

Zwischen Materialität und Medialität: “Die Sprachen des Materials” #BookReview

Die in den letzten Jahren auch in den designtheoretischen Diskursen zunehmende Auseinandersetzung mit dem Begriff „Agency“ – der in diesem Zusammenhang im Deutschen wohl am ehesten mit „Handlungsmacht“ übersetzt werden kann – hat nicht nur die Wirkungskraft von Subjekten, sondern insbesondere auch die von Dingen, kulturellen Artefakten oder technischen Strukturen im Blick.

Für Teilbereiche der gestalterischen Disziplinen hat sich hierbei zusätzlich ein spezieller Fokus auf die Handlungsmacht von Werk- und Rohstoffen – der „Material Agency“ – herausgebildet. Materialien erzählen demnach nicht nur Geschichten und tragen maßgeblich zur Aussagekraft von Produkten (sowie ohnehin zu deren Markenbotschaften und Legendenbildung) bei, sondern ihnen wird eine „aktive Kraft im Entwurfsprozess“ beigemessen.

In den Kulturwissenschaften wird dieser Diskurs längst als „Material Turn“ oder „New Materialism“ verhandelt, indem die Eigendynamiken von Materialien und Materien postuliert, und neue Akteure in den Beziehungen von Kultur und Natur identifiziert werden. Stets im Blick dabei: Die Überlegung, inwiefern auch Dinge „eine Form von Lebendigkeit für sich beanspruchen können“. (Weltzien, 230) Das solche Deutungsweisen zeitlich einher gehen mit den technischen Entwicklungen im Bereich von „Smart Materials“, also Werkstoffen, die die Fähigkeiten besitzen, aus sich selbst heraus auf Umweltbedingungen zu reagieren (Vgl. Julia Wolf, 167), kommt nicht von ungefähr. Denn, ohne den Intelligenzbegriff an dieser Stelle überstrapazieren oder gar final klären zu wollen, impliziert die begriffliche Verwendung „intelligenter Materialien“ zwangsläufig auch eine, material-immanente, eigenständige Form der Kategorisierung, Einordnung, Bewertung und Entscheidungsfähigkeit – und somit auch eine Form von Intelligenz der Werkstoffe.

In ihrem jüngsten Sammelband zu den Narrativen des Materials behandeln Friedrich Weltzien und Martin Scholz den zugebenermaßen weiten Kosmos der Materialfragen im Gestaltungskontext, indem sie den Fokus auf die kommunikativen Potenziale des Materials, sowie auf dessen unterschiedliche Formen der Narration richten.

Gerade im Zuge der Digitalisierung kommt es etwa zu einer Vermischung der Rollenverhältnisse: Zum einen steht das Digitale für eine weitgehende Abkehr des körperlich-materiellen, zum anderen erscheint sie – gerade in Form des „Internets der Dinge“ – als Allegorie dafür, wie sich Produkte und Umwelt heute zunehmend vernetzen. Hieraus leitet sich wiederum ein gegenseitiger Veränderungsprozess ab. So stellt Stefan Wölwer fest, dass sich einerseits die Materialien dieser Produkte verändern, wenn sie mit Digitalität aufgeladen werden, sowie andererseits, etwa über haptische Schnittstellen, auch Bits und Bytes einer steten Beeinflussung unterliegen. Materialien sind somit gerade auch im Interaction Design relevante Parameter, die es zu gestalten gilt. (Vgl. Wölwer, 85ff) Die körperliche Bedingtheit des menschlichen Aktions-Spektrums kann dabei freilich nicht isoliert, sondern muss stets in Auseinandersetzung mit anderen Dingen, Körpern, Techniken und eben auch Materialien passieren. „Eine angemessene Wirklichkeitserfahrung des Menschen besteht [somit] immer aus beiden Welten, der körperlichen und der virtuellen“. (Scholz/Weltzien, 11) Letztlich ist genau dies, woraus Design als soziale Praxis erst einen Sinn erfährt: nämlich, dass es „über Wahrnehmbarkeit, also Material, einem Sachverhalt eine Bedeutung zuschreibt“. (ebd.)

Womöglich ließe sich hier gar von einem „Material der Dinge“ (Wölwer) sprechen, wenn davon ausgegangen werden muss, dass mit der zunehmenden digitalen Vernetzung auch eine Transformation der physischen Materialien sowie deren Eigenschaften einhergeht. (Ebd. 96) Patrick Rupert-Kruse wirft in diesem Zusammenhang die Assoziation einer „technologischen Materialität der Medien“ in den Ring (Rupert-Kruse, 100). Womit wir bereits mittendrin wären, in einer Diskussion um die komplexen Handlungsspielräume im medialen bzw. digitalen Kontext. Es sind dies mit die spannendsten Stellen des Sammelbandes, an denen vorsichtig mitgeschraubt wird, an einem neuen, nicht nur medientheoretischen Paradigma eines „Digital Materialism“.

Tom Bieling, März 2017



Friedrich Weltzien / Martin Scholz (Hg.)

Sprachen des Materials

360 Seiten; 49,00 €, Reimer Verlag,

ISBN 978-3-496-01560-4

© 2017: Tom Bieling, DESIGNABILITIES Design Research Journal (ISSN 2511-6264)

Authors retain the rights to their articles, which are published by DESIGNABILITIES Design Research Journal with their permission. Any use of these materials provide proper citation to the author and DESIGNABILITIES | www.designabilities.org

Citation Information:

Bieling, Tom (2017): Zwischen Materialität und Medialität. Rezension zu: Weltzien, Friedrich / Scholz, Martin (Hg.): Die Sprachen des Materials. Reimer 2016. In: DESIGNABILITIES Design Research Journal, (3) 2017. <https://designabilities.wordpress.com/2020/03/17/sprachen-des-materials>. ISSN 2511-6274