einteilung funktionierte wie Räume. Die Rhetorik passte sich diesen Räumen an. Aber Achtung! Das Wort »Raum« ist hier nur eine Metapher.

Die Anpassung an diese ordnungspolitischen Räume wurde vom decorum-System geleistet. Im decorum gab es einen erhabenen Stil und einen niedrigen Stil und viele Abstufungen dazwischen. Somit handelte es sich beim decorum um ein skaliertes System. Merkmal des erhabenen Stils war das Auslösen von starken negativen Emotionen. Beim niedrigen Stil ging es eher humorvoll und idyllisch zu. Diese Skalierung entspricht der Skalierung des römischen Staatsrechts. Dem öffentlich Sakralen entsprach die erhabene Stillage, dem privat Profanen entsprach die niedrige Stillage.

Dieses kulturelle Organisationssystem, decorum mit der daran haftenden Hintergrundstruktur »römisches Recht«, schlummert in jedem Rhetoriklehrbuch das man zur Hand nimmt, sei es von Cicero oder von Quintilian, oder von irgend einem beliebigen Rhetoriklehrer einer beliebigen Epoche.

Oh, ich befürchte meine Antwort wird zu lang! ||

Nein, nein! Bitte fahren Sie fort! Für Gestalter dürfte das in Zeiten medialer Umbrüche von großem Interesse sein.

Also wie gesagt: Das System, das sich in der Rhetorik verbirgt, bezieht sich nicht nur auf Sprache. Es ist vielmehr ein umfassendes kulturelles Organisationssystem. Das zeigt sich in Albertis Architekturtheorie. Er übernimmt die Ordnungsstruktur des römischen Rechts für die Unterscheidungsdefinitionen der architektonischen Gattungen. Drei seiner zehn Bücher hat er dieser Unterscheidungsarbeit gewidmet. In einem geht es um sakrale Architektur, in einem zweiten um öffentliche Architektur und im dritten um privat-profane Architektur. Für alle Gattungen hält Alberti unterschiedliche Ornamente als Unterscheidungsmarker bereit. Dabei ist das Wort »alle« wichtig. Dieses Architektursystem erfasst und markiert die ganze Kultur. Das ist anders als bei den Ornamentmarkierungen des Mittelalters. Da gab es eigentlich nur Sakralornament und die Abstufung von viel und wenig. Die Kathedrale mit Umgang und Kapellenkranz hatte viel Ornament. Die kleine Kirche hatte wenig Ornament. Es gab kein spezielles Ornament für nichtsakrale Öffentlichkeit und kein Ornament für den privaten Bereich. Nichtsakrale Öffentlichkeit konnte sich nur durch Fortifikationsbau ausdrücken.

Ich muss eine kleine Einschränkung anbringen. Wenn ich sage, das Ornamentensystem habe alles erfasst, dann stimmt das nicht ganz. Die rein technischen Gebäude wurden nicht in das Beziehungsnetz der Ornamentarchitektur aufgenommen. Sie bildeten eine Leerstelle, die als solche zu erkennen war. Übrigens: in den Rhetoriklehrbüchern werden die rhetorischen Figuren »Ornamente der Sprache« genannt.

Alberti war ein Architekturdesigner, der nicht Einzeldesign entworfen hat, sondern ein Designsystem. Und weil dieses Designsystem sakral, öffentlich-profan und privat-profan erfasste, wirkte es integrativ, und weil es imstande war, verschiedene Rankingstufen zu markieren, wirkte es skalierend. Alberti hatte somit ein Designsystem erschaffen, dass die Merkmale »Integration« und »Skalierung« enthielt.

Albertis System löste sofort das mittelalterliche System ab und verbreitete sich mit großer Geschwindigkeit in ganz Europa und darüber hinaus. Es fand seine endgültige, kompakte und griffige Form im Regelwerk von Vignola.

Dies ist etwas, was die Kunsthistoriker nicht verstehen: Zuerst gab es im Trecento eine Renaissance auf den Gebieten »Diskurstechnik« und »Recht«. Das Überleben dieser Renaissance war an das außenpolitische Schicksal der Stadt Florenz geknüpft. Die knospende Renaissance überlebte dank Salutati. Denn die Bewahrung der Freiheit von Florenz im Trecento war entscheidend für das Überleben und für die Weiterentwicklung der Renaissance. Die Theoretiker der Künste im Quattrocento stützten sich bei ihrer Arbeit auf die Texterfahrung, die sie von ihren Vorgängerhumanisten, zum Beispiel Salutati und Boccaccio, übernommen hatten. Und dies ist wichtig: Die Kunst der Renaissance begann als Theorie. Die Künstlergenerationen nach Alberti setzten mit viel trial-and-error-Arbeit die theoretischen Postulate in künstlerische Praxis um. Der größte Pionier auf diesem Gebiet war Leonardo da Vinci. Er ging ganz systematisch vor. Das kann man beobachten an seinen unzähligen Bewegungsstudien. Von ihm lernten Michelangelo und Raphael. In diesem Prozess war Alberti die wichtigste Persönlichkeit. Und das verstehen Kunsthistoriker nicht, weil sie immer nur nach Künstlern suchen, und weil sie glauben, dass Innovation immer nur vom Schaffensrausch der Künstlergenies ausgeht. Die Innovationsleistungen der Renaissance gingen von intelligenter Theoriearbeit aus.

Das Wichtigste bei diesen Überlegungen ist die Tatsache, dass die Renaissanceentwicklung auch während der späteren Jahrhunderte nicht eine Entwicklung war, deren Meilensteine einzelne Kunstwerke waren, sondern eine Entwicklung, in der ein System übertragen wurde. Die Kunsthistoriker sprechen immer nur von großen Kunstwerken. Das wären dann in der Renaissance-Architektur Gebäude wie die Gesu-Kirche von Giacomo della Porta oder der Palazzo Farnese von Michelangelo. Sie sprechen von den stilistischen Einflüssen, die von einem großen Kunstwerk zum nächsten großen Kunstwerk führen, und sie sprechen von Epochenstilen. Das ist dann so etwas wie ein Weltgeist der Kunst, der sich in genialen Kunstwerken materialisiert. ||

Welche Rolle weisen Sie der Rhetorik zu, speziell in ihrem Einfluss auf die visuelle Kommunikation in der Renaissance? Und was könnten Ihrer Auffassung nach Designer heute davon lernen?

Ja, von Kunstwerken kann man nichts lernen, weil sie ja einmalig, genial und auratisch sind. Man kann sie nur bewundern. Und man kann vor ihnen in Ver-zückung geraten, Ver-zückung, die neurotische Formen annehmen kann. Wenn es aber stimmt, dass die Renaissance durch intelligente Theoriearbeit entstanden ist, dann kann man von ihr alles lernen. Da ist zum Beispiel die Sache mit der

integrativen Organisation des Alberti-Systems. Es weist jedem in der Kultur möglichen Sachverhalt einen markierten Ort zu. Und es kann auch Bilder für die Markierung von Orten benutzen. Das bedeutet: auch die Bilder werden von der integrativen Kraft des Alberti-Systems erfasst. Das bedeutet: Wir haben es hier mit einem kulturellen Organisationssystem zu tun, das Architektur und Bildproduktion umfasst. Das führt uns zur zweiten großen theoretischen Errungenschaft der Renaissance: nämlich zum Timanthes-Effekt. Alberti beschreibt in seinem Theoriewerk »De pictura«, (»Über die Malerei«) den Timanthes-Effekt. Dieser Effekt funktioniert folgendermaßen:

Die extremen negativen Emotionen, die in der Rhetorik den erhabenen Stil kennzeichnen, kann man auch mit Malerei auslösen. Das geht aber nur durch Verhüllen von Bildern. Wenn ein Bild sagen will: diese Person ist von einer negativen Emotion aus der Fassung gebracht worden, dann soll sich der Betrachter des Bildes eine Emotion vorstellen, die so stark ist, dass man sie durch das Bild eines menschlichen Gesichts gar nicht ausdrücken könnte. Für diese Gesetzmäßigkeit gibt es neurophysiologische Erklärungen. Der Maler muss also ein von Emotion entstelltes Gesicht verhüllen. Das hat Timanthes in seiner Darstellung des Opfers der Iphigenie getan. Das Bild erzählt, Iphigenies Vater Agamemnon habe durch die Horrorvorstellung, dass seine Tochter im nächsten Augenblick auf einem Altar geopfert werden sollte, die Fassung verloren. Timanthes erzählt dies, indem er Agamemnon sein Gesicht mit dem Gewand verhüllen lässt. Diese piktorale Erzähltechnik kann man so, wie sie ist, übernehmen und im heutigen Kommunikationsdesign verwenden.

Diese Technik ist nicht im eigentlichen Sinne rhetorisch. Sie gehorcht nur denselben Gesetzen wie die Rhetorik. Auch in der Rhetorik kann man Emotionen durch Bilder auslösen. Allerdings handelt es sich dort um Bilder in nicht visuellen Medien. Der Redner muss sich das emotionale Bild in seiner Phantasie vorstellen. Dann bemächtigt sich die durch das Bild ausgelöste Emotion seines Körpers. Das sehen seine Zuhörer, und durch Empathie wird die Emotion dann auf die Zuhörer übertragen. In der Rhetorik funktioniert es also etwas anders. Deshalb ist es nicht ganz korrekt, beim Timanthes-Effekt von »Bildrhetorik« zu sprechen. Das Wort »Bildrhetorik« ist dann selbst rhetorisch: nämlich eine Metapher.

Im Zusammenhang mit dem Wiederentdecken und Anwenden des antiken Wissens in der Renaissance sprechen Sie von »intrakulturellem Kulturrelativismus«. Können Sie diesen Begriff näher erläutern?

Die Initialerfahrung der italienischen Renaissance vollzog sich auf dem Gebiet der Rechtswissenschaften. Die italienischen Humanisten waren alle Juristen. Sie hatten in der Regel studiert an der Universität Bologna. Dort wurde das Justinianische Recht gelehrt, benannt nach dem byzantinischen Kaiser Justinian. Dieses Recht war vom Vatikan übernommen worden und seine Geltung wurde für das ganze mittelalterliche Europa durchgesetzt. Als Rechtsquelle galt Gott, und zwar der Gott der Christen. Mit ihren Studien der römischen Literatur, die weit über das Gebiet des Justinianischen Rechtswerks hinausgingen, erkannten die Humanisten, dass das Justinianische Recht nicht originär byzantinisch war, sondern dass es eine verderbte Form des heidnischen römischen Rechts war.

Und durch intensive Studien der so genannten Pandekten-Schriften erkannten sie auch, dass das heidnische Recht an vielen Stellen dem christlichen Recht an Systematik überlegen war. Anders ausgedrückt: Sie erkannten, dass das heidnische Recht stellenweise »gerechter« war als das christliche Recht. Das war eine Erfahrung, die man heute eine freudsche Kränkung nennen würde. Eine Kränkung dieser Art war zum Beispiel die Entdeckung, dass die Erde nicht Mittelpunkt des Universums ist. Ich nenne diese Erfahrung »intrakultureller Relativismus«, weil in dieser Erfahrung enthalten ist: erstens die Erkenntnis, dass die eigene Kultur und die heidnische Kultur dieselbe Kultur ist, denn das Justinianische Recht wird ja als verderbte Fortsetzung des heidnischen Rechts erkannt; und zweitens die Erkenntnis, dass es in derselben Kultur zwei einander widersprechende Grundannahmen gibt: nämlich Heidentum und Christentum. Wenn man jetzt zu der Meinung gelangt, das Heidentum sei partiell gerechter als das Christentum, wird das Christentum »relativiert«.

Ich halte diese Entdeckung des italienischen Humanismus für die Initialzündung aus der sich schließlich das Prinzip des säkularen Staats entwickelte und das Prinzip: Religion ist Privatsache. ||

Der Forschungsansatz des von Ihnen gegründeten Forscherkollektivs TRACE wird als »evidence based design« bezeichnet. Dieser Begriff ist eher in der amerikanischen Forschung geläufig. Können Sie aufklären, was darunter zu verstehen ist?

Soviel ich weiß, gab es den Begriff »evidence based Design« zunächst im Zusammenhang mit Krankenhaus-Innenarchitektur. Dort hatte man offenbar das evidence-based-prinzip von den Publikationsbedingungen der naturwissenschaftlichen Studien übernommen. Denn alle medizinischen Publikationen müssen das Kriterium der Evidenzbasierung aufweisen. Das ist dann erfüllt, wenn ein Paper in sogenannten »peer reviewed journals« veröffentlicht wird. Die sind in der Regel amerikanisch und müssen einen hohen impact-factor haben. Dem evidenzbasierten Krankenhaus-Innenraum-Design sind offenbar Studien vorangegangen, in denen Zusammenhänge zwischen Gestaltungsmerkmalen und Genesungsprozessen der Patienten erkennbar wurden.

Unsere TRACE-Gruppe hat mit ihren Publikationen auch die Bedingungen der amerikanischen »peer reviewed journals« erfüllt. Und zwar haben wir neurophysiologische Experimente durchgeführt über unterschiedliche Hirnreaktionen, die von erhabenem und niedrigem Architekturornament ausgelöst werden. Wir haben dabei festgestellt, dass high-ranking-Ornament, also erhabenes Ornament, im Gegensatz zu niedrigem Ornament bei Europäern eine bestimmte Hirnreaktion auslöst, und zwar 300 ms nach Stimulus-Eingang. Das bedeutet: eine Reaktion, die ausgelöst wird, bevor der Proband versteht, was er sieht. Die gleichen Experimente wurden von uns in Peking durchgeführt, mit dem Ergebnis: Diese spezielle Reaktion gab es bei chinesischen Probanden nicht. Diese Publikationen erfüllten die Bedingungen der Evidenzbasierung. Wir haben, ich glaube zwei Jahre lang, in unserem damaligen Labor in der HfG Karlsruhe versucht, den gleichen Effekt mit moderner Architektur auszulösen. Es ist uns nicht gelungen. Es liegt also die Vermutung nahe, dass dies nur mit Ornament Architektur à la Alberti und Vignola funktioniert. Diese Vermutung ist allerdings nicht evidenzbasiert.

Sie erwähnten es bereits, aber gerade vor dem Hintergrund der medialen Omni-präsenz des fortschreitenden Klimawandels, leiten Sie aus Ihrer Forschungsarbeit das Konzept des »integrativen und skalierten Designs« ab. Was ist darunter zu verstehen?

Jetzt geben Sie mir die Gelegenheit, über mein Lieblingsthema zu sprechen. Denn ich bin ein Autofreak. Und zwar ein Freak von Spielzeugautos. Ich versuche, das Autofahren nicht nur zu tun, sondern auch zu spielen. Momentan gelingt mir das ganz gut mit einem VW New Beetle. Das ist ja das Bild von einem anderen Auto: nämlich dem Original VW Käfer, genauso wie die griechischen Stein-temple Bilder von Holztempeln sind. Also ich versuche, das Auto nicht nur zu fahren, sondern das Autofahren auch darzustellen. Das nenne ich in der Rhetoriktheorie »Display-Verhalten«. Der Redner spricht nicht nur, er stellt das Sprechen auch dar. Allerdings eins gelingt mir nicht mit meinem Auto, das ein anderes Auto abbildet: Ich kann damit nicht angeben. Zum Angeben würde ich etwas brauchen, was über 100000 Euro kostet und große Energieentladung ermöglicht. Damit wäre ich beim Thema.

Erderwärmung, CO₂-Ausstoß, Abgasverringern bei Automobilen – die Alternativen, die heute diskutiert werden, sind Elektroantrieb und Verbrennungsantrieb. Der Elektroantrieb mit den schweren Batterien, die in Brand geraten können und dabei Temperaturen entwickeln, die so hoch sind, dass man sie nicht löschen kann, sondern ausbrennen lassen muss; die im Winter außerdem weniger Leistung bringen: Diese Technologie scheint mir zutiefst unelegant zu sein. Elektroantrieb ist die elegante Lösung nur bei schienengebundenem Verkehr, wo die Stromzufuhr über einen Schleifkontakt erfolgt.

Das IFO-Institut in München hat eine Studie veröffentlicht, in der nachgewiesen wurde, dass der Verbrennungsantrieb in der Gesamtbilanz leicht umweltfreundlicher ist als der Elektroantrieb. Sofort gab es Gegenstimmen, die das Gegenteil behaupteten. Bei diesem Disput wurde aber deutlich, dass die Emissionsunterschiede zwischen beiden Technologien so gering sind, dass von einer Umstellung auf Elektro nur sehr geringe Vorteile zu erwarten sind. ||

Diese ganze Diskussion ist von einer großen Hypothek belastet. Man stellt das Gesamtsystem der Automobilität nicht infrage. Denn in diesem Gesamtsystem sind überschwere Fahrzeuge wie zum Beispiel SUV und übermäßig beschleunigungsstarke Fahrzeuge vorgesehen, wie zum Beispiel Sportwagen der Über-100000-Euro-Klasse. Wenn man also mit dem System »Automobil«, wie es jetzt existiert, persönliches Prestige ausdrücken will, dann muss man sich eines von diesen hypertrophen Fahrzeugen kaufen. Denn wir Menschen wollen angeben. Wenn ich mir ein derartiges Auto gekauft habe und ein Rivale kauft sich ein noch energiehaltigeres Auto, dann muss ich mir etwas kaufen, was noch darüber liegt. Dieses System der Selbstdarstellung ist nach oben offen und verlangt nach immer mehr Kraftentfaltung und Energieentladungsdiskurs. Ist das nicht ein schönes Wort?

Wenn also das Autofahren überhaupt erhalten bleiben soll, und wenn man Emissionen spürbar verringern will, dann muss man ordnungspolitisch eingreifen. Bei diesem ordnungspolitischen Eingriff muss man sofort an das zukünftige

Auto-Design denken. Dann stellt man fest, dass man nicht ein Design der Einzelentwürfe braucht, sondern ein Designsystem. Das führt uns zurück zu Leon Battista Alberti, der damals ein Designsystem entworfen hat, dass die Merkmale Integration und Skalierung enthält.

Unser Design-System für Autos muss eine ordnungspolitische Obergrenze haben. Man könnte zum Beispiel entscheiden, dass nur noch Motoren mit zwei Zylindern und 850 cm³ Hubraum als Obergrenze zugelassen werden. Das Designsystem, das für diesen ordnungspolitischen Eingriff benötigt werden würde, müsste es ermöglichen, innerhalb dieser Grenzen genauso viel Umsatz zu erzeugen und genauso viele Luxusanteile wie früher zu produzieren. Wenn ein Auto schneller sein soll als ein anderes, muss man es leichter machen. Das ist teuer, und schon hätte man eine neue Möglichkeit, um anzugeben. Auch könnte man extrem wertvolle Motoren bauen, für die so viel Handarbeit eingesetzt werden muss, wie für Schweizer Uhren, die auch 30000 bis 50000 Franken kosten können und die wirklich eine Technik enthalten, die so viel wert ist, obwohl man sie nicht braucht.

Dieses Design-System wäre integrativ, weil außer dem Bereich bis 850 cm³ nichts hinzukommen könnte. Es wäre skaliert, weil man trotz der niedrigen Obergrenze verschiedene Abstufungen von Luxus und Prestige ausdrücken könnte.

Nicht integrative Design-Agglomerationen produzieren Kraftdarstellungen, die unbegrenzt anwachsen können. So war es auch zur Zeit von Leon Battista Alberti, als man nur mit teuren Fortifikationsbauten sein Prestige ausdrücken konnte. Alberti verbot in seinem Architekturtraktat das Bauen von befestigten Gebäuden innerhalb seines Ornamentsystems. Fortifikation ist Kraftentfaltung genau wie heute das Fahren von energiespeienden Monsterautos.

Bei Alberti war Fortifikation nur für die Stadtmauer erlaubt. Und die Stadtmauer war für Alberti – das überrascht uns alle – der ranghöchste Sakralbau, nicht der Tempel oder die Kathedrale. Wenn man Albertis integratives und skaliertes Designsystem auf die heutige Automobilkultur übertrüge, würde man eine Renaissance herbeiführen und niemand würde es merken.

Darf ich noch eine Schlussbemerkung machen, die keine Antwort auf Ihre Fragen ist?

Ja, selbstverständlich dürfen Sie.

Europa ist nicht eine Kultur, in der eine Renaissance stattgefunden hat. Europa ist eine Renaissance-Kultur.

»Sprache für die Form«, Doppelausgabe Nr. 14 und 15, Herbst 2019

»Die Welt ist ein großes Fest der Farben«

Kenya Hara taucht ein in die Tiefen von Weiß

Eine Rezension von Annika Keppler

Was ist eigentlich Weiß? Wann ist etwas weiß? Und wie steht Weiß in Relation zu Ästhetik und Kommunikation in unserer Gesellschaft? Kenya Hara nimmt den Leser in seinem Buch mit auf eine Reise in die physikalische, philosophische und kulturelle Manifestation von Weiß und deckt Schritt für Schritt die bedeutungsschwere Lebensphilosophie hinter diesem Wort auf. »Weiß«, das ist kein Buch über Farbe, es geht vielmehr um das Ergründen von Weiß und der tiefer greifenden Beziehung von Weiß zu »Leere«.

Das Buch, geschrieben vom japanischen Designer, Professor und Art Director Kenya Hara (*1958), ist, entsprechend dem Titel, in schlichtem Weiß gehalten und wurde 2010 vom Lars Müller Verlag publiziert. Die 86 Seiten wurden von Anita Brockmann aus dem Japanischen ins Deutsche übersetzt. In vier Kapiteln tastet sich der Autor Schritt für Schritt an die Ergründung von Weiß heran und lässt den Leser durch einen poetischen und malerischen Schreibstil ganz nah am diesem Prozess teilhaben.

In »Die Entdeckung von Weiß« fokussiert sich Hara auf die physikalischen Eigenschaften von Weiß und damit einhergehend ihre philosophische Deutung. Eigentlich als »Nichtfarbe« definiert, hat der Begriff in der traditionellen japanischen Farblehre seinen Ursprung in dem Wort »shiroshi«, das für Klarheit und Vollkommenheit steht. Dadurch hebt sich Weiß ganz klar vom »Chaos«, also allen Farben dieser Erde, ab. Es schwebt per Definition über allem anderen. Der Verfasser beschreibt Weiß als die ursprüngliche Form von Leben beziehungsweise Information, die aus dem Chaos entsteht. Jegliches Weiß, das wir hier auf der Erde wahrnehmen, ist »unrein und kontaminiert« und lediglich eine Illusion. Somit steht Weiß für pures Leben und symbolisiert den von jedem Wesen angestrebten Zustand.

Papier ist Weiß. Es ist ein Medium, das die Kreativität stimuliert und Impulse zur Kommunikation gibt. Folglich ist Papier materialisierte Klarheit und ragt aus dem Chaos heraus. Mit dieser Schlussfolgerung baut der Autor im zweiten Kapitel »Papier« auf dem vorherigen Kapitel auf. Er taucht zusammen mit dem Leser in die Ursprünge der Papierherstellung und Typografie ein und definiert das Geheimnis einer harmonischen Komposition aus beiden Komponenten.

»Buchstaben haben im Kontrast zu dem Weiß, das sie umgibt, als Objekte eine eigenständige Schönheit entwickelt, die sich tiefschwarz in das Papier geprägt hat.« (S.39) Auf nahbare und sympathische Art und Weise beschreibt Kenya Hara in diesen Passagen auch seine persönliche Auseinandersetzung als Designer mit Papier.

»Ein Zustand, in dem nichts ist, bietet die Möglichkeit, ihn mit irgendetwas zu füllen.« (S.45) Das Prinzip der »Leere«, ein Zustand in dem nichts ist, erläutert der Autor facettenreich im dritten Kapitel, genannt »der leere Raum«. Er stellt die Nichtfarbe »Weiß« gleich dem Begriff des »Nicht-Seins« und verweist gleichzeitig auf das enorme Potential, diese »Leere« zu füllen. Anschaulich de-



Hara, Kenya: Weiß. Zürich 2015(3).

Annika Keppler erwarb 2018 an der Kunsthochschule Burg Giebichenstein in Halle ihren »Bachelor of Arts« im Bereich Innenarchitektur und studierte anschließend an der Hochschule Konstanz im Masterstudiengang Kommunikationsdesign.

monstriert Hara den »leeren Raum« anhand von religiösen Bauten des japanischen Schintoismus, er gibt Beispiele aus der japanischen Kommunikationskultur des »Nicht Sagen« und analysiert die Ausdruckskraft von Symbolen, die letztendlich auch nur mit »leeren Gefäßen« gleichzusetzen sind, die man mit allen erdenklichen Bedeutungen füllen kann (vgl. S.56). Am Exempel der schlichten japanischen Teezeremonie leitet Kaya schließlich zum Begriff der Ästhetik in Bezug auf Design über. Durch literarische Stilmittel, wie etwa Metapher und Vergleich, wird das Wirken von Schlichtheit, Einfachheit und Reduktion auf gelungene Gestaltung erläutert.

»Hin zu Weiß« – auf den letzten zehn Seiten führt der Autor auch Weiß zur Vollendung. Der Schlüssel zu Weiß, so sagt er, liegt weniger im Wissen als vielmehr im Verstehen von Dingen. »Wissen (...) lähmt unser Bewusstsein und lässt es im Sumpf der Erkenntnis versinken. Verstehen bedeutet, aus diesem Sumpf ein Bewusstsein herausziehen (...)« (S. 83) Der Leser wird dafür sensibilisiert, dass Weiß nicht einfach da ist. Es bedarf Zeit, Pflege und Geduld, sich Weiß zu nähern. Es ist, so Hara, ein Prozess der nach Vollendung strebt, und vielleicht bringt alleine diese Erkenntnis den Leser des Buches dem Verständnis von Weiß ein Stückchen näher.

Mit Weiß hat Kenya Hara eine anspruchsvolle Lektüre geschaffen, die nicht nur Designer von den ersten Sätzen an in den Bann zieht. Der Band ist Wissensvermittler, zugleich aber auch mit »Weißraum« gespickter Impulsgeber, um beim Lesen innezuhalten und zu hinterfragen. Hara sensibilisiert für den Umgang mit Weiß und regt dazu an, den ganz persönlichen Blick auf die Welt zu ändern. Weiß – ein Buch, das auch in der deutschen Fassung vollkommen überzeugen kann.

»Sprache für die Form«, Doppelausgabe Nr. 14 und 15, Herbst 2019

»Ideen zur Selbstvermarktung«

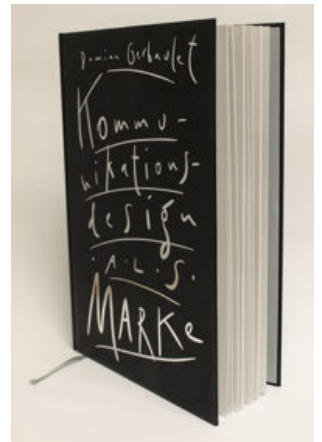
Damian Gerbaulet über Kommunikationsdesign als Marke

Eine Rezension von Tanja Hornung

»Wer nicht einzigartig ist, ist austauschbar das gilt auch und insbesondere für uns Designer.« (S. 77) Mit diesem Stichwort zu Ende seines Fachbuches »Kommunikationsdesign als Marke« macht Damian Gerbaulet klar, worum es ihm in seinem kompakten, 112-seitigen Werk aus 2011 geht: um die Entwicklung eines Gestalters hin zu einer Marke. Damit wäre auch schon einmal die Zielgruppe geklärt: Gestalter im Bereich Kommunikationsdesign.

Der Einband des vom Norman Beckmann Verlag herausgegebenen Buchs mit einem glänzenden Lackauftrag und Betitelung in Gerbaulets eigener Handschrift lässt viele Menschen mit Sinn für Gestaltung in Buchhandlungen zugreifen. Damian Gerbaulet bietet eine gute Übersicht innerhalb des Buchs, denn er gliedert diese komplexen und abstrakten Themen in mehrere Teile, in denen er dann versucht, den Lesern das jeweilige Thema oberflächlich nahezulegen. Gerbaulet verfolgt die Absicht, den Lesern neue Perspektiven auf bestehende Konzepte und Strategien im Design- und Markensektor zu liefern. Er galoppiert dabei über die geschichtliche Entwicklung von Marken mit prominenten Beispielen wie Henkel, Allianz und Dr. Oetker. Er grast das Thema »Entwicklung zur Corporate Identity« in einer kleinen Seitenanzahl ab und reißt die Begriffe »Werbung, Branding und Sammelkarten« an. Im folgenden Verlauf spricht Gerbaulet erstmals direkt über das eigentliche Thema des Buchs, Kommunikationsdesign als Marke, und setzt hierbei seinen Fokus auf die Kleinstbetriebe der Branche. Auf ein paar Seiten gibt Damian Gerbaulet Ratschläge zur Markenentwicklung aus eigener Erfahrung.

Um seine Thesen zu begründen, hängt er am Ende seines Buchs noch mehrere geführte Interviews mit namhaften Persönlichkeiten der Branche an, mit denen er über Kundengewinnung und Design als Marke plaudert. Da wäre zum einen Stefan Sagmeister, der Gerbaulets Fragen geduldig beantwortet. Oder Kurt Weidemann, der dem Autor ebenfalls Auskunft gibt. Das schwache Vorwort von Holger Jung (Jung von Matt) mag manche Leser gleich auf der ersten Seite abschrecken. Dennoch lohnt es sich, dranzubleiben und sich durch die eigentlich komplexen Fragestellungen durchzuarbeiten. Damian Gerbaulet mag nicht alles aus den Gebieten Markenentwicklung in Verbindung mit Design aufgegriffen und ausformuliert haben, dennoch bietet sein schmales Werk einen guten ersten Einblick in die Materie. Die handschriftlichen Ergänzungen auf den Buchseiten scheinen das zu unterstreichen, was Gerbaulet in seinem Text ausdrücken möchte: Individualität, Einzigartigkeit. Die Tatsache, dass Gerbaulet jedoch sehr oft im Buch seine etwas unleserliche Handschrift einsetzt und auch Markierungen innerhalb von Texten dem Leser vorgibt, mag manchem Gestalter die Haare zu Berge stehen lassen. Ebenfalls der Layoutmix und das stellenweise verzweifelte Suchen nach Seitenzahlen, die sich oft in Grafiken an den unterschiedlichsten Stellen verstecken, muss man mögen ...



Gerbaulet, Damian: Kommunikationsdesign als Marke. Ideen zur Selbstvermarktung. Hamburg 2011.

Tanja Hornung studierte im Bachelor »Digitale Medien« an der THU Ulm. Nach ihrem Abschluss in Ulm zog sie nach Konstanz, um an der Hochschule Konstanz den Master in Kommunikationsdesign zu belegen.

»Ziel sollte es sein, als beste verfügbare Wahl auf dem Markt wahrgenommen zu werden.« (S. 70) Damian Gerbaulet stellt hohe Anforderungen an Gestalter. Als Gestalter sollte man keine zu hohen Anforderungen an sein Fachbuch stellen. Möchte man einen nicht tiefer gehenden Eindruck von der Branche erhalten, eignet sich dieses Buch gut. Aber womöglich gibt es Gestalter, die mehr Tiefgang wünschen.

»Sprache für die Form«, Doppelausgabe Nr. 14 und 15, Herbst 2019

»Schönheit = Funktion = Wahrheit«

Sagmeister & Walsh über die Gestaltung der Zukunft

Eine Rezension von Annemarie Krätz

Mattiert, in einem Schubert eingekleidet, mit geprägten, grafischen Elementen und einem silbernen Farbschnitt präsentiert sich das neue Werk von Sagmeister und Walsh dem Leser. Nimmt man das partiell, uv-lackierte Buch aus dem Schubert heraus, hält man eine 278-seitige, fadengeheftete Broschüre in den Händen, der es ebenso im Inneren nicht an optischer Zurückhaltung mangelt.

»Schönheit ist das Quantum Menschlichkeit, das unser Leben besser macht.« Stefan Sagmeister und Jessica Walsh sind der Meinung, dass das Bewusstsein für Schönheit essentiell für das Zusammenleben unserer Gemeinschaft ist. Zu Beginn des Buches geben sie einen Einblick in verschiedene Definitionen von Schönheit. So kann Schönheit zum Beispiel mathematisch, philosophisch oder gar wissenschaftlich erklärt werden. Das darauffolgende Kapitel »Eine kurze Geschichte der Schönheit« zeigt, dass in Konzepten aus den Bereichen Architektur, Grafik- und Produktdesign, Mode, Stadtplanung oder Kunst der Begriff der Schönheit schon immer eine wichtige Rolle eingenommen hat. Wie erleben wir Schönheit? Diese Frage versuchen die Autoren mittels des Konsenses der breiten Masse, im weiteren Verlauf des Buches, zu beantworten. Sagmeister rief schon im Vorfeld der Veröffentlichung auf Instagram zu diversen Umfragen auf, um so herauszufinden welche Cola-Dose, welcher Reisepass oder welche Banknote als am schönsten empfunden wird. Es resultiert, dass Schönheit nicht im Auge des Betrachters liegt, sondern durchaus ein ähnliches Schönheitsempfinden innerhalb der befragten Personen vorzufinden ist. Aufbauend auf sieben Kapiteln präsentierter Schönheit endet dieses Projekt mit einem Manifest. Wer ein fertiges Schlüsselkonzept für Schönheit erwartet hat, wird wohl eher enttäuscht. Hier geht es nicht darum, Schönheit zu definieren. Das Manifest appelliert an die Eigeninitiative eines jeden Einzelnen, durch eigene Leistung die Erkenntnisse dieses Buches im Alltag umzusetzen um so Zweckmäßigkeit und Passivität entgegenzuwirken.

Mit dem Versuch, dieses Buch mit fünf Schriftschnitten dekorativ zu gestalten, kommt an manchen Stellen leider die Lesbarkeit zu kurz. Durch immer wieder eingeschobene Seiten voller Grafiken und Bilder wird der Lesefluss unterbrochen. Am Ende fragt man sich, ob man dieses Buch ernsthaft als Idealbild von Schönheit sehen kann.

Für knapp 40 Euro erhält man mit »Beauty« eine unterhaltsame Lektüre, die sich als Fundament für einen semi-philosophischen Diskurs über Schönheit, während eines Grillabends unter Freunden eignet. Sagmeister und Walsh's Werk ist keinesfalls als wissenschaftlich untermauertes Werk zu betrachten. Die Kombination aus kurzweiligen Texten und einer großen Zahl an Bildern und Grafiken lädt dazu ein, dieses Buch in ein paar Stunden durchzublättern. Schön.

»Sprache für die Form«, Doppelausgabe Nr. 14 und 15, Herbst 2019



Sagmeister, Stefan; Walsh, Jessica: Beauty. Schönheit = Wahrheit / Schönheit = Funktion. Mainz 2018.

Annemarie Krätz erwarb den Titel »Bachelor of Arts« in Kommunikationsdesign an der Hochschule Trier. Während dieser Zeit absolvierte sie diverse Praktika u.a. beim DuMont Buchverlag in Köln. Parallel arbeitet sie als freiberufliche Designerin. Gegenwärtig studiert sie Kommunikationsdesign im Masterstudium an der Hochschule Konstanz.

Das Profilbild

Über die »Selfies der Seele«

Von Benedikt Bischler

Provokant, geheimnisvoll, oberflächlich, intim, tiefgründig oder schlicht eine anonyme, graue Silhouette – das Profilbild hat viele Gesichter.

Benedikt Bischler erlangte seinen Bachelor-Titel in »Mediengestaltung und Produktion« an der Hochschule Offenburg. Er hat bereits in verschiedenen Design- und Werbeagenturen gearbeitet und 2018 sein Master-Studium »Kommunikationsdesign« an der Hochschule Konstanz begonnen.

Fast jeder von uns wird tagtäglich bewusst oder unbewusst mit den Facetten dieses expressiven Ausdrucksmittels der Gegenwart konfrontiert. Ein Miniatur-Porträt, das im digitalen Sozialumgang an die Stelle der eigenen Person tritt, scheint einen festen Platz in der Kommunikation unserer Informationsgesellschaft erlangt zu haben. Die Anonymität des Internets bietet jedem Nutzer die Möglichkeit sich seine eigene, ganz persönliche Maske aufzusetzen - der alltägliche Online-Karneval. Oder sind die kleinen Bildchen vielleicht doch mehr, als nur ein amüsanter Auswuchs der Digitalisierung?

Scrollt man am eigenen Smartphone durch die Chat-Übersicht seiner What's-App-Kontaktliste, gewinnt man schnell den Eindruck durch die persönlichsten Lebensmomente seiner engsten und weniger engen sozialen Kontakte stöbern zu können - eine Ansammlung von Kühlschranksbildern, Passfotos, Postkartenmotiven, Familienporträts und Sedcard-Shoots. Alles frei zugänglich und willentlich von den Urhebern platziert, zusammengefasst unter dem neudeutschen Begriff des »Profilbilds«. Die ursprüngliche Bedeutung des Wortes aus dem französischen »profil«, was so viel heißt wie »Seitenansicht« oder »Schattenriss«, scheint dabei längst überwunden. Es geht nicht mehr darum, die persönliche Erscheinung schemenhaft zu umreißen, um die Zuordnung von Inhalten im Netz zu erleichtern, als vielmehr darum, ein eindeutiges, individuelles Statement zur eigenen Person, ja zur eigenen Existenz zu setzen - sich im digitalen Umfeld wortwörtlich zu profilieren. Dem eigenen, allzu austauschbar oberflächlichen Dasein eine charakteristische Anmutung, ein Profil, zu verleihen - das scheint der Anspruch an den modernen Social-Media-Nutzer zu sein. In der kreativen Umsetzung dieses Profilierungsprozesses scheinen sich allerdings sehr unterschiedliche Herangehensweisen entwickelt zu haben. Bei näherer Betrachtung sind vier verschiedene Typen von Profilbild-Nutzergruppen auszumachen.

Da wäre zum einen die Gruppe der semi-professionellen Selbstdarsteller, deren Mitglieder vorwiegend qualitativ hochwertige Porträt-Fotografien als Profilbild favorisieren. Meist wird das eigene Gesicht mit dezent leidend verzerrtem Blick zur Kamera inszeniert. Alternativ kann auch ein hippestes Ganzkörper-Porträt in gestellt lässiger Gehpose und gewollt spontanem Snapshot-Charakter zum Einsatz kommen. In jedem Fall muss es ästhetisch einwandfrei sein. Inspiriert von der Modefotografie wird das eigene soziale Umfeld dafür oft als Hobby-Fotografen missbraucht. Die Selbstdarsteller vermitteln mit ihren Motiven Überlegenheit, Stärke und Selbstbewusstsein.

Die Romantiker hingegen setzen eher auf emotionale Tiefe und philosophisch anmutende Melancholie in ihren Bildern. Das klassische Motiv dieser Nutzergruppe ist der nachdenkliche Blick in die Ferne. Aufgenommen von der Seite oder gerne auch von hinten, zeigt sich der Nutzer gedankenversunken mit un-

scharfem Blick in die Weiten einer meist paradiesisch anmutenden Urlaubslandschaft – vorzugsweise bei Sonnenaufgang oder -untergang und mit ausreichend Gegenlicht um das märchenhafte Stimmungsbild durch goldgelbe Lichteffekte perfekt zu machen. Romantiker vermitteln mit ihren Bildern gerne die eigene Tiefgründigkeit und ihre erstrebenswert vielschichtige, philosophische Sicht auf die Welt.

Die dritte Nutzergruppe, die Gruppe der Mitteilungsbedürftigen, zeichnet sich vor allem durch häufig wechselnde Profilbilder aus. Der Fokus liegt dabei weniger auf der eigenen persönlichen Erscheinung, als vielmehr auf den unzähligen neuen Errungenschaften in den scheinbar überdurchschnittlich ereignisreichen Leben dieser Nutzer. Ob aktuelle Partybilder mit den neuen besten Freunden, ein Selfie mit der geliebten Hauskatze, der letzte Besuch im Sternerestaurant oder Actionaufnahmen von diversen Outdoor-Aktivitäten – alles wird aussagekräftig im Profilbild dargestellt. Die Mitteilungsbedürftigen legen den Fokus auf die Vermittlung eines vor Kreativität sprudelnden, erfüllten Lebens, das jedem Betrachter erstrebenswert erscheinen soll. Einen anerkennende Kommentar zu ihren Bildern nehmen sie meistens dankend entgegen.

Die Phantome fallen als vierte und letzte Nutzergruppe etwas aus der Reihe, da sie der vorgesehenen Verwendung des Profilbildes aktiv entgegenwirken. Sie greifen meist entweder auf völlig zusammenhangslose Motive zurück oder verzichten gar vollständig auf ein Profilbild. Ihnen geht es vorrangig darum, sich selbst eben gerade nicht zu zeigen. Dies kann aus verschiedenen Motivationen heraus geschehen. Sei es übermäßiger Anspruch an die eigene Erscheinung, generelle Unsicherheit, das Bedürfnis, sich gegen den Mainstream zu stellen, oder aber bewusster Protest gegen die gesellschaftlichen Konventionen. Da man bekanntermaßen nicht nicht kommunizieren kann, vermitteln auch die Angehörigen dieser Nutzergruppe mit der Wahl oder Nicht-Wahl ihres Profilbildes mehr über ihre Person, als ihnen lieb oder bewusst sein mag.

Fakt ist: Profilbilder scheinen wohl einen höheren sozialen Stellenwert erreicht zu haben als uns gemeinhin bewusst sein mag. In gewisser Weise werden sie zum digitalen Spiegel der Seele. Die Wirkung der vielen subtilen Signale, die die kleinen Bildchen kommunizieren, ist dabei oft weitreichender, als man zunächst annehmen würde. Ob man will oder nicht – aktualisiert man sein Profilbild, wird unverzüglich das gesamte soziale Umfeld zu professionellen Kunstkritikern, Semiotikern und Psychoanalytikern. Jedes Detail des neuen Bildes wird kritisch beäugt, beurteilt und gegebenenfalls kommentiert: »Mit seiner Ex hatte der aber nie 'n Pärchen-Bild drin ...«, »Auf deinem alten Profilbild hast du aber so hübsch gelächelt«, »Hat die 'nen Freund oder is' das ihr Bruder?«.

Es scheint also, als ob uns dieser Prozess der Profilbildwahl zu einer nie dagewesenen bewussten Definition der eigenen Person forciert. Nun können wir direkten Einfluss auf unseren ersten Eindruck nehmen und müssen uns dafür wohl oder übel mit unserer eigenen Identität oder zumindest der eigenen Erscheinung befassen. Zeige ich mich allein oder in Gesellschaft? Zeige ich mich fröhlich oder seriös? Wer bin ich, und wer will ich sein?

Der Versuch, unserem eigenen Dasein damit Profil zu verleihen, scheint allerdings oft im Gegenteil, in einer ungewollten Oberflächlichkeit zu resultieren. Dem ursprünglichen Wortstamm zufolge (profil von lat. filum, »Faden«) hängt unsere wahre Persönlichkeit dabei wohl am seidenen Faden.

»Sprache für die Form«, Doppelausgabe Nr. 14 und 15, Herbst 2019

Food Porn – wessen Auge isst mit?

Über das Fotografieren von Mahlzeiten

Von Tanja Hornung

»Moment, noch nicht anfangen zu essen. Ich muss erst noch ein Foto machen und das in meine Instagram-Story laden.« Heutzutage ist das ein ganz normaler Satz am Tisch. Bevor das mühevoll gekochte Essen verzehrt werden darf, muss es erst noch für die Ewigkeit auf Smartphones, Instagram-Profilen und Clouds der namhaften Social-Media-Unternehmen festgehalten werden.

Tanja Hornung studierte im Bachelor »Digitale Medien« an der THU Ulm. Nach ihrem Abschluss in Ulm zog sie nach Konstanz, um an der Hochschule Konstanz den Master in Kommunikationsdesign zu belegen.

Das stundenlange, kunstvolle Anrichten von hippen Mahlzeiten, wie Avocado-Toast oder einer »Healthy Bowl« wird nicht für das eigene Auge getan. Nein, Big Brother is watching you: Damit sind die zahlreichen Instagram-, Snapchat- und Facebook-Follower gemeint. Je mehr Like-Angaben der Beitrag erhält, desto besser fühlt man sich – als sei man der König der Küche. Was zählt, ist das Aussehen der Mahlzeit, weniger, ob es später auch wirklich mundet.

[1] <https://www.sueddeutsche.de/digital/essen-instagram-posten-1.4402134>, Stand 3.4.2019.

Woher kommt dieser Drang zum Dokumentieren von Speisen? Gewiss, unsere Urvorfahren haben mit stolzer Brust ihrem Rudel den selbsterlegten Bison präsentiert – die ein oder andere Höhlenmalerei erlegter Tiere belegt das. Aber das Wandgemälde wurde sicherlich nicht vor dem Essen angefertigt, und das erlegte Tier wurde auch nicht mühevoll drapiert und inszeniert. Es scheint also einen Ruf nach Aufmerksamkeit in unserer globalisierten Welt zu geben.

Inzwischen erreichen Beiträge auf Instagram mit dem Hashtag #food, #foodporn und #foodstagram Verlinkungen in Millionenhöhe. Tutorials, die zeigen, wie man das stilvoll inszenierte Mahl am Besten belichtet und in Szene setzt, bekommt man mittlerweile von mehreren Supermarktgiganten oder Lieferdiensten gratis unter die Nase gerieben. Ob man es glaubt oder nicht – in New York besteht sogar die Möglichkeit, einen Kurs zum Thema »professionell Essen fotografieren« an einer der prominentesten Kochschulen zu besuchen.[1]

Essen hat mit Genuss zu tun. Wieso müssen wir dann warten, bis Millionen andere Menschen da draußen das Kunstwerk gesehen haben, bevor wir selbst zugreifen dürfen? Brauchen wir jetzt auch schon bei dem Grundbedürfnis der Nahrungsaufnahme Bestätigung und Lob? Ist ein Gespräch mit unserem menschlichen Gegenüber aus Fleisch und Blut plötzlich weniger wert als das Schmeicheln unseres Smartphones und das Ergötzen über jedes einzelne Like?

Dabei sollten wir uns eigentlich daran erfreuen, dass wir noch soziale Kontakte außerhalb der Social-Media-Welt besitzen. In diesem Sinne: Das Auge gerne mal vom Smartphone und vom kunstvoll inszenierten Mahl heben, um sein Gegenüber anzulächeln. Denn das Auge kann mehr als bloß mitessen.

»Sprache für die Form«, Doppelausgabe Nr. 14 und 15, Herbst 2019

Von Nadine Rupprecht

»Entschuldigung, könnten Sie bitte ein Foto von uns machen?« – diese Frage hört man immer seltener, denn stattdessen greifen Freizeitfotografen heute emaziptiert zum Selfie-Stick.

Nach seiner Erfindung und Markteinführung unter dem Namen »Quikpod« wurde der Selfie-Stick 2014 im Time Magazine unter die 25 besten Erfindungen des Jahres gewählt.[1] Ebenfalls 2014 schossen die Google-Suchanfragen nach dem Suchbegriff »Selfie-Stick« weltweit in die Höhe.[2]

Das spiegelt sich in der Realität wider: Immer öfter sind in der Öffentlichkeit Menschen mit einem Selfie-Stick zu sehen. Das Prinzip dabei ist simpel: Der Selfie-Stick ist ein ausfahrbarer Teleskopstab, an dessen einem Ende sich ein gummierter Griff, am anderen Ende eine Halterung für Smartphones befindet. Der Stab wird zu einem verlängerten Arm und erlaubt dabei einen höheren Winkel und damit andere Perspektiven. Das ermöglicht auch Aufnahmen von mehreren Personen oder das Einbeziehen der Umgebung.

Einen Vorläufer einer solchen Armerweiterung zum Fotografieren präsentierte die Firma »Minolta« schon 1983 mit ihrer patentierten Teleskopverlängerung für Kameras[3] Mittlerweile hat der Teleskopstock jedoch einiges an Raffinesse hinzugewonnen. Der Auslöser der Handkamera kann bei den mittel- und höherpreisigen Modellen beispielsweise mittels Bluetooth oder direkt am Griff des Stabs betätigt werden. Das erspart ein lästiges Einstellen des Selbstauslösers an der Handkamera und ganz nebenbei auch noch das wenige bisschen soziale Interaktion, das nötig gewesen wäre, hätte man einen Passanten um die perfekte Inszenierung bitten müssen. Der Selfie-Stab macht uns unabhängig. Das macht ihn besonders bei Touristen zu einer unverzichtbaren Erweiterung der Ich-Zone. Kaum ein Stadtbummel, in dem man nicht einen Selfie-Stick-Knipser entdeckt und ihn bei seinen zahlreichen »Schnappschüssen« amüsiert beobachten könnte. Kaum eine Innenstadt, in der man sich nicht durch dieses gesponnene Netz aus Teleskopstäben und angestrengt in ihre Smartphones grinsenden Menschen manövrieren müsste.

Die Selfie-Stick-Manie geht mittlerweile so weit, dass sich viele große Museen, Freizeitparks und Sportvereine gezwungen sehen, Maßnahmen zu ergreifen. Das Sicherheitsrisiko sei schlichtweg zu groß. Die Staatlichen Museen Berlin zum Beispiel ordneten den Teleskopstab als »sperrige[n] und scharfkantige[n] Gegenstand« ein, der sowohl Besucher, wie auch Ausstellungsstücke gefährde.[4]

Nadine Rupprecht schloss ihr Bachelorstudium im Kommunikationsdesign an der Kunsthochschule Burg Giebichenstein in Halle an der Saale im Februar 2018 ab. Seit Oktober 2018 lernt sie im Masterstudiengang Kommunikationsdesign der Hochschule für Technik, Wirtschaft und Gestaltung in Konstanz die Facetten der Rhetorik kennen.

[1] <https://www.stern.de/digital/homeentertainment/selfie-stange--wayne-fromm-von-quikpod-ist-der-erfinder-des-selfie-stick-3472316.html>, Stand: 8.7.2019.

[2] <https://trends.google.de/trends/explore?date=all&geo=DE&q=selfie%20stick>, Stand: 8.7.2019.

[3] <https://patents.google.com/patent/US4530580>, Stand: 8.7.2019.

[4] <https://www.monopol-magazin.de/selfie-sticks-vielen-deutschen-museen-verboten-o>, Stand: 8.7.2019.

Das boomende Sich-selbst-Fotografieren ist jedoch keineswegs bloß Ausdruck einer neuen Selbstverliebtheit, sondern vielmehr eine Vergewisserung seiner Selbst, ein Zeichen von Identitätsbewusstsein, ein Herausheben des Individuums aus der Masse. Das Selfie kann als eine zeitgenössische Form der Kommunikation gesehen werden – der Selfie-Stick ist dabei ein hilfreiches Werkzeug hin zur Professionalisierung des Selbstporträts und dem Erhalt der Kontrolle über die Darstellung des Ichs.

Dennoch empfindet mancher diese Flut an meist belanglosen Selbstdarstellungen als befremdlich. Das schamlose, öffentliche Posieren mit dem Selfie-Stick wirkt beinahe so, als sei es irrelevant, welchen Eindruck man in der realen Welt hinterlasse. Viel wichtiger sei die, ohnehin besser kontrollierbare, Inszenierung und Platzierung des Ichs in der virtuellen Welt. Der Selfie-Stick fördert diese Verschiebung von Realität zu Virtualität nicht nur in Bezug auf die Persönlichkeitsdarstellung. Auch die soziale Kommunikation und Interaktion verlagert sich immer weiter in den virtuellen Raum. »Gefällt dir dieses Foto? Kommentar hinzufügen ...«

»Sprache für die Form«, Doppelausgabe Nr. 14 und 15, Herbst 2019

Amsterdamer Stadtszenen

Stefan Schmid war mit dem Skizzenbuch unterwegs

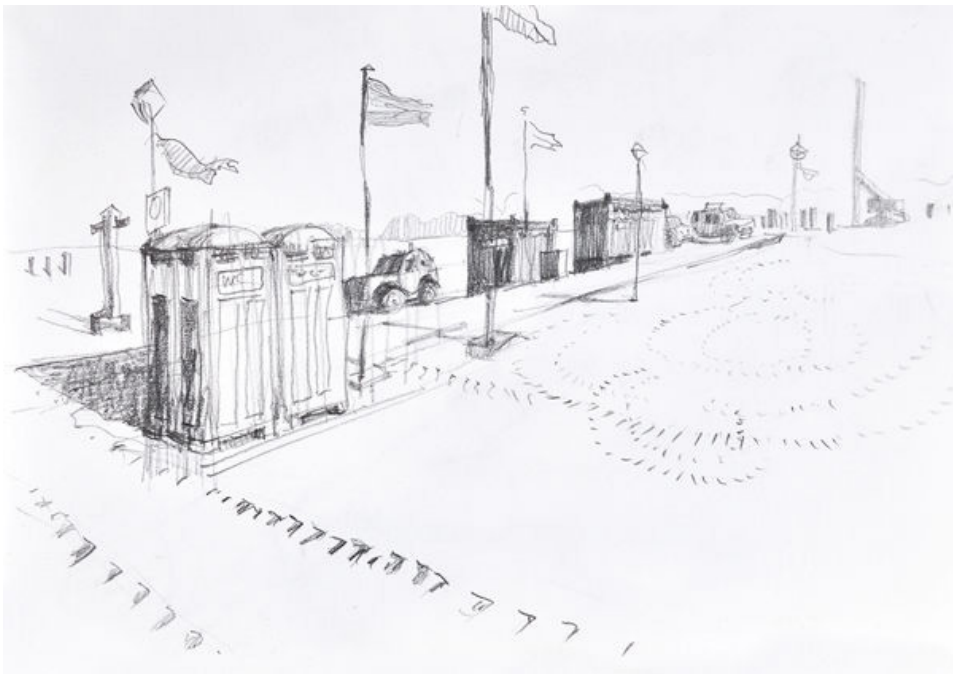
Von Stefan Schmid

Amsterdam – überall Wasser, Brücken, kleine Boote, große Schiffe, 400 Jahre alte schöne Häuser, beeindruckende moderne Architektur, unzählige Radfahrer, noch mehr Touristen, Märkte, Deiche, Schleusen, aufgeschlossene Menschen. Prof. Stefan Schmid aus dem Studiengang Mediapublishing der Hochschule der Medien (HdM) verbrachte sein Forschungssemester an der Hochschule von Amsterdam. Nebenbei war er immer wieder mit einem Skizzenbuch unterwegs, um Szenen dieser Stadt festzuhalten.

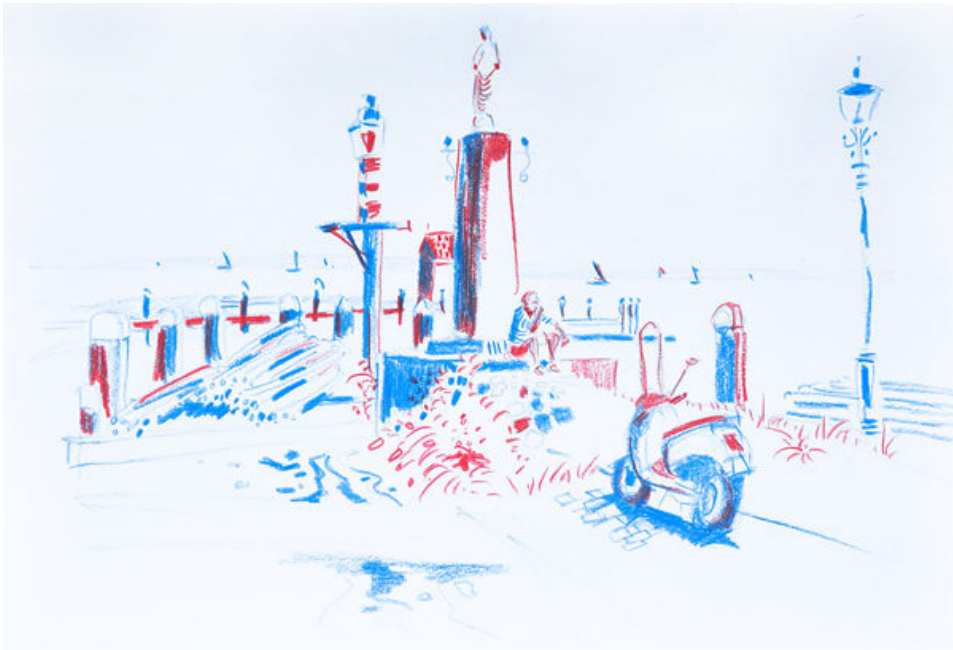
Prof. Stefan Schmid lehrt an der Stuttgarter Hochschule der Medien Design und Gestaltung im Studiengang Mediapublishing. Zudem arbeitet er als Grafik Designer für das Deutsche Literaturarchiv in Marbach sowie für Verlage wie Reclam, Prestel und die Wissenschaftliche Buchgesellschaft.

Die Bleistiftskizzen und Buntstiftzeichnungen zeigen interessante Orte, Situationen oder atmosphärische Eindrücke: Zeichnen als eine Möglichkeit, das Gesehene und Erlebte intensiv kennenzulernen. Eine Auswahl der im Sommer 2019 entstandenen Zeichnungen wurde an der Hochschule der Medien als vergrößerte Drucke ausgestellt.















»Sprache für die Form«, Doppelausgabe Nr. 14 und 15, Herbst 2019

Herausgeber

Prof. Dr. phil. Volker Friedrich (v. i. S. d. P.)
info@designrhetorik.de
Ulmenstraße 9
D-75397 Simmozheim
Telefon +49 7033 138374

Wissenschaftlicher Beirat

Prof. Dipl.-Des. Uwe Göbel
Fachhochschule Bielefeld
Prof. Dr. phil. Ulrich Heinen
Bergische Universität Wuppertal
Prof. em. Dr. phil. habil. Klaus Kornwachs
Brandenburgische Technische Universität Cottbus,
Universität Ulm
Prof. Dr. phil. Arne Scheuermann
Hochschule der Künste Bern
Prof. Dr. phil. Bernd Steinbrink
Fachhochschule Kiel
Prof. Brian Switzer
Hochschule Konstanz
Prof. em. Vilim Vasata †
Universität Essen
Prof. Dr. phil. habil. Francesca Vidal
Universität Koblenz-Landau
Prof. Valentin Wormbs
Hochschule Konstanz

Urheberrechte

Alle Rechte an »Sprache für die Form – Forum für Design und Rhetorik« liegen beim Herausgeber. Die Rechte an den Beiträgen liegen, wenn nicht anders vermerkt, bei deren Autoren.

Haftungsausschluss

Haftungshinweis: Trotz sorgfältiger inhaltlicher Kontrolle übernehmen wir keine Haftung für die Inhalte externer Links. Für den Inhalt der verlinkten Seiten sind ausschließlich deren Betreiber verantwortlich.

Chefredakteur

Prof. Dr. phil. Volker Friedrich

Artdirector

Prof. Brian Switzer

Technische Redaktion der online-Ausgabe

Tobias Bertenbreiter, M. A.

Redaktion

Bettina Schröm, M. A.
Mitarbeit: Studenten des Masterstudiengangs
»Kommunikationsdesign« der Hochschule Konstanz

Gestaltung dieser PDF-Ausgabe

Nadine Rupprecht, M. A.

Seitenkonkordanz

Die Seitenkonkordanz zwischen online- und PDF-Ausgabe wird mit dem Zeichen || visualisiert.