

Heiner Wilharm

Designtheorie und Gestaltungswissenschaften – Eine Konzeptskizze für die Lehre

Design, disegno, diseño - zu deutsch Design. Designermode, Designeruhren, Designernudeln. Automobildesign, Küchendesign, Handschuhdesign. Produktdesign, Kommunikationsdesign, Informationsdesign, Mediendesign. Corporate Design, Computer Aided Design, Intelligent Design...

Trivial zu bemerken: wir leben mit Design, wir leben im Design; wir leben nicht im Urwald, wir leben in einer gestalteten Welt. Wir selbst gewinnen darin Gestalt, Personal Design.

Kein Zweifel, in vielen Fällen sind wir uns des gestaltenden Eingriffs nicht bewusst. Wer war für gelb, als es um die Post ging? Wer zeichnete den Fensterausschnitt der DIN-Ä-5-Kuverts? Wer gab den Ampeln drei farbige Augen aber nur ein Bein?

Eine Formel, sagt Einstein, die nicht schön ist, kann auch nicht richtig sein. Nicht nur Dinge, Gegenstände sind das, was sie sind, durch Gestalt und Gestaltung. Für unser Wissen, die Weisen der Verständigung, die Präsenz der Information gilt dasselbe. Überall Prägung, mittels Zeichen und Medien, überall Design, Gestaltung. Von Ding- und Symbolwelten. Sinnlich erfahrbar und intellektuell, mit Hand und Fuß, Auge und Ohr, Kopf und Bauch. Und, keine Frage, was die Körper der Dinge ausmacht und ihre Haut, was sie erscheinen lässt, ihre Oberflächen und Kanten, ihre Geschichten, das ist das eigentümliche Gemisch aus *disegno* und *relievo*, Zeichnung und Licht, von dem die Maler wissen.

Die Tatsachen der Gestaltung zeigen anwachsende Komplexität. Ausweitung von Einzelnem auf Welten von Objekten und Symbolen, Botschaften und Geschichten, die dem Sinn Gestalt, den Gestalteten Sinn verordnen. Komplexion - und Kontinuität - erweisen sich am Ende als Prinzipien von Design. Verständlich, dass sich bewusste Gestaltung als Gestaltung von Kontexten verstehen muss, von systemischen, vernetzten Zusammenhängen. Zusammenhängen der Zeichen und ihres Verkehrs – Information, Kommunikation. Zusammenhängen von Körpern, die Zeichen tragen und sich austauschen mit der Welt der Objekte, Botschaften. In einer Praxis, die immer wieder neue Form, Gestalt annimmt. In vielen Fällen nicht von selbst – und so gut wie nie in derselben Art. Die einfache Formel der Unternehmensidentität, sollte sie es denn geben, sagt uns: Identität via Gestaltung. Corporate Identity via Corporate Design. Nicht der Chef macht die Identität, nicht die Angestellten machen sie; weder das Verwaltungsgebäude noch die Produktionshallen, weder das Firmenlogo noch die Visitenkarten, weder die Bilanz noch das Anlagevermögen. Obwohl jedes dieser Momente Momente von Identität verkörpern mag - das eine mehr, das andere weniger - , ersichtlich ist, dass die Gestaltung wie die Gestalt der Identität nur den lebendigen Kon-Text, seine Form, seine Darstellung und Inszenierung meinen kann. Gestalt ist mithin lebendige Gestalt in tausenderlei Varianten von Performanz, ganz bewusster und professioneller Inszenierung sogar, wo solche Gestaltung bestimmte Ereignisse, Räume und Diskurse - Stücke, Bühnen und Rollen - aufeinander abstimmt.

Design, mithin, betrifft den Körper der Objekte wie ihren Geist, betrifft uns, die wir in diese Welt der Objekte eingemischt sind, betrifft ihre und unsere Informiertheit, ihre und unsere Kommunikation, unser gemeinsames Leben, ihre und unsere Präsenz und Aktivität in den Formen variantenreicher Inszenierung und Selbstinszenierung. Design betrifft den, der es macht und den, der es nutzt. Design betrifft das Medium, den Austausch zwischen Objekt und Subjekt, den Verkehr zwischen Produzenten, Produkten, Konsumenten, betrifft die

Kommunikation. Design betrifft die Gestalt der Umwelt. Einer Umwelt, in der wir vorkommen; wenn möglich, gerne vorkommen, weil uns die Szenografien designerischen Gestaltung nicht von den gewöhnlichen Inszenierungen unseres Alltags entfremden. Dies akzeptiert, hat Design ein menschliches Mass. Soll es Berufspolitikern oder Verwaltungsleuten, Technikfreaks oder Dekorateurs überlassen werden?

Ein weiter, ein exklusiver Designbegriff? In der Tat! Vorbehalten vielleicht, in dieser Art, dem Ort der Lehre und des Studiums, jedenfalls dem Experiment. Die Opposition zur Kunst akzeptiert er nicht. Er kennt die Arbeit der Ästhetik an jeder Darstellung, an jeder Formgebung, und er weiß das Vorbild der Kunst zu schätzen. Zugleich unterstellt er Zwecke. Er verträgt sich mit ökonomischen Maßgaben, auch wenn es soziale und kommunikative, humane Zwecke sind, die ihn inspirieren.

Design- oder Gestaltungstheorie, die solches Designverständnis nährt, versteht sich mithin als Disziplin einer allgemeinen Verkehrswissenschaft, die hilft bei der Navigation im Raum unserer Darstellungen, in der Welt unserer Einrichtungen und unserer Praxis.

Wessen Unterstützung sie gut brauchen kann, um zu einer eigenen Sprache zu finden, liegt auf der Hand. Sie braucht den Blick für die Form und ihre Wandlungen, den Blick der Ästhetik und der Geschichte, die Einsichten der Kunst- und Designgeschichte, der Technik- und Wirtschaftsgeschichte, der Kultur- und Sozialgeschichte, die Erkenntnisse ihrer Theorien und Methoden; sie braucht die Vorstellungen des Raums, schätzt Geometrie und Topologie; sie braucht Verständnis für die Prozesse der Verständigung und Einsicht in die Struktur der Codes und der Medien; sie braucht Wissen über Texte, Bilder und Zeichen und über das Wesen der Information. Sie kennt die Traditionen der Inszenierung und die Konzepte szenografischer Gestaltung inszenierender Wirklichkeiten. Was die Designtheorie als eine Disziplin weiter fassender Gestaltungswissenschaften zu fragen und zu sagen hat, sagt und fragt sie zum einen mit Blick auf die Wissenschaften, zum anderen mit Interesse für die Produktion in Handwerk und Industrie, Technik und Kunst; seien es dreidimensionale Artefakte - wie im Industrie- und Produktdesign, in den „Künsten“, auch in den schönen. - Seien es Texte - wie in der Literatur; seien es visuelle Zeichensysteme - wie in der Malerei, der Photographie, seien es semiotische Hybridformen wie beim Theater, beim Film, in den performativen Künsten. Gut beraten glaubt sich die Gestaltungstheorie, die mir vorschwebt, von einer semiotischen Logik der Darstellung und einer kultursemiotischen Analyse. Dieses Interesse lenkt auf das Universum und die verschwisterten Reiche der Zeichen, die vielfältigen Tatsachen der Kommunikation, der Entfaltung in den Dispositiven praktischen Umgangs und zweckfreier Beschäftigung. Die Analyse wäre zufrieden, wenn sie bestimmte Effekte der Akzeptanz von Gestaltung verstünde und ihre Verständnis verständlich machen könnte. Ihr Anspruch ist bescheiden. Es geht um den Versuch, ein wenig Ordnung zu erkennen und zu organisieren. Mit Sympathie für den grossen Peirce und einige andere Autoritäten, mit denen wir hier nicht hausieren wollen. Für unser Teil mit einem kritischem Blick auf die Praxis des Design und der Gestaltung. Und auch auf ihre Theorie, sollte sie sich zeigen...

Das alles soll passieren in Vorlesungen und Seminaren, die den Blickweiten und schärfen - und in Projekten und Übungen, die die Anwendung proben und Spass machen. Es sind Angebote für Designerinnen und Designer, Kommunikations- und Mediengestalter, die eine Hochschulausbildung wollen.

Wer nicht denkt, fliegt raus, sagt Beuys; aus sich selbst.