

Linguistik und Gestaltung – Zur Sprache des Designs und dem Design der Sprache

Tom Bieling



Wenn in kulturtheoretischen Diskursen von Bezugsebenen der Sprache zum Design die Rede ist, so geschieht dies häufig im Hinblick auf Aspekte der »Produktsprache«. Dass Dinge an sich nicht sprechen und dennoch viel zu sagen haben, wird spätestens klar, wenn man über Bedeutungszuweisungen und Interaktionsformen nachdenkt. Prinzipien und Phänomene der visuellen und materiellen Kultur rücken seit einigen Jahren verstärkt in den Fokus geisteswissenschaftlicher Auseinandersetzungen („iconic turn“, „material turn“, „semantic turn“). Und mit ihnen die Frage, inwiefern Wissen in kulturell geschaffenen und distribuierten Artefakten wirkt, kommuniziert wird und dechiffriert werden kann.

Das gesteigerte Interesse an der »Sprache der Dinge« bezieht sich nicht zuletzt auf Perspektiven der Materialität von Kultur im Zusammenhang gesellschaftlicher Zustände und Entwicklungen. Und liefert Impulse zu der Frage, was Dinge und Objekte über eine Gesellschaft (und ihre Genese) verraten, in der sie entstehen. Die Beschäftigung mit dem Zeichen- und Mediencharakter von gestalteten Dingen und Produkten beinhaltet auch, dass Designgeschichte nicht zwangsläufig (nur) ein Fach des Designs ist, sondern dass Designgegenstände als Quelle für Geschichtsschreibung genutzt werden können (und sollten). Was kann man aus einem Designgegenstand erfahren, z.B. über die Zeit, in der er entstanden ist? Was waren Dinge, die der Designer als selbstverständlich vorausgesetzt hat – bei sich selber oder beim Nutzer/Betrachter? Was waren Dinge, die er (an seine Zeit, an seine Zeitgenossen) ausdrücken und vermitteln wollte? Was lernen wir dadurch über die jeweilige Vorstellungswelt? Wie können wir Designprodukte als (Speicher-) Medien begreifen? Wie kann dies dazu dienen, sie für eine Kultur- und Sozialgeschichte fruchtbar zu machen? Fragen wie diese verdeutlichen, dass Design als eine andere Quelle, eine andere Form der Erschließung genutzt werden kann, als beispielsweise historische Akten (die ihrerseits ja wiederum ganz unterschiedliche Gründe haben, wie und weshalb wir sie heute auffinden). Designgeschichte hat demnach eng mit beidem zu tun: Mit Design *und* mit Geschichte. Insbesondere aber mit Kommunikation und eigenen, vielleicht eigenartigen Sprachformen.

Wenn also Dinge als Indikatoren verstanden werden, die über das Objekt selbst hinausweisen, dann impliziert dies, dass sie eine „Sprache sprechen“, die es wiederum zu dechiffrieren gilt. Der Wissenschaftsrat (2011) verweist in diesem Zusammenhang auf die „Aura“, den Überschuss, den die Dinge in sich tragen: *„Die Anreicherung der sichtbaren Beschaffenheit des Objekts mit Wissen über seine nicht sichtbaren Eigenschaften, die Verbindung inhärenter und externer Attribute, führen zu einem erheblichen Bedeutungszuwachs. Ein Objekt ist durch diese angelagerten Eigenschaften nicht nur ein Faszinosum, sondern es kann die Bedeutung eines Kulturguts erlangen, der Selbstvergewisserung und Identitätsbildung in der Gesellschaft dienen, als materielles Zeugnis fungieren, es vermag Antworten zu geben auf verschiedenste Fragen und es kann zu weitergehenden Fragen anregen.“* (Wissenschaftsrat 2011)

Hierbei kann es nur schwerlich um eine Kommunikation im dialogischen Sinne gehen. Zumindest wenn es um statische, nicht interaktive Artefakte geht, die zwar „sprechen“ mögen, doch nur bedingt „antworten“ können. Gleichwohl: Ansätze zu möglichen Untersuchungsformen greifen bevorzugt auf semiotische

(zeichentheoretische) oder linguistische Prämissen zurück,¹ die davon ausgehen, dass dem „visuell wahrgenommenen objektiven Äußeren der Dinge ein ‚lesbarer‘ Code unterlegt“ ist (Stehr 2009). Im Unterschied zur verbalsprachlichen Prinzipien und den für sie charakteristischen linearen Zeichenfolgen, wohnt dem Artefakt häufig eine „präsentative Logik“ inne: *„Designobjekte stellen sich unmittelbar dar, d.h. unsere visuelle Wahrnehmung registriert das materielle Ding ähnlich einem zweidimensionalen Bild, das ebenfalls ohne Umwege über das repräsentierende, also stellvertretende Bildzeichen, funktioniert. Wörter mit ihren Buchstaben bezeichnen dagegen immer etwas anderes, für das sie stellvertretend gebraucht werden.“* (ebd.)

Zudem üben gestaltete Gegenstände und Lebenswelten eine Vielzahl weiterer intentionaler und nicht-intentionaler, konstitutiver Rollenfunktionen aus. Und dies gleichermaßen im Kontext der Mensch-Artefakt-Beziehung, als auch der (artefaktisch vermittelten) Mensch-Mensch-Beziehung. Seit jeher spielen Dinge (mitunter zentrale) Rollen innerhalb sozialer Zusammenhänge und gesellschaftlicher Prozesse. Geht man davon aus, dass es beim Design insbesondere auch um die Frage geht, welche Form von Beziehungen zwischen Menschen hergestellt werden, so ließe sich Design als eine nicht unerhebliche Ebene von Politik begreifen. Inwiefern Artefakte politische Gegenstände sein können, wird vielleicht am ehesten deutlich, wenn man sich vor Augen hält, dass gestaltete Gegenstände (darüber) bestimmen können, was für Beziehungen wir zum Gegenstand oder zueinander haben.²

Produkte als Medien

Sind Produkte lediglich Formate des Konsums? Ein „Medium des Scheins“ wie Wolfgang Fritz Haug (1971) es in seiner Kritik der Warenästhetik benennt? Mitnichten! Die Geschichte der Produkt- und Markenkommunikation des 20. Jahrhunderts hat gezeigt, wie sehr es sich bei Produkten in zunehmendem Maße um Formate sozialer Kommunikation handelt (vgl. Gries 2008). Das gilt umso mehr, wenn alltägliche Konsumprodukte uns inzwischen womöglich sogar stärker als andere Massenmedien prägen (Ullrich 2013). Das hat auch mit der veränderten Rolle der „Konsumenten“ zu tun. Die ihnen zur Verfügung stehenden Bildplattformen (Instagram, Youtube, Flickr, Tumblr) und sozialen Netzwerke

¹ Vgl. etwa die Zeichentheorien von Roland Barthes (1964), Nelson Goodman (1995), Umberto Eco (1968) und Ferdinand de Saussure (1967).

² Vgl. hierzu die Diskurse der Dingsoziologie, der Actor-Network-Theory oder des New Materialism.

wie Facebook und Twitter tragen mit dazu bei, dass die öffentliche Kommunikation von Konsumprodukten längst nicht mehr allein von Unternehmen und Werbeagenturen bestimmt wird (Bieling 2018).

Objektzuschreibungen und -bedeutungen verändern sich dabei fortlaufend und verweisen auf unterschiedliche, gleichfalls wechselnde gesellschaftliche Denkmuster und Wahrnehmungsimpulse. Um gesellschaftliches Zusammenleben sowohl besser verstehen, als auch gestalten zu können, stellen sich die Symbolik und Sprache der Dinge als aufschlussreiches Untersuchungsfeld dar, dem sich die Designforschung interdisziplinär widmen kann und muss. Nicht nur zum besseren Verständnis der eigenen Disziplin und Aufgabenbereiche, sondern auch zur – in Korrespondenz mit anderen Geistes-, Kultur-, Sozialwissenschaften und Gestaltungspraktiken geführten – Erschließung alter und neuer Sichtweisen auf historische Parameter, kulturelle Praktiken und Metamorphosen.

Weltkonstruktion durch beschreibungsfunktionale Begriffsunsicherheiten

Denn gerade hier wird die „normative Kraft“ die von Design ausgeht (Bieling 2019a) gleich auf mehreren Ebenen deutlich. Gemeint ist ein bestimmter Einfluss auf (soziales) Verhalten, welches (bewusst oder unbewusst) orientiert ist an bestimmte, ins Objekt „eingeschriebene“ oder durch das Artefakt kommunizierte Rollen-, und Werteverständnisse. Dies impliziert auch, dass sich gestalterisch konstruierte Normvorstellungen im Gegenzug auch gestalterisch dekonstruieren, d.h. verändern, umdenken und kritisch hinterfragen lassen. Zumal durch narrative Formen der Gestaltung – Stichwort: Interrogatives Design.³

Design kann hier also auch Gegenmodelle entwickeln. Was umso notwendiger erscheint, wenn man bestehende Produktwelten auf Prinzipien der (sozialen) Ungleichheit hin untersucht. Etwa solche die auf Dispositionen von Geschlechtlichkeit rekurren, oder auf solche einer wie auch immer definierten gesellschaftlichen Rangordnung. Besonders deutlich wird dies bei Produktwelten, die explizit mit Aspekten wie „Alter“ oder „Behinderung“ assoziiert sind. Aspekte, die häufig erst durch die für sie konzipierten

³ Der Begriff des interrogativen, also „befragenden“ bzw. „hinterfragenden“ Designs steht hier stellvertretend für Ansätze wie dem „Critical Design“, „Speculative Design“, „Design for Debate“ (Dunne/Raby 2014) oder „Design Fiction“ (Sterling 2005) widmen, bei denen es vorrangig darum geht, soziale, kulturelle, technische oder ökonomische Kontroversen und Debatten mit Hilfe von „kritischen“, „spekulativen“ Artefakten zu unterfüttern.

Assistenzsysteme als Problem konstituiert werden, welches es gestalterisch zu beheben gilt (Bieling 2019b).

Besonders deutlich wird auch dies bereits auf der sprachlichen Ebene mit Begriffen wie „Hilfsmittel“ oder „Assistierende Technologie“ (bzw. im Englischen: assistive technology; assistive devices). Denn, wo geholfen und wo assistiert werden muss, scheint offensichtlich ein Problem zu bestehen. Adressaten einer „Unterstützung“ werden somit unweigerlich als „Bedürftige“ konstituiert. Im gleichen Zuge erscheinen sowohl die gestalteten Assistenzmittel, als auch deren Gestalter*innen als Repräsentanten eines Wohltätigkeitsprinzips, welches auch ein Hierarchiegefälle in sich birgt: Wem geholfen werden muss, der steht immer auch in einem Abhängigkeits- und somit einem Machtverhältnis gegenüber demjenigen der hilft bzw. helfen kann.⁴ Die beschreibungsfunktionale Begriffsunsicherheit ist hier gewissermaßen Teil der Komplikation.

Ein weiterer, häufig verwendeter Terminus in dem Zusammenhang ist die, im anglo-amerikanischen weit verbreitete, Bezeichnung des „Design for special needs“. Eine als „Design für spezielle (besondere) Bedürfnisse“ übersetzte Entsprechung ist im deutschen Sprachgebrauch nicht nennenswert existent. Womöglich aus demselben Grund, der auch von Kritikern der englischen Bezeichnung angeführt wird, die den Begriff als zu patronisierend ablehnen. Schwierig ist auch der Begriff „Medical Engineering“, impliziert er doch einen starken Fokus auf technische Aspekte und klammert dabei soziale oder kulturelle Komponenten gänzlich aus.

Design verfügt also nicht nur durch seine gestalterischen Artefakte, sondern auch anhand der der ihm zur Verfügung und zu Grunde liegenden Begrifflichkeiten über das Potenzial, soziale Ungleichheiten entweder festzuschreiben oder aber zu unterminieren.

⁴ Hier könnte man die grundlegende Frage stellen, wo eigentlich die Unterscheidung zwischen einer assistierenden und einer nicht assistierenden Technologie zu ziehen wäre. Sara Hendren trifft in diesem Zusammenhang eine klare Aussage: „All Devices are assistive“ (Hendren 2013) und meint damit, dass ein Großteil aller Geräte und zur Alltagsnutzung intendierten Gegenstände höchstwahrscheinlich dem Ziele dienen, Menschen in ihrem Alltagsleben zu unterstützen. Doch, so Hendren, erst im Zusammenhang mit dem Thema Behinderung bekommen Geräte und Gegenstände diese seltsame Konnotation des Besonderen bzw. des „Special Needs“ (ebd.). Nach dieser Lesart ließe sich zusammenführend formulieren, dass alle „Devices“ zumindest potenziell „assistiv“ sind (z. B. ein Stuhl zum Sitzen, eine Tasse zum Trinken), man sie jedoch lediglich als solche bezeichnet, wenn ein expliziter Behinderungs-, Krankheits- oder Heilungs-Bezug gegeben ist (z. B. eine Krücke zum Abstützen bei Mobilitätseinschränkungen).

Formen der Sprache – Sprachen der Form

Sprache ist somit nicht nur ein Mittel, die Inhalte, Motivationen, Argumente, Ziele und Ergebnisse von Gestaltungsprozessen zu kommunizieren, sondern dient auch dazu Design (und mit ihm: seine gesellschaftlichen und politischen Reichweiten und Konsequenzen) besser zu verstehen und plausibler zu ergründen. Beides erfordert und fördert zugleich, dass wir sorgfältiger, differenzierter, verständiger und verständlicher über (und für) Design sprechen.

Das Vokabular hierfür ist weitreichend, aber nicht ausreichend. Ein Zustand, den Gui Bonsiepe einst als defizitär diagnostizierte und mit der Grundlagenlosigkeit des Designs umschrieb: *„Ein angehender Medizinstudent wird im ersten Jahr seines Studiums mit mehr als 2000 sprachlichen Distinktionen (Anatomie) vertraut gemacht. Ähnlich verfährt ein Jurastudent oder ein Sprachwissenschaftler. Diese Disziplinen beruhen auf rigorosen Diskursen. Damit verglichen ist die Sprache des Designs Stammelsprache“*.⁵ (Bonsiepe 1992, 19)

In den letzten 25 Jahren (nach Bonsiepes Feststellung) hat sich hier – zumal im deutschsprachigen Bereich – manches getan. Dies schließt freilich die fortlaufende Ausformung des erweiterten Designbegriffs mit ein. Im gleichen Zuge bleibt klar, dass etwaige begriffliche Settings unvollständig sind und auch bleiben müssen, als sie lediglich verkürzte, stereotype Auffassungen wiedergeben. Kein terminologischer Zugang, keine begriffliche Deutung, Beschreibung, Erläuterung oder gar Definition wird je unbestritten bleiben. Denn diese – ganz dem Wesen des Designs folgend und nicht zuletzt unterschiedlichen Erklärungsansätzen verpflichtet, transformieren sich permanent (vgl. Erlhoff/Marshall 2007). *„Alles nämlich ist in Bewegung, ist Gegenstand ständiger Beobachtung und des fortwährenden Diskurses. Denn auch dies zeichnet Design aus: Es ist nicht statisch, nicht fixierbar, sondern lebendig, und es realisiert sich im Gebrauch und in den Diskussionen, die über Design geführt werden.“* (ebd., 9)

Gleichwohl stellen die fortdauernden Begriffsbestimmungen den Versuch eines Verständigungsprozesses dar, vermittels dessen ein präziserer Blick auf die Gegenstände und Prozesse des Designs und folglich auf gesellschaftliche

⁵ Bezogen auf die Lage des Designs führt Bonsiepe aus, sie ließe sich mit jener der Chemie vor Lavoisier oder die des Maschinenbaus vor Reuleaux: *„Der fachspezifische Diskurs beschränkt sich auf eine Handvoll von Begriffen – ein alarmierender Stand der Unterentwicklung. Damit kann man keine Berufe festigen, die beanspruchen, das neuralgische Zentrum von Produktion und Kommunikation heutiger Gesellschaften zu treffen.“* (ebd.)

Zusammenhänge vollzogen werden kann, durch die wiederum ein disziplinübergreifendes Verständnis des Designs als dinglich vermittelte und vermittelnde Wissenskultur geschärft werden kann.

Tom Bieling, Januar 2019

QUELLEN

Bieling, Tom (2019a): Inklusion als Entwurf. Teilhabe orientierte Forschung über, für und durch Design. B.I.R.D. – Board of International Research in Design. Birkhäuser: Basel.

Bieling, Tom (2019b): Design and Inclusion. In: Ralf Michel (Ed.): Integrative Design – Design Research Approach to Involvement. B.I.R.D. – Board of International Research in Design. Birkhäuser, Basel.

Bieling, Simon (2018): Konsum zeigen: Die neue Öffentlichkeit von Konsumprodukten. Transcript, Bielefeld.

Bonsiepe, Gui / **Petruschat**, Jörg (1992): Peripherie und Zentrum. In: Jörg Petruschat (2015): Design Talks – Gespräche zu Design Technologie Kultur. Form+Zweck, Berlin.

Dunne, Anthony / **Raby**, Fiona (2014): Speculative Everything – Design, Fiction, and Social Dreaming. MIT Press, Cambridge MA.

Eco, Umberto (1968): Einführung in die Semiotik. Fink, Paderborn. Neuauflage 2002

Eco, Umberto (1977): Zeichen: Einführung in einen Begriff und seine Geschichte. Suhrkamp, Frankfurt a. M.

Eco, Umberto (1987): Semiotik – Entwurf einer Theorie der Zeichen. Fink, München. (Original: A Theory of Semiotics. Bloomington 1976)

Erlhoff, Michael / **Marshall**, Tim (2007): Design Dictionary – Perspectives on Design Terminology. Birkhäuser, Basel.

Goodman, Nelson (1995): Sprachen der Kunst. Entwurf einer Symboltheorie. Suhrkamp, Frankfurt a.M.

Gries, Rainer (2008): Produktkommunikation: Geschichte und Theorie. Utb, Stuttgart.

Haug, Wolfgang Fritz (1971): Kritik der Warenästhetik. Suhrkamp, Frankfurt a. M.

Hendren, Sara (2013): All Technology is Assistive. Six Dispositions for

Designers on Disability, Abler/Medium.

de Saussure, Ferdinand (1967): Grundfragen der allgemeinen Sprachwissenschaft. De Gruyter, Berlin.

Stehr, Werner (2009): Zur Sprache des Design. Designwissen.

Sterling, Bruce (2005): Shaping Things. MIT Press, Cambridge MA.

Ullrich, Wolfgang (2013): Alles nur Konsum: Kritik der warenästhetischen Erziehung. Wagenbach/WAT, Berlin.

Ullrich, Wolfgang / **Bieling**, Tom (2019): Virginität und Potenz – Geschlecht im Kosmos der Warenästhetik. In: Tom Bieling (Hg.) Gender (&) Design – Positionen zur Vergeschlechtlichung in Gestaltungskulturen. Design Meanings, Mimesis, Mailand. 59–65

Wissenschaftsrat (2011): Empfehlungen zu wissenschaftlichen Sammlungen als Forschungsinfrastrukturen. (28. Januar 2011), Berlin

<https://www.wissenschaftsrat.de/download/archiv/10464-11.pdf> [Zugriff: 22.12.2018]

© 2019: 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 (2019): Linguistik und Design – Zur Sprache des Designs und dem Design der Sprache.
In: DESIGNABILITIES Design Research Journal, (01) 2019. <https://wp.me/pxsAV-T1> ISSN 2511-6274