

Zum Design(begriff) der Netzwerkgesellschaft: Design als zentrales Element der Identitätsformation in Netzwerken

Häußling, Roger

Veröffentlichungsversion / Published Version

Sammelwerksbeitrag / collection article

Zur Verfügung gestellt in Kooperation mit / provided in cooperation with:

SSG Sozialwissenschaften, USB Köln

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Häußling, R. (2010). Zum Design(begriff) der Netzwerkgesellschaft: Design als zentrales Element der Identitätsformation in Netzwerken. In J. Fuhse, & S. Mützel (Hrsg.), *Relationale Soziologie : zur kulturellen Wende der Netzwerkforschung* (S. 137-162). Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwiss. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-349557>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use:

This document is made available under Deposit Licence (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual and limited right to using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All of the copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the above-stated conditions of use.

Jan Fuhse
Sophie Mützel (Hrsg.)

Relationale Soziologie

Zur kulturellen Wende
der Netzwerkforschung



VS Verlag für Sozialwissenschaften

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der
Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über
<<http://dnb.d-nb.de>> abrufbar.

1. Auflage 2010

Alle Rechte vorbehalten

© VS Verlag für Sozialwissenschaften | Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH 2010

Lektorat: Frank Engelhardt

VS Verlag für Sozialwissenschaften ist eine Marke von Springer Fachmedien.

Springer Fachmedien ist Teil der Fachverlagsgruppe Springer Science+Business Media.

www.vs-verlag.de



Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlags unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Umschlaggestaltung: KünkelLopka Medienentwicklung, Heidelberg

Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier

Printed in Germany

ISBN 978-3-531-16772-5

VS Verlag für Sozialwissenschaften

Inhalt

Einleitung: Zur relationalen Soziologie. Grundgedanken, Entwicklungslinien und transatlantische Brückenschläge	7
<i>Sophie Mützel/Jan Fuhse</i>	
Dualities of Culture and Structure: Seeing Through Cultural Holes	37
<i>Ronald L. Breiger</i>	
Kulturelle Netzwerke. Zu einer relationalen Soziologie symbolischer Formen	49
<i>Stephan Fuchs</i>	
Grenzen und Relationen	69
<i>Athanasios Karafillidis</i>	
Von der Beziehung zum System – und zurück? Relationale Soziologie und Systemtheorie	97
<i>Boris Holzer</i>	
Wie entstehen große soziale Strukturen?	117
<i>John Levi Martin/Monica Lee</i>	
Zum Design(begriff) der Netzwerkgesellschaft. Design als zentrales Element der Identitätsformation in Netzwerken	137
<i>Roger Hänßling</i>	
Qualitätskonstruktion und Marktstrukturen. Ein Vergleich der Économie des conventions mit dem Marktmodell von Harrison White	163
<i>Rainer Diaz-Bone</i>	
Zu einer relationalen Ungleichheitssoziologie	179
<i>Jan Fuhse</i>	

Strukturbildung durch Begrenzungen und Wettbewerb	207
<i>Christian Stegbauer</i>	
Handeln im Netzwerk: Zur Problemstellung der Soziologie	233
<i>Dirk Baecker</i>	
Relational Ontology. Being and Order out of Heidegger's Socioontology	257
<i>Patrik Aspers</i>	
Relational Language: The Example of Changes in Business Talk	273
<i>Harrison C. White/Frédéric C. Godart</i>	
Zu den Autoren	291

Zum Design(begriff) der Netzwerkgesellschaft

Design als zentrales Element der Identitätsformation in Netzwerken

Roger Häußling

1. Vorüberlegungen zu einem noch zu erarbeitenden Grundbegriff relationaler Soziologie

Damit sich eine Identität (menschlicher Akteur, Gruppe, Organisation etc.) relativ stabil in einem sozialen Netzwerk formieren kann, muss es ihr nach White (1992, 2008) gelingen, die vom Umfeld lancierten Einflussnahmen zu kontrollieren. Derartige geglückte „Kontrollprojekte“ bilden dann ihrerseits Einflussnahmen auf die Identitäten des Umfelds. Das heißt, die Formation einer Identität hängt maßgeblich davon ab, dass die Kontrollprojekte auch im betreffenden Umfeld tatsächlich greifen, von den dort befindlichen Identitäten als legitime oder zumindest hinzunehmende Einflussnahme akzeptiert werden. Dies wirft zentral die Frage nach der Gestaltung dieser Kontrollprojekte auf. Dabei stellt sich als besondere Herausforderung, dass Netzwerke nicht wie Systeme ein selbstinstanziiertes „Reinheitsgebot“ besitzen, was ihre Elemente anlangt. Man denke an Netzwerke, die sich von vornherein durch die Zusammensetzung von heterogenen Akteuren auszeichnen – wie zum Beispiel Policy-Netzwerke, bestehend aus politischen, wirtschaftlichen, wissenschaftlichen Akteuren und ggf. noch aus NGOs beziehungsweise sozialen Bewegungen (z. B. Jansen/Schubert 1995: 10 f.). Aber nicht nur die Knoten, sondern auch die Kanten können Heterogenität aufweisen – man denke an multiplexe Netzwerke, in denen Zuneigung, wirtschaftliche Unterstützung, Freizeitaktivitäten und anderes mehr miteinander geteilt werden.

Positiv formuliert kann ein Konstitutiv von Netzwerken ihre Heterogenität sein. Doch wie kann dann Heterogenes füreinander anschlussfähig gemacht werden im Sinne von wechselseitig sich austarierenden Kontrollprojekten? Die Schlagkraft von Systemen resultiert ja nicht zuletzt aus ihrer Homogenität, was ihre „Elemente“, genauer ihre Anschlussoperationen, anlangt. Netzwerke stellen in dieser Hinsicht ein völlig anderes Koordinationsgebilde dar.

Doch damit nicht genug: Soziale Netzwerke sind eingebettet in Nichtsoziales, von dem sie mitgeprägt werden. Dies hat bereits Georg Simmel auf den Punkt gebracht¹: „Die Art des Vergesellschaftet-Seins ist bestimmt oder mitbestimmt durch die Art sei-

1 Im Folgenden werden immer wieder Bezüge zu Simmel hergestellt, da sich bei ihm viele Gedanken aktueller Netzwerktheorie bereits prototypisch wiederfinden lassen (vgl. auch Breiger 1990).

nes Nicht-Vergesellschaftet-Seins“ (Simmel 1992: 51).² Das Soziale kann sich demgemäß nur dauerhaft konstituieren, wenn es Kontrollprojekte auch in Richtung des Nichtsozialen betreibt, wie umgekehrt das Nichtsoziale in einem gewissen Sinne auch das Soziale kontrolliert. Zu denken wäre hier an Großtechnologien, wie das Elektrizitätsnetz oder Datennetze, von denen sich die Gesellschaft abhängig gemacht hat, aber auch im Kleinen an spezifische Gefühlslagen – also innerpsychische Dispositionen –, die eine Interaktion dominieren können.

Aus einer relationalen Perspektive ist also die Hoffnung hinfällig, fein säuberlich zwischen Sozialem und Nichtsozialem in dem Sinne trennen zu können, dass nur Soziales Soziales erzeuge und man nur auf Soziales rekurrieren müsse, um Soziales zu erklären. Dies ist im Übrigen auch eine zentrale Übereinstimmung der genannten relationalen Theorien mit der Actor-Network-Theory (im Folgenden kurz: ANT). Umso brisanter wird dann die oben gestellte Frage, wie heterogene Identitäten sich wechselseitig durch Kontrollprojekte beeinflussen und somit Eigenes an Nichteigenes, das ganz anderen Prinzipien folgen kann, ankoppeln können.

Zur Beantwortung dieser Frage wird der Designbegriff eine entscheidende Rolle spielen. Ihn herauszuarbeiten, wird das zentrale Anliegen des Beitrags sein. Der Designbegriff liefert auch eine Erklärung, wie sich Identitäten in einem mehr oder weniger turbulenten Umfeld relativ dauerhaft bewähren können. Und die Turbulenz, mag man aktuellen Beschreibungen der Gegenwartsgesellschaft Glauben schenken, wächst – und mit ihr die Notwendigkeit, derartig gestaltete Einflussnahmen zu lancieren. Eine prominente Beschreibung ist diejenige der „next society“. Im nächsten Abschnitt sollen deshalb die diesbezüglichen Ausführungen von Dirk Baecker vorgestellt werden, der entgegen der Mainstream-Soziologie einen mit dem Begriff der „next society“ in Bezug stehenden soziologischen Designbegriff zur Anwendung bringt. Im darauf folgenden Abschnitt 3 wird dann das eigene relationale Designkonzept vorgestellt, das einen Designbegriff auf Basis einer zunächst vorgenommenen Konzentration auf Designphänomene im engeren Sinn gewinnt, also auf Gestaltungsprozesse von Designern. Ein besonderes Augenmerk wird dabei darauf gelegt, dass dieser Designbegriff auch als eine gangbare Alternative zum Übersetzungsbegriff der ANT fungiert. Eine weitere These (vgl. Abschnitt 3.4) hebt darauf ab, dass Design nicht nur zur Identitätsbildung von Akteuren beiträgt, sondern auch zur Konstituierung ganzer Milieus und Kulturen. Insofern vermittelt der Designbegriff zwischen sozialen Mikro- und Makrophänomenen. Im abschließenden 4. Abschnitt wird eine Ausweitung des Designkonzepts vorgeschlagen, das alle gestalterischen Aspekte der Identitätsformation, die sich in sozialen Netzwerken beobachten lassen, erfassen soll. Der Transmissionsriemen dafür stellt eine aktuelle Debatte einer Ausweitung des Betätigungsfeldes der Designer dar, die bereits weit über die Designprofession hinaus wirkt: Die Debatte über *design thinking*. Design thinking kann – so meine These – als die Grammatik vielversprechender Kontrollprojekte in der „next society“ aufgefasst werden.

2 Ähnlich sieht White (1992: 24) das Soziale eingebettet in Nichtsoziales und von diesem tangiert.

2. Gesellschaft und Design³ – Dirk Baeckers Gedanken zur „next society“ und zum Design

In seinem Buch „Studien zur nächsten Gesellschaft“ (2007) skizziert Dirk Baecker eine sich abzeichnende neue Gesellschaft, die jenseits hierarchischer oder funktionaler Ordnungsprinzipien aufgebaut ist, da sie sich zunehmend durch Netzwerke leiten lässt. Die Bezeichnung „next society“ selbst geht auf Peter F. Drucker (2002) zurück. Baecker postuliert kommunikationsmediendeterministisch: „Die Einführung der Sprache konstituierte die Stammesgesellschaft, die Einführung der Schrift die antike Hochkultur, die Einführung des Buchdrucks die moderne Gesellschaft und die Einführung des Computers die nächste Gesellschaft.“ (Baecker 2007: 7) Dabei erzeuge jedes neue Verbreitungsmedium „überschüssige Möglichkeiten der Kommunikation“, denen die bisherigen gesellschaftlichen Strukturen nicht gewachsen sind. Baecker spricht deshalb in Bezug auf das neue Verbreitungsmedium von einem Attraktor der gesellschaftlichen Entwicklung. Die dabei neu entstehenden Struktur- und Kulturformen sind entsprechend Erweiterungen, welche die hinzugewonnenen Möglichkeiten produktiv auffangen.

Bei der „nächsten Gesellschaft“ verschwimmen nun – so Baecker – die Grenzen gesellschaftlicher Teilbereiche und machen einer „Temporalordnung“ Platz, in der heterogene Bereiche wechselseitig Eingriffe und Kontrollversuche vornehmen. Beispielsweise versucht die Wirtschaft in das Ausbildungssystem der Hochschulen einzugreifen,

3 Für eine Soziologie des Designs gäbe es vielfältige Bezugsmöglichkeiten, auch wenn eine umfassende soziologische Theorie des Designs bislang nicht vorliegt. Baeckers diesbezügliche Ausführungen stellen m. E. das ambitionierteste Unterfangen bislang dar. Andere Bezüge wären gewesen (ohne Anspruch auf Vollständigkeit): Georg Simmel, der sich mit Aufsätzen wie „Der Henkel“ (Simmel 1996: 278-286) oder „Philosophie der Mode“ (Simmel 1995 [1905]: 7-37) als einer der ersten Soziologen mit Designthemen befasst hat. Man kann ihn als Inaugurator der kleinen Forschungstradition einer Soziologie der Mode bezeichnen, zu der auch René König (1999) und in jüngerer Zeit Elena Esposito (2004) zu rechnen sind. Auch zum Thema der Marke und des Markenvertrauens liegen Studien vor (Hellmann 2003; Karmasin 1998). Nicht zuletzt bei der Soziologie der (technischen) Artefakte lassen sich Anleihen für eine Soziologie des Designs finden, worauf noch eigens eingegangen wird (vgl. Abschnitt 3.2). Schnittmengen lassen sich auch mit einer Reihe von speziellen Soziologien ausmachen, wie zum Beispiel der Konsumsoziologie, der Soziologie des Wohnens und der Architektursoziologie (Schäfers 2003).

Vonseiten der soziologischen Theorie ließen sich Berührungspunkte zum Beispiel bei Alfred Schütz und seinem Konzept objektvermittelter impliziter Beziehungen finden (Schütz/Luckmann 1975: 90 ff.). Auch Erving Goffmans (1997: 23 ff.) Ausstaffierung der Vorderbühne wäre hier zu nennen. Ferner denke man an Norbert Elias (1995: 164 f., 170 f.) und seine Ausführungen zum Gebrauch von Messer und Gabel; ebenso an den Objektbegriff bei Herbert Blumer (1973: 90 ff.).

In der Empirie gibt es einige Forschungsrichtungen, die sich mit Teilaspekten des Designs befasst haben: So wurde in den Laborstudien (Knorr-Cetina 1984, Latour/Woolgar 1979), den „studies of work“ (Lynch/Livingston/Garfinkel 1985) und den „workplace studies“ (Suchman 1987) das Verhältnis von gestalteter Objektwelt und Mensch feingliedrig untersucht. Ferner haben die „cultural studies“ auf den kreativen Aneignungsaspekt von Produkten der Massenkultur abgehoben (Hörning/Winter 1999). Nicht zuletzt wäre auch an die Milieustudien – etwa an die Sinus-Milieus (z. B. Kalka/Allgayer 2006) – zu denken.

religiöse Symbole tauchen im Bereich der Politik auf, die Massenmedien werden von der Politik unterlaufen. Sinnbild dafür ist das Internet, das vorab mehr oder weniger isolierte Bereiche mit einem Netzwerk überzieht, so dass Ereignisse eines Bereichs direkt in andere Bereiche diffundieren und dort Effekte auslösen können. Jedes einzelne Ereignis in dieser neuen Gesellschaftsformation ist dann als ein „nächster Schritt in einem prinzipiell unsicheren Gelände“ (Baecker 2007: 8) definiert. Baecker spricht von einer „ökologischen Ordnung“, in der Nachbarschaftsverhältnisse zwischen heterogenen Bereichen vorherrschen, die weniger in einer prästabilierten Harmonie koexistieren, als vielmehr ein Arrangement von Kontrollprojekten bilden, bei dem – ganz im Sinn von Harrison C. White – jederzeit benachbarte Bereiche auf Kollisionskurs zueinander geraten können (Baecker 2007: 9). Ökologische Ordnung heißt dann auch, dass jeder Bereich in grundlegender Weise von den anderen Bereichen seiner Nachbarschaft abhängig wird.

Identität und Kontrolle sind dabei die entscheidenden Elemente, welche die neue gesellschaftliche Form sozialer Ordnung prägen: Wir haben es „in Wirtschaft und Politik, Wissenschaft und Erziehung, Kunst und Religion und zwischen allen diesen Bereichen mit Netzwerken zu tun [...], in denen Leute, Ideen, Geschichten und Institutionen um ihre Identität kämpfen, indem sie mal sanft, mal rücksichtslos all jene zu kontrollieren versuchen, von denen sie abhängig sind“ (Baecker 2007: 9). Das Netzwerk ist deshalb als Ordnungsgebilde für die „next society“ so prominent, da sich seine Spezifik nicht nur aus den aktuell, sondern aus den potenziell vorliegenden Verknüpfungen ergibt. Damit kann das Netzwerk durch Substitution von Beziehungen, Re- und Neukombination von Verknüpfungen raschen und vor allem unberechenbaren „Gestaltwandel“ realisieren. Insofern kann man die „next society“ auch als „Netzwerkgesellschaft“ (Castells 2001) bezeichnen.⁴

Baecker sieht nun die einzige erfolgversprechende Möglichkeit wirkungsvoller und dauerhafter Einflussnahmen zwischen Heterogenem in der Kopplung des entsprechenden Anliegens an geeignete Designprozesse, die gleichsam die Befolgungsofferte für den zu beeinflussenden Bereich liefern – ganz so, wie das Betätigen von Druckknöpfen an Geräten bestimmte technische Prozeduren auslöst, die für die Nutzer in der Regel uneinsehbar bleiben, obwohl sie ihre volle Wirkung entfalten.

Die sich abzeichnende Netzwerkgesellschaft ist geprägt von derartigen designten Einflussnahmen zwischen heterogenem Sozialen, aber auch zwischen Sozialem und Nicht-Sozialem. Dies macht Baecker an den Erfordernissen von Organisationen in der „next society“ deutlich: Für ihn dreht sich das „Design der ‚nächsten‘ Organisation“ um den Menschen „in seiner einzigartigen Konstitution der Kombination mentaler und

4 In der Tat existiert eine Reihe von Parallelen in der Kennzeichnung der sich abzeichnenden neuen Gesellschaftsformation bei Baecker und Castells: Beide heben sowohl auf die gesteigerte Turbulenz gesellschaftlicher Prozesse ab als auch auf die Überlegenheit des Netzwerks gegenüber anderen Koordinationsgebilden, auf diese adäquat zu reagieren. „Eine auf Netzwerken aufbauende Gesellschaftsstruktur ist ein hochgradig dynamisches, offenes System, das erneuert werden kann, ohne dass das Gleichgewicht in Gefahr geriete.“ (Castells 2001: 529)

sozialer Aufmerksamkeit“ (Baecker 2007: 49 f.). Er greift hierbei auf Karl Weicks und Kathleen M. Sutcliffes (2003) Begriff der „mindfulness“ zurück: Denn nur der Mensch sei in der Lage, in komplexen Situationen Entscheidungen zu treffen, zu lernen, kreative Lösungen zu entwerfen und ein Gespür für Situationen zu besitzen, um nur einige Alleinstellungsmerkmale des Menschen herauszustreichen. In Anspielung an Simmel spitzt Baecker diese Überlegung in der These zu, „dass die Art des Organisiertseins des Individuums als Mitglied eines Netzwerks bestimmt oder mitbestimmt ist durch die Art seines Nicht-Organisiertseins“ (Baecker 2007: 50 f.).

Baecker greift in seiner Kennzeichnung des Designs auf eine in der Designtheorie übliche Charakterisierung des Designs als Schnittstelle zurück (z.B. Bonsiepe 1996):⁵

„Man wird das Design als Praxis des Nichtwissens auf unterschiedlichste Interfaces hin lesen können, aber dominierend sind wahrscheinlich die Schnittstellen zwischen Technik, Körper, Psyche und Kommunikation. Wenn man diese ‚Welten‘, die jeweils von einem mehr oder minder elaborierten Wissen beschrieben werden, miteinander in Differenz setzt, verschwindet dieses Wissen und macht Experimenten Platz, die die Experimente des Designs sind. Das gilt für alle Konstellationen, [...] gleichgültig, ob die Kommunikation sich qua Schrift der psychischen Wahrnehmung bedient, die Psyche [...] über die Visualisierung von Schaltbildern ein Verständnis der Technik sucht, die Technik eine Ergonomie verordnet bekommt, die dem Körper angemessen ist, oder der Körper eine Gestalt bekommt, mit der er sich kommunizieren kann“ (Baecker 2002: 155).

5 Dieses vermeintliche Einvernehmen darf allerdings nicht darüber hinwegtäuschen, dass Design generell einen unpräzisen Begriff darstellt. Nicht nur, dass er heutzutage zum Modewort geworden ist – was sich selbst im Wissenschaftsbereich bemerkbar macht, wenn von Forschungs- bzw. Theoriedesign die Rede ist –, auch in der Profession „Design“ selbst sucht man eine präzise Begriffsbestimmung vergebens. Dass eine solche Bestimmung auch nicht zu leisten ist, wird nachvollziehbar, wenn man die Spezialisierungsfelder einer Designerausbildung betrachtet: Neben dem klassischen „Produkt- und Industriedesign“, in dem es um die Gestaltung von Endprodukten beziehungsweise Investitionsgütern geht, gibt es das „Transportation Design“ (das die Gestaltung von Automobilen etc. behandelt), das „Kommunikationsdesign“, das „Grafikdesign“, das „Fotodesign“, das „Bekleidungs- bzw. Modedesign“. Neuere Entwicklungen sind das „Corporate Design“, das die Gestaltung eines einheitlichen Auftretens einer Organisation (nach außen und/oder nach innen) zum Ziel hat, das „Interface Design“, das sich gestalterisch mit der Mensch-Maschine-Schnittstelle befasst, das „Interaction Design“, das computervermittelte Abläufe zum Gegenstand hat, und das „Web-Design“.

Nimmt man einschlägige aktuelle Designlehrbücher zur Hand, so trifft man – wenn überhaupt – entweder auf sehr abstrakte Definitionsversuche oder auf definitorische Abgrenzungsstrategien. Insbesondere besteht ein (ambivalentes) Abgrenzungsbedürfnis zur Kunst. In diesem Sinn ist der Definitionsversuch von Michael Erlhoff zu verstehen: „Design, das der praktischen Begründung bedarf, findet diese vornehmlich in vier Behauptungen: gesellschaftlich zu sein und funktional und bedeutsam und gegenständlich.“ (Erlhoff 1987: 107). Insbesondere die Hinweise auf die Funktionalität eines Designs und seine handlungspraktische Relevanz heben es von Kunstwerken ab, die nicht-instrumentell sind und auf ein – um mit Kant zu sprechen – „interesseloses Wohlgefallen“ abzielen.

Aufschlussreich ist, dass bereits der erste Definitionsversuch von „Design“ aus dem Jahr 1885 – und zwar im „Oxford Dictionary“ – sehr breit angelegt war: Darunter sei erstens ein von Menschen erdachter Plan oder ein Schema von etwas, das realisiert werden soll, zweitens ein erster zeichnerischer Entwurf für ein Kunstwerk oder drittens ein Objekt der angewandten Kunst zu rechnen (Bürdek 2005: 13). Mit anderen Worten scheint sich die ausbordende Breite des Designs generell durch dessen Geschichte zu ziehen, also ein immanentes Charakteristikum zu sein.

Jedes Design stelle eine strukturelle Kopplung zwischen Kommunikation und Bewusstsein dar. Design spreche kommunikativ die Wahrnehmungsfähigkeit eines Bewusstseins an. Die Schnittstelle lasse auf beiden Seiten „Endloshorizonte“ der Kommunikation und der Bewusstseinsprozesse entstehen. Dabei lote Design selektiv aus, „welche kommunikativen Absichten mit welchem Typ von Wahrnehmung jeweils so verbunden [...] werden könnten, dass eine Art Aufmerksamkeit sichergestellt werden kann, die typischerweise zwischen Irritation und Faszination oszilliert“⁶ (Baecker 2005: 268 f.). Design versetzt uns in die Lage, „haarscharf zwischen einer zu großen Irritation und einer zu großen Faszination hindurch[zu]steuern, um uns gelassen für das zu interessieren, was uns jeweils geboten wird, und souverän zu bewältigen, was damit einhergeht“ (271). Den Aspekt der Irritation verdeutlicht Baecker anhand der Mode: Sie inszeniere die Imagekrise ihres Klientel (277), das durch einen neuen Trend als „out“ hingestellt werde und liefere gleichzeitig das Heilmittel: den Kauf der neuen Mode, um wieder „in“ zu sein.

Für Baecker gibt es nur auf der Ebene des Designs eine Chance, in andere Systeme zu intervenieren, wobei es darauf ankommt, „den Konflikt zwischen dem, was durch Schnittstellen getrennt ist, in Reichweite zu halten, während Angebote attraktiv gemacht werden, den Konflikt zu vermeiden“ (278). Intervention glückt dann in Form des Designs (275 f.). Es lassen sich nämlich bei der erfolgreichen Intervention folgende Schritte ausmachen: (1) zuallererst findet eine Beobachtung zur Klärung der Bedingungen, unter denen eine Intervention wirksam sein könnte, statt; (2) anschließend werden eine entsprechende Irritation platziert und (3) für das andere System Bedingungen angegeben, unter denen es attraktiv sein kann, sich auf die Intervention einzulassen (was Baecker als „Faszination“ bezeichnet). So gesehen sind für Baecker etablierte Interventionsformen, wie zum Beispiel Therapie, Beratung, aber auch Strafe und Erziehung, nichts anderes als Formen des Designs (275). Dies führt allerdings bei ihm zu einer enormen Ausweitung und Aufweichung des Designbegriffs.

Unklar an seinem Konzept bleibt, warum Design überhaupt so erfolgreich ist, da ja jedes Bewusstseinssystem seine eigenen Schlüsse aus der Irritation zieht. Denn strikt systemtheoretisch argumentiert, gibt es keine Möglichkeit einer Spezifizierung der Operationsweise anderer Systeme.⁷ Insofern kann die Form eines Objektes bei dem einen Bewusstsein zu diesen Schlussfolgerungen und bei einem anderen zu völlig konträren Schlussfolgerungen führen. Sein Konzept erklärt also nicht erschöpfend, wie der Über-

6 Baecker greift bei der Betonung des Aspekts der Aufmerksamkeit wieder auf Simmel (1989: 655 ff.) zurück, der in seiner „Philosophie des Geldes“ von einer Ökonomie der Aufmerksamkeit in der Moderne ausging.

7 Luhmann (2004: 162) formuliert entsprechend lapidar: „Die Theorie operativ-geschlossener Systeme schließt die Annahme aus, man könne durch Kommunikation Bewusstseinsoperationen (-strukturen, -zustände usw.) spezifizieren.“ Über „strukturelle Kopplungen“ und „Interpenetrationen“ besteht die einzige Möglichkeit, dass sich ein System durch ein anderes irritieren lässt. Es kann aber nur mit systemeigenen Mitteln auf Umweltphänomene reagieren. Eine Konditionierung des Systems seitens der Umwelt – also über die Grenzen verschiedener Operationsweisen hinweg – ist auch durch „strukturelle Kopplung“ oder „Interpenetration“ nicht möglich.

gang von Kommunikation zu Gedanken und umgekehrt stattfindet, so dass das Interventionsangebot angenommen und der Konflikt vermieden wird. Des Weiteren hat es Baecker unterlassen, klare Grenzen zu ziehen, was zu Design zu rechnen ist und was nicht: Wie steht es zum Beispiel mit der Sprache – ist sie eine Form des Designs? Die abstrakt funktionale Bestimmung von Design führt darüber hinaus dazu, dass keine empirische Untersuchung der Schnittstellen und ihrer Wirkung in greifbare Nähe rückt. Sein soziologisches Designkonzept bleibt also ein theoretisches Konstrukt. Ferner wird dem Design durch dessen Kennzeichnung als Schnittstellenphänomen keine eigene sozialgestaltende Funktion zugesprochen.

Diese Kritikpunkte sollen nun konstruktiv aufgegriffen werden und in Fortführung einiger zentraler Gedanken Baeckers in ein relationales Konzept des Designs eingebunden werden. Der dabei zu erarbeitende Designbegriff wird zunächst einmal von einem engeren Verständnis von Design ausgehen. In einem weiteren Schritt gilt es dann, dieses Verständnis auf designferne beziehungsweise -fremde Bereiche auszuweiten. Der vorliegende Aufsatz kann in dezidiert Form nur den ersten Schritt einlösen und im 4. Abschnitt kursorische Gedanken zu dem notwendigen zweiten Schritt anbieten.

3. Design als wechselseitiges identitätskonstituierendes Arrangement

Gerade die genannten Kritikpunkte an Baeckers Designkonzept sollen hier zum Anlass genommen werden, andere Weichenstellungen vorzunehmen. Insbesondere wird es für opportun gehalten, einen Designbegriff erst einmal anhand von Design im engeren Sinne zu gewinnen, um für Trennschärfe und Prägnanz des Begriffs zu sorgen. Es geht also im Folgenden um Gestaltungen von Designern, konkret um das Design von Haushaltsgeräten, Einrichtungsgegenständen, Lebensmittelverpackungen, Plakaten, Zeitschriften, Internetseiten, Displays etc. Um mit Werner Rammert – der dies für Ingenieure formuliert hat (Rammert 2003: 312) – zu sprechen, sind Designer Arrangeure von sozialen Konstellationen.⁸ Auf diese Weise realisieren sie Kontrollprojekte, und daraus resultiert ihre spezifische Designer-Identität. Designte Objekte sind nicht nur gestaltet, sie „wirken“ auf ihr Umfeld auch gestaltend und sind darüber hinaus weiteren Gestaltungen ausgesetzt. Denn aufgrund designter Objekte ändern Menschen ihre alltäglichen Praktiken. Gleichzeitig fordern diese Objekte zu individueller Aneignung auf – sie werden dadurch bedeutungsmäßig aufgeladen. Insofern kann man mit Bonsiepe (1996: 25) sagen, dass es im Design um das „Erfinden neuer Sozialpraktiken im Alltag“ geht.

8 Diese Übertragung auf Designer lässt sich auch mit dem Designtheoretiker Gui Bonsiepe (1996: 27) rechtfertigen, der die ingenieurwissenschaftlichen Fachdisziplinen ebenso wie die Profession des Designs als Entwurfsdisziplinen kennzeichnet. Während erstere auf physikalische Effizienz abzielen, stünden bei letzterer Phänomene des Gebrauchs im Vordergrund. Im Folgenden wird immer wieder auf verschiedene aktuelle Designtheorien Bezug genommen.

Will man diesen gestaltenden Aspekt hervorheben, bietet es sich an, statt von Schnittstelle (vgl. Abschnitt 2) von einem Arrangement⁹ zu sprechen als einer sozialen Form gestalteter und gestaltender Verknüpfung. Dabei soll die Anregung Baeckers aufgegriffen werden, die wesentlichen Verknüpfungselemente in Technik, Bewusstsein, Körper und Kommunikation zu sehen. Diese Verknüpfungen sollen nun im Folgenden von der kommunikativen Seite erschlossen und an bestehende soziologische und designtheoretische Diskussionslagen rückgebunden werden. Des Weiteren wird zu behandeln sein, dass dieses Arrangement einen Sozial- und Kulturraum konstituiert (Abschnitt 3.4) und seine Zeit hat, also historisch bedingt ist (Abschnitt 3.5).

3.1 *Arrangement des Körpers*

Nach Bonsiepe (1996: 26) endet „jegliches Design letztlich im [menschlichen] Körper [...]: Im Fall der Werkzeuge, sowohl materieller als auch immaterieller (Software), besteht die Aufgabe des Designs genau darin, die Artefakte an den menschlichen Körper anzubinden.“ Das Design ist demzufolge aufs Engste mit der Beschaffenheit des menschlichen Körpers verknüpft. Entsprechend wird die Frage nach dem menschlichen Körper und damit nach der Stellung des Menschen in seiner (Lebens)Welt zentral. Zur Beantwortung dieser Frage soll eine zunächst vielleicht überraschend anmutende Bezugslinie entfaltet werden; nämlich die philosophische Anthropologie Helmuth Plessners (1975). Sie bietet eine Verknüpfungsmöglichkeit zwischen einer aktuellen körpersoziologischen Debatte, die sich ganz explizit auf Plessner bezieht (z. B. Gugutzer 2002; Lindemann 1999), und der Netzwerkperspektive. Beide rekurren auf ein positionales Denken.¹⁰ Im Fokus des plessnerschen Denkens steht die Positionalität des Menschen, die er als eine exzentrische näher kennzeichnet. Jedes Lebewesen sei im Gegensatz zum Anorganischen dadurch bestimmt, dass seine Grenze zur Umwelt nicht zufällig und daher auch nicht beliebig verschiebbar sei. Während Tiere – Plessner zufolge –, „zentrisch“ aus ihrer Mitte heraus leben, jedoch nicht *als* Mitte leben, sind Menschen darauf angewiesen, zu sich selbst und ihrer Mitwelt Distanz zu gewinnen.¹¹ Demzufolge ist das körperliche Dasein des Menschen durch ein exzentrisches Verhältnis zu seiner Umwelt gekennzeichnet. Einerseits sei der Mensch aufgrund seiner organischen Ausstattung zentrisch positioniert, also raum-zeitlich an das Hier und Jetzt gebunden. Andererseits sei der Mensch in der

9 Der Begriff „Arrangement“ hebt dabei – laut Duden – einerseits reflexiv auf die Gestaltung im Sinne einer kreativ-künstlerischen Anordnung und andererseits auf den Aspekt einer „Übereinkunft“, sprich eines wechselseitigen Aufeinandereinflusses, ab. Dazu später mehr!

10 Dies soll natürlich nicht darüber hinwegtäuschen, dass die jeweiligen begrifflichen Ausgestaltungen des Positionsbegriffs in der neueren Netzwerktheorie und der plessnerschen Anthropologie deutlich divergieren. Dass trotzdem frappante Parallelen existieren, kann im Folgenden nur kurz in Form von Fußnoten angedeutet werden. Ein Herausarbeiten der Parallelen und Differenzen würde eine eigene, m.E. lohnende Arbeit darstellen.

11 Dies ist auch – nebenbei bemerkt – die Bedingung der Möglichkeit für die Ausbildung einer spezifischen Identität.

Lage, diese raumzeitliche Gebundenheit hinter sich zu lassen, zu sich selbst in Distanz zu treten, auf seinen Körper wie auf ein Dingobjekt zuzugreifen und ihn instrumentell zu benutzen. Darin äußert sich für Plessner die Eigenart des Menschen, seinen eigenen Körper zu haben. Aufgrund dieses ambivalenten Verhältnisses zum Körper lebt der Mensch nicht aus einer Mitte heraus, was wiederum weitreichende Konsequenzen nach sich zieht: Zum Einen geht der Mensch nie in der gerade gewählten Position auf – Plessner spricht von der „strukturellen Ortlosigkeit“ des Menschen.¹² Zum Anderen muss er immer aus eigenen Kräften Position beziehen, wohl wissend, dass es sich stets um vorübergehende Positionierungen handelt.¹³ Der Mensch lebt nur, wie Plessner sagt, „indem er ein Leben führt“ (Plessner 1975: 310).¹⁴ Dieser Vollzugscharakter des menschlichen Lebens äußert sich in zwei nur analytisch voneinander zu trennenden Aspekten: (a) geistig in Form von Sinnsetzungen und Identitätskonstruktionen und (b) körperlich mittels eines Arrangements mit materiellen Dingen. Gerade der zweite Aspekt ist dabei für eine Theorie des Designs zentral. Plessner argumentiert, dass die „Nacktheit“ des Menschen ihn dazu zwingt, sich in Artefakten zu verkörpern (311). Diese Artefakte lösen sich von seiner Leiblichkeit los, gewinnen an Selbstständigkeit, indem sie ein „Eigenleben“ beginnen. Auf diese Weise transzendiert der menschliche Körper den organischen Leib.

Für Plessner hat der Mensch keine ihm gemäße Welt, vielmehr muss er sich eine solche erst schaffen. Die Kulturwelt ist seine ihm gemäße Heimat, gerade weil sie hoch artifiziell ist. Gemäß dem Gesetz der „Natürlichen Künstlichkeit“ (309 ff.) findet der Mensch nur auf dem Umweg über die künstlichen Dinge seine Mitte. Über den Umweg gestalteter Objekte kommt der Mensch zu sich, entspricht seiner Sonderstellung. Aufgrund seiner Ergänzungsbedürftigkeit braucht der Mensch ein Komplement nicht-natürlicher Art: Der menschliche Körper verweist in seiner Hälftenhaftigkeit – Körper zu sein und als Leib zu erscheinen – auf die künstliche Welt der Gestaltungen. Es findet – mit anderen Worten – eine Kompensation und gleichzeitig Transzendierung durch künstliche Körper statt. Die künstlichen Objekte haben damit nicht nur Herausforderungscharakter, mittels ihrer positioniert sich der Mensch selbst in Raum und Zeit.¹⁵ Das Design leistet genau diese notwendige Positionierung, wie im nächsten Abschnitt näher auszuführen sein wird.

12 Seine Existenz ist buchstäblich auf Nichts gebaut, so Plessner. White (1992: 4) würde von Turbulenzen und von Chaos sprechen.

13 Für White (1992: 9 ff.) besteht die Notwendigkeit, Kontrollprojekte zu lancieren, um nicht in dem turbulenten Sozialen „weggespült“ zu werden. Der dabei erreichte Stabilitätsgrad einer Identität ist stets relativ.

14 Arnold Gehlen (1986: 20 f.) hebt stärker als Plessner hierbei auf die biologische Mängelausstattung des Menschen ab, was ersterem die Kritik des Biologismus einbrachte.

15 In ähnlicher Weise argumentiert auch Alfred Lang: „Durch die symbolische Hereinnahme der materiellen Wirklichkeit bereichert und erweitert sich das Selbst, ja es gewinnt überhaupt erst seine Identität.“ (1989: 8f.)

3.2 *Arrangement technischer beziehungsweise gestalteter Objekte*

Durch die plessnerschen Überlegungen zur „exzentrischen Positionalität“ und zum Körper-Leib-Verhältnis des Menschen ist man bei der Frage nach der Stellung des Menschen also unmittelbar auf die künstliche Objektwelt verwiesen. Denn die Positionierung des Menschen ist nicht unabhängig von seinem Arrangement mit den gestalteten Dingen zu denken. Insofern schließt sich nun in direkter Form die Frage nach der Stellung gestalteter Objekte an.

Bernward Joerges (1996) plädiert dafür, Technik als den Körper der Gesellschaft – und damit als Voraussetzung für Gesellschaft – zu begreifen. Was der organische Körper für individuelles menschliches Handeln leiste, das würden anorganische Medien der Technik für die Gesellschaft leisten. In die naturale Basis gesellschaftlicher Prozesse werden auf diese Weise soziale Strukturen (genauer: technische Normen) eingeschrieben. Technische Normen begreift er dabei als diejenigen sozialen Normen, die den „natürlichen Geschehensabläufen“ eine legitime Ordnung geben (37). Wir lassen – so Joerges – die Natur in Form von technischen Systemen für uns (Gesellschaft) arbeiten, wie sie uns für sich arbeiten lassen (verhaltensregelnde Dimension) (142).

Im Folgenden soll dieser Gedanke übernommen und mit der Frage verknüpft werden, welche Rolle dem Design dabei zukommt. Eine plausible Antwort besteht darin, dass es versucht, eindeutig anzuzeigen, was von den designten Objekten übernommen werden kann, wie also die Aktivität auf Mensch und technische beziehungsweise gestaltete Objektwelt verteilt ist. Bei der Bestimmung dieser Verteilung kommt man förmlich automatisch ins Gehege mit der ANT, versucht sie doch die Verteilung von Aktivität auf menschliche und nichtmenschliche Akteure/Aktanten radikal symmetrisch zu behandeln. Um mit dieser symmetrischen Behandlung Ernst zu machen, hat die ANT eine eigene Begrifflichkeit eingeführt:

„All the shifts like ‚actant‘ instead of ‚actor‘, ‚actor network‘ instead of ‚social relations‘, ‚translation‘ instead of ‚discovery‘ [...] are derived because they are hybrid terms that blur the distinctions between the really social and human-centered terms and the really natural and object-centered repertoires.“ (Callon/Latour 1992: 347)

Übersetzungen können dabei als Einwirkungen aufgefasst werden, die Rückwirkungen besitzen. Auf diese elementaren Operationen fokussiert die ANT, um damit die Aktanten, ihre Relationen untereinander und das sich etablierende Übersetzungsnetzwerk als Ergebnis wechselseitiger Assoziierungs- und Substitutionsversuche in den Blick zu nehmen. Damit kommt es zu einer faktischen Nivellierung zwischen Mensch und gestalteten Objekten – und folglich zu einer Entgrenzung des Sozialen mit entsprechend weitreichenden Konsequenzen.

Die ANT hat sehr zögerlich überhaupt nur zugestanden, dass menschliche und nichtmenschliche Aktanten Unterschiedliches in die Netzwerke einbringen (vgl. z.B. die entsprechende Kritik von Pickering 1993). Außer diesem Zugeständnis tauchen diese Unterschiede konzeptuell nicht mehr auf (Rammert 2003: 307). Die Frage also, wie

Technik gestaltet und „ummantelt“ werden muss, damit sie für den menschlichen Körper inklusive seines Wahrnehmungsvermögens und für die kulturellen und kontextuellen Interpretationsmuster ankoppelbar wird, bleibt völlig ausgespart. Demgegenüber soll es in der vorliegenden Arbeit gerade darum gehen, wie die Unterschiede in den Aktionsweisen füreinander anschlussfähig gemacht werden.

Wie Ingo Schulz-Schäffer (2000: 140 f.) dezidiert aufzeigt, kann die ANT auch in ihren empirischen Studien nicht das einlösen, was sie selbst mit dem verallgemeinerten Symmetrieprinzip eigentlich einfordern will. Hinter dem Rücken der Symmetrie realisiert die ANT vielmehr implizite Vorabentscheidungen, welche Aktanten aufgrund ihres Einflusspotenzials zu berücksichtigen sind. Durch die Ausblendung der Unterschiede können dann diese verschieden dimensionierten Einflüsse nicht sachadäquat empirisch erfasst werden, um das konkrete Ineinandergreifen menschlicher und nichtmenschlicher Aktivität transparent zu machen. Vielmehr kommen diese unterschiedlich dimensionierten Einflüsse unkontrolliert in die empirischen Beschreibungen der ANT hinein (vgl. auch Schulz-Schäffer 1998). Mit anderen Worten bietet die ANT keine überzeugende Beschreibung für die Interaktionen beziehungsweise Interaktivitäten, mit denen die Beziehungen und Einbindungen („enrolments“) von Aktanten produziert und modifiziert werden (Rammert 2003: 307).

Gerade durch die Einführung des Designbegriffs wird der Gefahr der Nivellierung von Mensch und Technik und damit dem Problem der Entgrenzung des Sozialen vorgebeugt: Denn das Design transferiert technische und Naturzusammenhänge (also Nicht-Soziales) in anschlussfähige Bedien- und Handhabungsfunktionen (also in Soziales). Mit anderen Worten wird hier gerade in der Ausarbeitung eines Designbegriffs eine gangbare Alternative zum problematischen Übersetzungsbegriff der ANT gesehen. Gleichzeitig steht der Designbegriff für einen gänzlich anderen theoretischen Ausgangspunkt: Nicht Symmetrie und Nivellierung bilden die Startpunkte der Argumentation, sondern Heterogenität und Differenz.¹⁶

Wie kann Design nun technische beziehungsweise gestaltete Objekte sozial anschlussfähig machen? Wie können Objekte verwendungsadäquate Positionen einnehmen, wenn die Verwendung erst in der konkreten Situation „ausgehandelt“ wird? Die arrangierende Verknüpfung läuft in der Regel über zwei Achsen: eine materielle Achse¹⁷ durch Formgebung und Wahl eines spezifischen Materials sowie eine symbolische Achse durch

16 Insofern kann der Designbegriff in Kopplung mit einer Netzwerktheorie à la White eine ernstzunehmende Alternative zur ANT für die Beschreibung soziotechnischer Arrangements bilden. Diese Kopplung dezidiert auszuarbeiten, würde ein eigenes fruchtbares Unterfangen darstellen und kann deshalb im Folgenden nur angedeutet werden.

17 Bei immateriellen gestalteten Objekten (z. B. Softwareprogramme) muss es dann wieder zu einer Repräsentation kommen (z. B. in Form der Visualisierung auf einem Bildschirm), um für menschliche Sinne – und damit für die Beschaffenheit des menschlichen Körpers – anschlussfähig zu sein (vgl. Abschnitt 3.3).

die Anbringung von Signalen, Zeichen und Symbolen an das betreffende Objekt.¹⁸ Fast noch entscheidender als das, was designte Objekte anzeigen, ist aber dasjenige, was sie ‚verbergen‘ bzw. ausblenden. Design ist immer auch eine „Kunst des Weglassens“ (Platz 2006: 237 ff.). Gerade bei komplizierten Technologien wird dies deutlich: Die technische Funktionsweise und die sog. Naturgesetze, welche die technische Lösung ausnutzt, verschwinden hinter dem designten Gehäuse. An ihre Stelle treten Bedienfunktionen und nur diese – also nicht etwa die technischen Funktionen – sind im Design in eine Form transferiert: Nämlich in Form von Druckknöpfen, Reglern, Schaltern etc., die ihrerseits zum Design korrespondierende Bewegungsvollzüge beim Nutzer nach sich ziehen. Die Technik erreicht und verändert also das Soziale über das Design. Dass wir dadurch immer weniger wissen, was sich eigentlich abspielt, wenn wir ein gestaltetes Objekt benutzen, hat Norbert Bolz (1998) auf den Punkt gebracht: „Das Gebrauchen emanzipiert sich vom Verstehen“.

Vom Gestalter antizipierte Nutzungsweisen werden durch materielle Formgebung einerseits und Signale, Zeichen sowie Symbole andererseits versucht, in eindeutige Handhabungsformen zu transferieren (vgl. Abschnitt 3.3). Indem technische Geräte durch das Design sowohl mitteilbare materielle als auch symbolische Aspekte besitzen, verfügen sie über genau jene Bestimmungsmomente, die Reinhard Kreckel dem „sozialen Handeln“ attestiert. Den symbolischen Aspekt sozialen Handelns sieht er darin, dass sich ein beobachtbares Verhalten an einem Sprach-, Normen- und/oder Wertesystem orientiert. Der materielle Aspekt sozialen Handelns bekundet sich für ihn in einer „Wechselbeziehung zwischen Handelnden und materiellen Umweltbedingungen“ (Kreckel 1992: 76).¹⁹

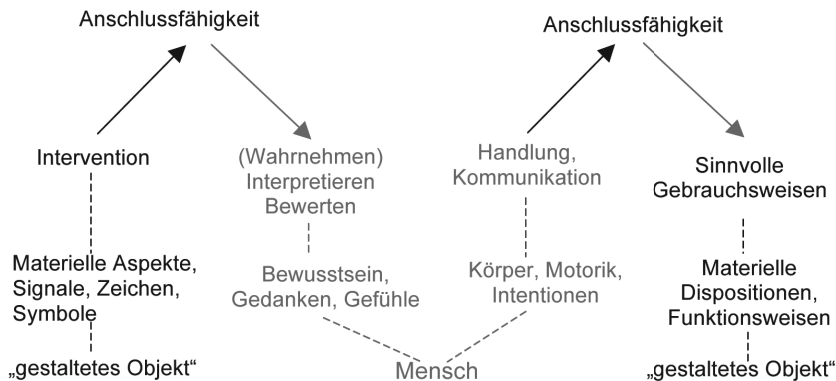
Entsprechend ist zu klären, wo es Parallelen, aber auch, wo es Unterschiede zwischen Handeln und Operationsweisen gestalteter Objekten gibt. In Anlehnung an Baecker (Abschnitt 2) soll der in soziale Zusammenhänge eingreifende Aspekt gestalteter Objekte hier als Intervention bezeichnet werden. Dann haben sich Formgebung und Symbolisierung zu bewähren im Bezug auf die kognitiven Deutungen und aktiv-physischen Interventionen der beteiligten Menschen. Wie auch aufseiten des Nutzers seine Erwartungshaltungen, Vorstellungswelten und Interessen, die sich auf das gestaltete Objekt richten, sich an der Materialität der Objekte und der auf Eindeutigkeit abzielenden symbolhaften Bedienfunktionen zu bewähren haben. Auf dieser Mikroebene des sozio-technischen Arrangements kommt es also zu einem wechselseitigen Positionieren, wobei „gestaltetes Objekt“ und Mensch – wie dargelegt – jeweils Unterschiedliches einbringen (vgl. Abb.

18 Baecker sieht die eigentliche Herausforderung des Designs darin, die Zeichen, Signale und Symbole in Korrespondenz zu den faktischen Funktionen zu bringen. „Die Signale dürfen uns nicht auf Abwege führen. Die Zeichen müssen zeigen, was sie bezeichnen. Und die Symbole müssen die Übersetzungen tatsächlich leisten, die sie in Anspruch nehmen“ (Baecker 2005: 272).

19 Kreckel weitet den materiellen Aspekt auch auf die Natur und ihre Gegebenheiten aus: „Menschliche Artefakte fungieren dabei ebenso als materielle Umwelt wie ‚reine‘ Naturbedingungen und der physische Organismus der Handelnden selbst“ (1992: 76).

1), das trotzdem in einem komplementären Verhältnis zueinander stehen muss, um Anschlussfähigkeit zu erzeugen.²⁰

Abbildung 1: Das Sozio-technische Arrangement und seine konstituierenden Interventionen



(Pfeile: verweisen auf notwendig korrespondierende Interventionen; gestrichelte Linien: ordnen die Interventionen den „Akteuren“ und ihren Spezifika zu)

Als überraschend ist zu konstatieren, wie souverän Menschen in der Regel auch mit unbekannten Objekten umgehen. Karl Hörning (2001) spricht in diesem Zusammenhang von „Experten des Alltags“. Sie müssen eine richtige, das heißt funktionsweisenadäquate Interpretation der Symbole und der Formgebung gestalteter Objekte leisten. Gleichzeitig sind derartige Interpretationen stets abhängig von der Situation, vom Ort und von der Zeit (Abschnitt 3.4 und 3.5).

3.3 Arrangement psychischer Prozesse: Perzeption und Deutung

Das zuletzt Ausgeführte leitet abermals auf den nächst zu behandelnden Aspekt über: Denn die Interventionen gestalteter Objekte korrespondieren mit Rezeptions- und Auslegungsformen seitens der menschlichen Psyche. Sie müssen nicht nur an diese anknüpfbar sein, sondern sie auch in entsprechend sachadäquat vorstrukturierte Bahnen lenken. Dies steht in Zusammenhang mit der fundamentalen Frage, auf welche Art und Weise das Design das Bewusstsein formiert.

Dies kann nur über visuell, akustisch, haptisch etc. wahrnehmbare Zeichen beziehungsweise zeichenförmige Elemente erfolgen. Dass sich die Soziologie verstärkt mit

20 Diese Konzeption soziotechnischer Arrangements eröffnet den Weg zu empirischen Untersuchungen (Häußling 2009b).

Symbol- und Zeichensystemen befassen sollte, darauf hat in jüngerer Zeit Helmut Willke (2005) aufmerksam gemacht und einen Grundriss einer soziologischen Theorie symbolischer Systeme vorgelegt. Dabei greift er auf drei Theorietraditionen zurück: auf Casirers Philosophie der symbolischen Formen, auf Saussures strukturalistische Semiotik und auf Luhmanns Systemtheorie. Das „Zusammenspiel“ und die „Interferenz“ der dabei eingebrachten drei Themen: Denken, Sprache und Kommunikation soll der Absicht dienen, „die frappierende Souveränität der Symbolsysteme einem Denken begreiflich zu machen, das bereits Schwierigkeiten damit hat zu sehen, dass es ohne Sprache nicht ist“ (2005: 7). Die Bedeutung von Symbolen und Zeichen für die Bewusstseinsprozesse kann also nicht unterschätzt werden. Auch hier soll zu deren adäquater Erschließung auf ein semiotisches Konzept zurückgegriffen werden: auf Umberto Ecos (1972) semiotischen Ansatz, der m. E. besonders fruchtbare Verknüpfungsmöglichkeiten bietet.²¹ Entscheidend ist dessen kultursemiotische Unterscheidung in Denotationen und Konnotationen (1972: 101 ff.), auf die auch die Designdisziplin ganz explizit abhebt (z. B. Bürdek 2005: 230 ff.). Eco verdeutlicht den Unterschied zwischen Denotationen und Konnotationen am Beispiel eines Throns. Denotation (von lat. *denotare*: bezeichnen) ist ein Begriff der Semantik, der die Hauptbedeutung einer Aussage von einer möglichen Mitbedeutung (Konnotation) unterscheidet. Die Denotation ist also die kontext- und situationsunabhängige Grundbedeutung eines sprachlichen Ausdrucks. Denotationen sind Zeichen, die auf das konkrete Objekt verweisen – etwa im Fall des Stuhls, dass dieser eine Sitzgelegenheit ist. Damit tragen diese Zeichen dazu bei, dem Nutzer die praktischen Objektfunktionen zeichenhaft zu vermitteln und Vertrauen in die Zuverlässigkeit, Sicherheit und den Bedienkomfort zu erzeugen (Steffen 2000: 80). Konnotationen sind demgegenüber variabel, kontextabhängig und subjektiv. Sie ergeben sich aus einem Netzwerk mit anderen Bedeutungen, die biografisch, situativ oder prozessbedingt gegeben sind. Sie beinhalten also die mit dem Objekt verbundenen Vorstellungen, umfassen also die komplexen historischen, sozialen, technologischen, ökonomischen und ökologischen Bedeutungen, die mit gestalteten Objekten assoziiert werden. Sie erklären demzufolge nicht das gestaltete Objekt und seine Handhabung, sondern verweisen auf die Vielfalt der Kontexte. Ein Baldachin über einem Stuhl und ein Podest, auf dem dieser steht, sind Zeichen, die in bestimmten kulturellen und historischen Kontexten aus einem Stuhl einen Thron machen. Im heutigen Design kann man eine gezielte Gestaltung dieser Konnotationen beobachten: sei es in Form von Stilziten, sei es von Zeichen der Exklusivität oder vielem anderen mehr. Das Design erobert auf diese Weise die Oberflächen einer Gesellschaft und lädt sie mit einem Geflecht an Bedeutungen auf.

21 Diese Favorisierung von Eco soll nicht darüber hinwegtäuschen, dass der Soziologe Jean Baudrillard (1991) eine kultursemiotische Betrachtung von Wohnungsinterieurs in seinem Buch „System der Dinge“ vornahm. Er leitete aus der Beschreibung alltäglicher designerter Gegenstände die soziale Realität in ihrer Konstitution ab: „Die [Alltags-]Gegenstände haben immer schon als ein System zur Charakterisierung der Menschen gedient... In unserer Gesellschaft ist aber kennzeichnend, daß die übrigen Systeme der Erkennung und Bestimmung [...] resorbiert wurden“ (1991: 240).

Mit seiner Kultursemiotik verknüpft Eco eine deutliche Absage an den Funktionalismus, dem zufolge die Form der Funktion zu folgen habe, wodurch sich ein zeitloses Design realisieren lasse. Denn für Eco ist der Code immer gesellschaftlich vermittelt, selbst die elementare Funktionsweise eines Druckknopfs. Auch dessen Gebrauch muss in einem kulturellen Kontext erlernt werden. Aus dieser theoretischen Perspektive werden die Bedeutung kultureller und situativer Kontexte und deren Interpretation, die für Eco prinzipiell offen ist, zentral. Die Hoffnung des Funktionalismus also, derartige Kontexte durch ein vermeintlich zeitloses, internationales Design ausblenden zu können, wird damit negiert.

Entsprechend haben Designer Kontexte zu analysieren, Situationen zu interpretieren und zu versuchen, anhand von Produkten Kommunikationsangebote herzustellen, „über die der Rezipient wiederum mit seinen jeweiligen Kontexten [...] kommuniziert“ (Steffen 2000: 23). In diesem Sinn ist der Designprozess eine wechselseitige Kommunikation zwischen Gestalter und antizipiertem Nutzer (Rempen 1994: 13), in der wechselseitige, nämlich: indirekte beziehungsweise objekt- und designvermittelte Beziehungen vorherrschen.

Im Zuge der Erarbeitung einer Soziologie des Designs müsste auch ein Konzept sinnlicher Wahrnehmung und des Ästhetischen formuliert werden, im Sinn einer „Aisthesis“, die also auf sinnliche Wahrnehmung, Gefühle²², Stimmungslagen, (Selbst- und Sach-)Verständnisse als eine besondere Form des menschlichen Intervenierens abhebt. Denn diese sind gerade für den Objektbezug von entscheidender Bedeutung. Ein Konzept sinnlicher Wahrnehmung²³ hätte beispielsweise zu berücksichtigen, dass der Mensch über visuelle Perzeption vielfältige, heterogene Informationen simultan erfasst. Simultaneität und Latenz bezüglich der Bedeutung sind die zwei wesentlichen Unterschiede der visuellen zur textlichen Perzeption (Müller-Doohm 1995: 450, 454).²⁴ Die Art und Weise also, wie Kommunikationsofferten präsentiert werden (Bedienfunktionen beispielsweise einmal visuell und ein anderes Mal textlich vermittelt werden), hat wesentlichen Einfluss auf die Herstellung und Ausgestaltung soziotechnischer Arrangements.

3.4 *Arrangement eines sozialen Raums*

Situationen sind wesentlich durch ihre Sachausstattung definiert. Sie wirken dabei nicht nur symbolisch, sondern auch in einem unmittelbar „verhaltensstrukturierenden Sinn“ (Hamm/Neumann 1996: 259). Mit der hier favorisierten Terminologie könnte man sagen, dass gestaltete Objekte menschliche Akteure situativ und verhaltensbezogen im

22 Zur fundamentalen Bedeutung von Gefühlen für soziale Beziehungen siehe Häußling 2009c.

23 Auch hier ließe sich wieder an Simmel anknüpfen – genauer an seinen Versuch, eine Soziologie der Sinne zu entwerfen (Simmel 1992: 723 ff.).

24 Diese Aspekte besitzen auch in der aktuellen Debatte um geeignete Formen der Videoanalyse eine besondere Bedeutung – insofern sie die Grenze herkömmlicher hermeneutischer Methoden markieren (Häußling 2009b: 107 ff.).

Raum positionieren – wie umgekehrt Objekte von den Akteuren angeeignet²⁵ und damit in ihrem persönlichen Umfeld verortet werden.

Der Raum kann demzufolge als eine relationale (An)Ordnung von Körpern angesehen werden, die sich ständig verändert (Löw 2001).²⁶ Dabei „spülen“ die jeweiligen Verknüpfungsprozesse selbst die Objekte/Akteure an ihre Plätze und spannen somit überhaupt erst den sozialen Raum auf; wie zum Beispiel die zum Zwecke des Frontalunterrichts angeordneten Schulbänke die Schüler an unterschiedliche Orte der Einflussnahme und Aufmerksamkeit bezüglich des Unterrichts „spülen“ und somit einen „löchrigen Lernraum“ konstituieren (Häußling 2007). Ein relationaler Raumbegriff besitzt demgemäß beides: eine Ausrichtung auf Prozesse des Anordnens und damit eines In-Verbindung-Bringens von „Raumobjekten“ einerseits und eine ordnende Funktion bis hin zu einer Repräsentation einer sozialen „Hackordnung“ (White) andererseits. Damit erhält das Arrangement aus Materialität, Handeln und Kognition ein räumliches Äquivalent: Objekte erscheinen in ihrer spezifischen Materialität an jedem Ort anders.²⁷ Akteure sind raumbezogen verortet, positioniert: Je nach dem eingenommenen Ort differieren einerseits die Möglichkeiten, in laufende Prozesse einzugreifen, und andererseits die Einflussnahmen von außen. Aber auch die Deutungsmöglichkeiten sind perspektivisch gebrochen. Die Möglichkeit, Räume zu konstituieren, ist also vom Matching zwischen Körpern, Sozialem und Kognitivem abhängig. Damit ist die Raumkonstitution nicht nur eine kognitive Leistung, sondern besitzt über körperliche Dispositionen strukturierende materielle Aspekte.²⁸

Dies gilt für unterschiedlich dimensionierte Sozialräume: für einen öffentlichen Platz ebenso wie für einen Kulturraum (s. u.) sowie für den persönlichen Lebensraum eines Menschen. Der Frage, wie wir unseren persönlichen Lebensraum als eine Anordnung von

25 Mihaly Csikszentmihalyi und Eugene Rochberg-Halton (1989: 23 ff.) sprechen in diesem Zusammenhang von „Kultivation“, um den Prozess der Auseinandersetzung des Menschen mit den Dingen und deren Aneignung zu kennzeichnen. Gert Selle und Jutta Boehe (1986: 49 ff.) heben hervor, dass es dabei verschiedene Ebenen der Aneignung gestalteter Objekte gibt: die Aneignung kann geprägt sein von gesellschaftlich-epochalen Vorstellungen, von sozial-situativen Kontexten und – als dritte Ebene – von individuell-biografischen Erfahrungen.

26 Bereits Simmel verfolgte eine Soziologie des Raums. Raum ist für ihn eine Form, die ihre Wirkung entfaltet, indem Menschen sie auf die Dingwelt anwenden: So wie Räume als Territorien, Zimmer oder Landstriche, das heißt als materiell vorzufindende Objekte, bestimmbar sind, so bedarf es für diese Materialisierung auch einer individuellen und kollektiven Verknüpfungsleistung, welche die gesellschaftlich vorstrukturierten Formen produziert. Die Verbindung der Dinge muss dabei als menschliche Verknüpfungsleistung angesehen werden: Der Raum ist „überhaupt nur eine Tätigkeit der Seele [...], nur die menschliche Art, an sich unverbundene Sinnaffektionen zu einheitlichen Anschauungen zu verbinden“ (Simmel 1992: 688 f.). Simmel betrachtet also die Vernetzung der Dinge als das für gesellschaftliche Prozesse Wesentliche. Es sind die Dinge, deren Räumlichkeit im Prozess des Anschauens geschaffen wird und die von Menschen in ihren Handlungen angeordnet und emotional besetzt werden.

27 So gehen von einer Marmortreppe ganz andere Wirkungen aus als von einer baugleichen Holztreppe.

28 Der Umschaltung von Sinnlichem in Sinn wird in der aktuellen Diskussion nicht zuletzt unter dem Schlagwort „embodiment“ nachgegangen (Brooks 1991: 139 ff.).

Körpern arrangieren, gehen die Milieustudien auf empirischem Weg nach. Gerhard Schulze (1997) diagnostiziert eine Ästhetisierung der Warenwelt, die einen Wandel der Beziehung zwischen Menschen und Gütern mit sich bringt. Stand früher der Gebrauchswert gestalteter Objekte im Vordergrund, ist für Schulze seit den 1980er Jahren eine zunehmende Fokussierung auf den Erlebniswert der Angebote zu beobachten (1997: 13). Selbst Verbrauchs- und Gebrauchsgegenstände seien nicht mehr länger nur Mittel zu einem bestimmten Zweck, sondern erhielten als erlebnisrelevante Kaufobjekte einen Selbstzweck. Damit nimmt – so lässt sich weiterführend schlussfolgern – das Design eine Schlüsselstellung bei der Vermittlung des Erlebniswertes ein. Der Konsum findet nach Schulze in sogenannten „Erlebnisgemeinschaften“ statt, in denen spezifische Erlebnispraktiken und ein spezifischer Geschmack vorherrschen. Es gebe keine postmoderne Beliebigkeit dieser „Erlebnisgemeinschaften“, sondern eine überschaubare Zahl an sozialen Milieus, wobei sich als hauptsächliche Kriterien für die Erlebnispraktiken und Stiltypen das Alter und der Bildungsgrad ausmachen lassen.

Daraus lässt sich schlussfolgern: Designte Objekte sind immer auch symbolische Objekte von Milieus. Die soziokulturelle Konstitution des Einzelnen erfolgt heute zu einem Gutteil auch über den Erwerb und Besitz von Produkten. Gestaltete Objekte fungieren also als soziale Identitätsgeber, es geht beim Design immer auch um das „Selbstdesign“ der Nutzer, Eigner beziehungsweise Habitanten. Der Erwerb designter Objekte stellt folglich immer auch einen Selbstentwurf dar – ganz im Sinne der Ausstaffierung der Vorderbühne nach Goffman. Designte Objekte sind zentrale Bedeutungsträger zur Selbstverortung menschlicher Akteure, wie auch Helene Karmasin (1998: 234 ff.) diagnostiziert. Und Milieus konstituieren sich nicht zuletzt über den Besitz bestimmter gestalteter Objekte (Hellmann 2003: 393 ff.). In ihnen herrschen kollektive Ästhetiken vor, die bei der Identitätskonstruktion orientierungsgebend wirken. Es geht also nicht nur um die Kontrolle des eigenen Umfelds, sondern um die Formation der eigenen Identität. Die Stabilisierung meiner Umwelt stellt damit gleichzeitig auch eine Stabilisierung meiner selbst dar, ganz im Sinn von Plessners „Natürlicher Künstlichkeit“ und „Exzentrischen Positionalität“ des Menschen. Insofern sind Akteure als Identitäten zweifach durch das Design bestimmt: Sie sind in einem gewissen Sinn Produkt von Designprojekten und aktive Designer ihrer selbst und ihres Umfelds.²⁹ Design leistet damit ebenso wie der Netzwerkbegriff einen Link zwischen Mikro und Makro; denn Design trägt nicht nur zur Identitätsbildung von Akteuren, sondern auch zur Konstituierung ganzer Milieus, ja ganzer Kulturräume bei. Hier kommt der kulturelle und strukturelle Aspekt des Designs gleichermaßen zum Vorschein: Einerseits referiert das Design über die verwendeten Zeichen (Denotationen und Konnotationen) auf bestehende soziokulturelle Symbolwelten – und ist damit auch ein Kulturphänomen – wie es umgekehrt kulturgenerierend in dem Sinne ist, dass es neue kulturelle Formen schafft; andererseits läuft heute die Ausdifferenzierung gesellschaftlicher Sozialstrukturen (vermutlich mangels an-

29 Dies korrespondiert mit dem Begriff der Kontrolle von White (1992: 9 f.). Ausführlicher dazu Abschnitt 4.

derweitig verfügbarer Orientierungsgeber) über stilistische und ästhetische Aspekte, wie die Milieustudien zeigen. Es geht um Lebensstil, der sich an ästhetisch ablesbaren Wertorientierungen ausrichtet, um milieuspezifische Verortung und um Subkulturerisierung der Gesellschaft (vgl. auch Fuhse 2010). Das Design liefert damit den Horizont möglicher stilistischer Ausrichtungen³⁰ und kultureller Bezüge.

3.5 *Arrangement auf Zeit*

Jedes Design hat seine Zeit. Selbst der Funktionalismus hat eine Historisierung erfahren. So werden heute explizit Gebäude im Stil der klassischen Moderne beziehungsweise im Bauhausstil errichtet. Mit jeder Gestaltung tickt also gleichsam eine Zeituhr, die ein Objekt als mittelfristig zeitadäquat oder eben nicht mehr zeitadäquat ausweist. Dies hat mehrere Ursachen: Zum Ersten benötigen neue Techniken und hinzutretende Funktionen ein adäquates Design, um Anschlussfähigkeit sicherzustellen. Man denke beispielsweise an Touchscreens im Unterschied zu klassischen Steuereinheiten, bestehend aus Tasten, Schaltern und Reglern. Zum Zweiten unterliegt das Design selbstverständlich Moden und Trends, ja es spielt aktiv mit modischen Referenzen (Baecker 2002: 153, 155). Schließlich wird zum Dritten durch die Distinktionswirkung von Design eine selbstperpetuierende Unterschiedlichkeit in der gestalteten Objektwelt erzeugt.³¹ Auf Letzteres hat vor allem Pierre Bourdieu aufmerksam gemacht. Das Design setzt dort Unterschiede, wo eigentlich keine sind. Für Bourdieu steht das Feld der Modeschöpfung nur stellvertretend für alle kulturellen Produktionsfelder, nur dass dort der „ökonomische“ Aspekt der Praktiken [...] weniger tabuisiert ist“ (Bourdieu 1999: 292).

Bei der Erfassung des zweiten Aspekts, der Mode, kann die Soziologie auf eine gewisse Tradition zurückgreifen. Für Simmel (1995 [1905]: 11) vereint die Mode zwei gegenläufige Tendenzen: Auf der einen Seite die menschliche „Sehnsucht, bei dem Gegebenen zu verharren“³² und auf der anderen Seite das Bedürfnis, „zu neuen und eigenen Lebensformen voranzuschreiten“³³. Diese Tendenzen sind für Simmel klassenspezifisch aufgeteilt, womit er auch auf den oben genannten dritten Aspekt abhebt: Die Bestimmung der Modetrends durch die obere Schicht auf der einen Seite und die Nachahmung durch untere Schichten auf der anderen Seite, die mit einer Flucht zum Neuen durch

30 An dieser Stelle wäre auch eine Anknüpfung des Designbegriffs an Whites Ausführungen zum Begriff des Stils möglich (White 1992: 166 ff.).

31 Sie lässt sich nicht auf technische und modische Differenzen zurückführen. Ein besonders ins Auge springendes Beispiel stellt ein vor einem Jahrzehnt auf den Markt gekommenes Auto dar, das exakt baugleich realisiert, aber von zwei verschiedenen Marken zum Kauf angeboten wurde, was sich im jeweiligen Emblem am Kühlergrill und am Heck bemerkbar machte. Allerdings gab es einen deutlichen Unterschied im Preis (um mehrere Tausend Euro), wobei das teurere Auto durchaus respektable Absatzzahlen realisierte.

32 Dies äußert sich im Bereich des Ästhetischen an einer Orientierung am „Schönen“.

33 Dies äußert sich im Bereich des Ästhetischen an einer Avantgardeposition.

die obere Schicht beantwortet werde.³⁴ In dieser Sogwirkung der Mode äußert sich ein selbst dynamisierender Effekt, der immer neue Episoden des gerade Aktuellen beziehungsweise gerade Nachahmenswerten schafft.

Doch Simmel macht auch einen tieferen Grund für den Boom der Mode aus, der letztlich im Verlust unverbrüchlicher Wertesysteme beziehungsweise in der – wenn man so will – Veroberflächlichung und Freisetzung sozialer Dynamiken in der Moderne zu sehen ist. Durch den Verlust einer kosmologischen Ordnung, die für jeden und alles einen vordefinierten Ort bereithält, ist nicht nur eine räumliche, sondern gerade auch eine zeitliche Positionierung des Menschen prekär geworden. Und gerade das Modische am Design erfüllt dieses menschliche Grundbedürfnis nach zeitlicher Positionierung.³⁵

Als eine weitere Episode dieses „Zersetzungsprozesses“ kann die „next society“ angesehen werden. In ihr werden gesellschaftliche Zeitphasen mehr und mehr durch das Design evoziert und konturiert. Bereits die 1980er Jahre können als ein derartiges Designphänomen begriffen werden. Die damalige Kleidermode, die Designprojekte mit Laserlicht, die Klangformen der damaligen Popmusik und dergleichen mehr liefern die inhaltliche Klammer, die anderweitig für die Beschreibung dieser Zeitspanne nur noch schwer zu ziehen ist. Bereits damals gab es allerdings kein hegemoniales Design mehr. Schrittweise hat sich eine Pluralisierung und Heterogenisierung der Formen breitgemacht, so dass wir uns heute nur noch über das Aufblühen und Verschwinden bestimmter Erscheinungen in der Formenwelt des Designs orientieren können. In der „next society“ koexistieren also unterschiedliche Geschwindigkeiten, innerhalb deren sich die Identitäten bewegen. Der gewählte Zeit-Slot knüpft gleichsam die Identität an eine spezifische Wertorientierung, die von traditioneller³⁶ bis avantgardistischer Orientierung reicht. Identitäten der „next society“ leben also nicht nur in unterschiedlich gestalteten Welten, sondern auch in differierenden Zeiten, was die Kommunikation über Raum- und Zeitgrenzen hinweg erschwert, die mehr und mehr vom Design gesetzt werden.

34 Bei zu großer Nachahmung bestehe dann für die Oberschicht Verwechslungsgefahr, die man durch die Setzung eines neuen Trends abwenden könne.

35 Dies deckt sich mit Elena Espositos These, dass die Mode eine Form vorübergehender Stabilität ist, indem sie mit dem Code „In versus Out“ operiert (Esposito 2004: 172). An der Mode werde anschaulich, wie die moderne Gesellschaft mit der gestiegenen Kontingenz umgehe und die Abweichung fruchtbar mache. Sie bilde damit eine Form der Handhabung und Operationalisierung moderner Kontingenz.

36 Ein entschleunigter Zeit-Slot korrespondiert in der Welt des Designs mit der bewussten Anknüpfung an altes Design. Entsprechende Reminiszenzen des Designs an historische Designformen können ihrerseits wiederum als ein Reflexivwerden des Designs gewertet werden. Faktisch wird auf diesem Weg ein „Zitationsnetzwerk“ zwischen Designs unterschiedlicher Zeiten erzeugt.

4. Ausweitung des Gegenstandsbereichs auf Identitätsformationen in der Netzwerkgesellschaft

Gerade beim modischen Aspekt des Designs kann schon frühzeitig ein Universalisierungsversuch designspezifischen Denkens konstatiert werden. So begreift beispielsweise René König (1999: 7) Mode als ein „soziales Totalphänomen“³⁷, da sie sich nicht nur im Bereich der Kleidung bekunde, sondern alles Soziale modischen Strömungen unterliegen könne.³⁸

Ein aktueller Versuch, nun aus der Designprofession selbst, den eigenen Gegenstandsbereich auszuweiten, stellt die „*design thinking*“-Debatte dar (z.B. Cross 2006; Lawson 2006). Design thinking markiert hierbei einen spezifischen Denkstil, der für die organisationale Bewältigung der neuen Herausforderungen in Wirtschaft und Gesellschaft besonders vielversprechend erscheint. Zentral ist dabei die Leistung, für heterogene Prozesse Anschlussfähigkeit zu produzieren: Der klassische Designer schafft die Anknüpfung von mitunter hochkomplexen technischen Prozeduren (z. B. PC) mit dem Alltags-handeln technischer Laien. Er muss dabei sowohl die technischen Rahmenbedingungen verstehen als auch über die Lebenswelt der potenziellen Nutzer Bescheid wissen sowie ästhetische Formsprachen und Stile in konkrete Gestaltgebungen umzusetzen wissen. Schließlich muss er bei der Gestaltung von Massenprodukten noch die Gesetze des Marktes, die Strategien des Marketings und die auf Umsatz und Gewinn ausgerichteten unternehmerischen Denkweisen kennen. Erfolgreiches Design gelingt also nur, wenn *desirability* (Kundenwünsche und -bedürfnisse), *feasibility* (technische Machbarkeit) und *viability* (wirtschaftlich-rechtliche Umsetzbarkeit) gleichermaßen berücksichtigt werden. Doch mit dieser Komplexitätsverarbeitung ist es noch lange nicht getan. Entlang dieser Rahmenbedingungen hat der Designer eine kreative Lösung zu schaffen.

Mit Komplexität umzugehen und kreative Lösungen trotz unsicherer Situationen realisieren zu können, wird umso stärker in der Gesellschaft benötigt, je rascher sich die Gesellschaft wandelt und je pluralistischer sie sich auffächert. Jedoch orientieren sich die bisherigen „Entscheider“ in den verschiedenen Bereichen der Gesellschaft weitgehend an der Optimierung von Effizienz, sie können innovativen Ideen nicht ganzheitlich bewerten, geschweige denn umsetzbare Ideen erzeugen. In den USA lässt sich in diesem Zusammenhang bereits der Trend beobachten, Designer in die Entscheidungen und strategischen Planungen von beispielsweise Unternehmensführungen mit einzubeziehen, da sie als kreative Manager die Perspektive des Innovativen in die Unternehmensprozesse einbringen.³⁹

37 Der Begriff „phénomène social total“ geht auf Marcel Mauss (1968: 17 f.) zurück.

38 Ganz analog zu Simmel verweist König darauf, dass sich der Mensch über Mode nicht nur ästhetisch, sondern auch sozial definiere.

39 In diesem Sinn hebt Harry West (2007: 16) hervor: „Design is a set of principles and ways of thinking that help us to manage and create in the material world. It values creativity as much as analysis. [...] Now business schools and other interdisciplinary graduate programs [...] have recognized that

Die „*design thinking*“-Debatte kann als ein erster Hinweis gewertet werden, dass die Designprofession selbst an einer Ausweitung designspezifischer Denk- und Handlungsweisen auf designferne und sogar auf designfremde Gegenstände arbeitet. Dies konvergiert mit den Überlegungen eines verallgemeinerten Designbegriffs für die „next society“, wie sie in Abschnitt 2 dargelegt wurden: Reformuliert man mit der netzwerktheoretischen Terminologie, worum es im „*design thinking*“ geht, so lässt sich festhalten: Es geht um die Identifikation von neuen Möglichkeiten der Positionierung in sich immer rascher wandelnden Kontextbedingungen und um deren erfolgversprechende Umsetzung. Die Umsetzung ist dabei als eine Gratwanderung zwischen realistischer Einschätzung der Umsetzungschancen und gestalterischem Selbstbewusstsein bei der Profilbildung beziehungsweise Formation der Identität zu begreifen. Damit wird „*design thinking*“ aber zum Prototyp einer dynamischen Selbstkonstitutions- und Verschiebungsstrategie in der Netzwerkgesellschaft. Es ist der Ort, an dem vielversprechende Interventionsoffensiven erzeugt werden, um das Umfeld von den beabsichtigten Einflussnahmen zu überzeugen. Gleichzeitig tritt die Identität mit dieser Intervention markant in Erscheinung und macht sich damit zu einem Attraktor weiterer sozialer Prozesse. Wenn man so will, ist „*design thinking*“ die Grammatik vielversprechender Kontrollprojekte in der „next society“. Es geht in diesem Sinne um die ebenso strategische wie komplexe Suche nach wirkungsvollen Gestaltungen von Einflussnahmen, so dass sich die Identitäten des Umfelds auf diese Einflussnahmen möglichst dauerhaft einlassen und ihre eigenen Aktivitäten danach ausrichten, was eine weitere Stabilisierung mit sich bringt.

Der Hauptfokus der Netzwerkgesellschaft wird also den Oberflächen gelten. Deren Gestaltung wird darüber entscheiden, wie wirkungsvoll Versuche der Einflussnahme beziehungsweise Kontrollprojekte auf den unterschiedlichen Aggregationsniveaus sozialer Prozesse sein werden. Oberflächen stehen dabei für den Bündelungs- und Umschließungsversuch einer in der Formierungsphase fragilen Identität und gleichzeitig für die Anlockung der Umwelt, sich auf die Interventionen und Offerten dieser Identität einzulassen und sie damit zu stabilisieren. Oberflächen sind die Spielfelder des Designs. Es geht damit auch eine notwendige Veroberflächlichung einher: Die Prozesse und die dahinterliegenden Zusammenhänge sind schlichtweg zu kompliziert geworden, als dass sie von ihren Umfeldern verstanden werden könnten. Es muss also immer mehr darauf verzichtet werden, inhaltlich zu überzeugen. Stattdessen ist auf ansprechende Formen zu setzen, die eine gewünschte Verhaltensweise mit erzeugen. So wird eine erfolgreiche Politik der Netzwerkgesellschaft in Aussicht stellen, welche Handlungsmöglichkeiten sie

the creative principles found in design can be used to develop new solutions for business – and they see this as the next cutting edge. They are distilling the essence of the thought process that arose from the craft of the traditional schools of design. [...] In industry and in consulting, those who marry creative right-brain thinking and analytical left-brain thinking are at the premium. There is a tremendous demand for design thinkers today. [...] That's because innovation often happens not in the centre of a discipline but in the space between disciplines, and right now a lot of new value is being found at the intersection of design and business. Professionals who can understand and respect both sides are at an advantage in our increasingly creative economy.“

den Bürgern bietet, statt Maßnahmen und Wege dorthin zu beschreiben. Ebenso wird sich eine erfolgreiche wissenschaftliche Forschung eher durch das Inaussichtstellen des antizipierten Ertrages ihren gesellschaftspolitischen Rückhalt verschaffen als über fachwissenschaftliche Inhalte, die ohnehin nur noch Insider verstehen.

Doch wie steht es um das Design der Netzwerkgesellschaft selbst? Es dürfte in weltumspannenden Netzen, in Zentren und Peripherien, in Hubs und strukturellen Löchern sowie ganz basal in Kontrollprojekten zu finden sein. Erfolgreiche Identitätsformationen lassen sich dann selbst auf gelungene „Experimente des Designs“ zurückführen, in denen sich Arrangements von gewisser Dauer gebildet haben. Identitäten haben sich ein Design zu geben, um einerseits nach innen kohäsiv zu wirken und andererseits die eigenen Anliegen nach außen zu tragen. Nach innen verfestigen sich derartige Abgrenzungen⁴⁰ insbesondere über ästhetische Präferenzordnungen, für Kohäsion sorgende Symbole und über einen entsprechenden Habitus. Eine Jugendgruppe beispielsweise begreift sich dann nicht nur anders als die anderen, sondern sie gibt sich ein anderes Outfit, verhält sich anders, präferiert anderes etc. Durch diese Designprojekte verfestigen sich „imaginäre“ Grenzen. Sie ergeben sich also aus Zusammenschlüssen und sind damit als Produkt der Innenperspektive einer Gruppe zu werten, im Sinne einer wirksamen Abschottungen dem Außen gegenüber. Eine derartige neue Sichtweise auf Grenzen findet sich bei Andrew Abbots programmatischen Aufsatz „Things of boundaries – Defining the boundaries of social inquiry“.⁴¹ Die Produktwelt scheint ihrerseits wiederum auf diese neuen Anforderungen an Identitätsformationen zu reagieren und die ästhetischen Aspekte im Sinn von identitätsgebenden, -fördernden und -postulierenden Wirkungen in den Vordergrund zu heben (z. B. Outfits von speziellen Jugendsubkulturen).

Damit ist allerdings nur der eine gestaltende Effekt der Identitätsformation in Netzwerken beschrieben. Der andere besteht darin, erfolgreiche, relativ dauerhafte Einflussnahmen auf das jeweils gegebene Umfeld der Netzwerkgesellschaft zu lancieren. Dies erfolgt, wie in Abschnitt 3 dargelegt, durch symbolische und/oder materielle Formgebungen zum Zweck der Aufmerksamkeitserzeugung und Überzeugung, in der kognitive und kommunikative Dimensionen miteinander gekoppelt werden. Gestaltet wird also

40 Zur Grenzthematik in der Netzwerkforschung vgl. ausführlicher Häußling 2009a.

41 “In this paper, I shall argue that it is wrong to look for boundaries between preexisting social entities. Rather we should start with boundaries and investigate how people create entities by linking those boundaries into units. We should not look for boundaries of things but for things of boundaries.” (Abbott 1995: 857) Eine wesentliche Funktion spielt dabei für Abbott der narrative Aspekt. Denn zu Beginn ergeben sich zufällige Differenzen im sozialen Raum, was Praktiken und Sinnsetzungen anlangt. Durch die Bezeichnung dieser Differenzen werden – Abbott zufolge – „proto-boundaries“ (867) erzeugt, die zunächst einmal nur auf der semantischen Ebene Grenzen darstellen. Da diese für Abbott wieder in die Interaktionen einfließen, verfestigen sich diese Differenzen auch auf der operativen und strukturellen Ebene. Abbott wählt zur Veranschaulichung seiner Überlegungen das Beispiel verschiedener Berufe, die sich über Berufsvereinigungen und professionsspezifische Bestimmungen unterscheiden. Dies kann zu faktischen sozialen Schließungsvorgängen führen. Dann wird nicht nur postuliert, dass man anders ist, sondern dann ist man anders, aufgrund des handlungs- und kommunikationsleitenden Aspekts dieser semantischen Postulate.

ein Angebot, bei dessen Annahme Einflussnahmen auf die annehmende Identität stattfinden. Die Annahme ist für die annehmende Identität mit einem wie auch immer gear teten Befolgungsnutzen verknüpft. Durch die Einflussnahme erfährt also nicht nur die einflussnehmende Identität eine Formation, und sei es nur in Form einer zusätzlichen Stabilisierung, sondern auch die beeinflusste Identität. Im Sinne von White sind besonders erfolgversprechende Einflussnahmen stets wechselseitig angelegte Kontrollprojekte: Wirkungsvoll kann nur diejenige Identität kontrollieren, die sich durch das Kontrollierte kontrollieren lässt. Für das Design der Netzwerkgesellschaft bedeutet dies, dass es sich um ein verteiltes Design handelt: nämlich verteilt auf die verschiedenen beteiligten Identitäten; denn von all diesen geht entsprechende gestaltgebende Aktivität aus, die im Kern die jeweilige Einheit der Identität nach außen hin formiert und für mögliche erwünschte Kopplungen mit spezifischen anderen Identitäten wirbt. Können sich auf Basis dieser wechselseitigen Bemühungen Arrangements etablieren, emergieren soziale Netzwerke⁴², die, um dauerhaft neben anderen Netzwerken bestehen zu können, ebenfalls designte Kontrollprojekte lancieren müssen. So können zum Beispiel der Respekt und die Freude am Zusammenspiel bei einer zufällig zusammengewürfelten Gruppe sportlicher Studierender die Gründung einer Fußballmannschaft nach sich ziehen. Und diese Fußballmannschaft würde ihre Mitglieder zu regelmäßigem Training verpflichten. Sie müsste aber auch nach außen um andere Mannschaften werben, gegen die sie dann spielen können. Es kämen eigene Trikots dazu, vielleicht auch eine eigene Profilbildung, etwa als besonders angriffslustige Mannschaft, mit der Zeit dann auch noch eine Erfolgsstory und legendäre Spiele und Spieler etc. Dienen diese aufgezählten Sachverhalte zum Selbstverständnis, zur Kohäsion der heterogenen Mitglieder und/oder zur Außendarstellung der Mannschaft, dann handelt es sich nicht nur um Kontrollprojekte, sondern auch um Designprojekte, genauer um „corporate design“.

Für die Netzwerkgesellschaft selbst besteht ein solches corporate design darin, die Semantik des Netzwerks vor allem in die aktuellen gesellschaftspolitischen Diskussionen zu infiltrieren und ein Denken in Netzwerken zu forcieren. Hierbei spielt die Sichtbarmachung von Netzwerken eine wesentliche Rolle.⁴³ Ein solches Denken in Netzen wird begünstigt durch die technische Infrastruktur des Internets, die nicht nur „materialiter“ ein Netzwerk, das Heterogenes verknüpft, darstellt, sondern sich auch als Produzent neuer Sozialformen erweist, deren Design in der netzwerkförmigen Kombination ihrer Anliegen im Sinne einer Identitätsformation besteht. Allein schon für die Analyse dieser neuen Sozialformen lohnt sich die Einführung eines relationalen Designbegriffs.

42 Diese Netzwerke rekurren dabei stets auch auf die direkte Ankopplung an Nicht-Soziales, wie zum Beispiel Bewusstseinsvorgänge menschlicher Akteure oder technische Prozeduren.

43 Die Visualisierung von Netzwerken ist dann auch wieder Design im engeren Sinne. Es ist bezeichnend, dass die Netzwerkforschung – ähnlich wie die Chaostheorie in den 1980er und 1990er Jahren – den Eigenwert von Visualisierungen ihres Gegenstands für den wissenschaftlichen Erkenntnisprozess erkennt und kritisch reflektiert (vgl. die Münchener Tagung zum Thema „Visualisierung von Netzwerken“ [<http://www.netzwerkvisualisierung.de/>] der DGS-Arbeitsgruppe „Netzwerkforschung“ im Mai 2009; ein Tagungsband ist geplant).

Doch dies ist in Wahrheit nur ein „Nebenprodukt“: Dieser Begriff will jegliche Identitätsformation im Horizont wachsender Verknüpfungserfordernisse bei gleichzeitiger Zunahme der Heterogenität behandeln. Die gestaltgebende Aktivität der Identitäten sorgt gerade für die Turbulenz der Netzwerkgesellschaft, auf die wiederum mit Kontroll- und Designprojekten geantwortet werden muss. Die dadurch losgetretene Dynamik stabilisiert das dafür wie geschaffene Koordinationsgefüge: Netzwerk. Die Netzwerkgesellschaft wird auch eine Designergesellschaft sein, in der globale Designprojekte verteilt sind auf alle beteiligten und alle betroffenen (sozialen und nichtsozialen) Elemente und auf allen Ebenen der sich durch sie bildenden Formationen.

Literatur

- Abbott, Andrew, 1995: „Things of boundaries – Defining the boundaries of social inquiry“, in: *Social Research* 62: 857-882.
- Baecker, Dirk, 2002: *Wozu Systeme?* Berlin: Kadmos.
- Baecker, Dirk, 2005: *Form und Formen der Kommunikation*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Baecker, Dirk, 2007: *Studien zur nächsten Gesellschaft*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Baudrillard, Jean, 1991: *Das System der Dinge. Über unser Verhältnis zu den alltäglichen Gegenständen*. Frankfurt/New York: Campus.
- Blumer, Herbert, 1973: „Der methodologische Standort des symbolischen Interaktionismus“, in: Arbeitsgruppe Bielefelder Soziologen (Hrsg.), *Alltagswissen, Interaktionismus und gesellschaftliche Wirklichkeit, Band 1: Symbolischer Interaktionismus und Ethnomethodologie*. Reinbek: Rowohlt.
- Bolz, Norbert, 1998: „Die Benutzerillusion der Welt. Zur Bedeutung des Designs für Wirtschaft und Gesellschaft im Zeitalter des Computers“. Verfügbar unter: <http://www.mediamatic.net/article-5672-de.html> (Stand: 10.8.2007).
- Bonsiepe, Gui, 1996: *Interface. Design neu begreifen*. Mannheim: Bollmann Verlag.
- Bourdieu, Pierre, 1999: *Die Regeln der Kunst: Genese und Struktur des literarischen Feldes*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Breiger, Ronald L., 1990: „Social control and social networks: A model from Georg Simmel“, in: Craig Calhoun/Marshall W. Meyer/W.Richard Scott (Hrsg.), *Structures of Power and Constraint. Papers in Honor of Peter M. Blau*. Cambridge: Cambridge University Press: 453-476.
- Brooks, Rodney A., 1991: „Intelligence without representation“, in: *Artificial Intelligence* 47: 139-160.
- Bürdek, Bernhard E., 2005: *Design. Geschichte, Theorie und Praxis der Produktgestaltung*. 5. Auflage. Basel/Berlin et al.: Birkhäuser.
- Callon, Michel/Bruno Latour, 1992: „Don't throw the babies out with the bath school! A reply to Collins and Yearley“, in: Andrew Pickering (Hrsg.), *Science as Practice and Culture*. Chicago: University of Chicago Press: 343-368.
- Castells, Manuel, 2001: *Der Aufstieg der Netzwerkgesellschaft. Teil 1 der Trilogie Das Informationszeitalter*. Opladen: Leske + Budrich.
- Cross, Nigel, 2006: *Designing Ways of Knowing*. London et al.: Springer.

- Csikszentmihalyi, Mihaly/Eugene Rochberg-Halton, 1989: *Der Sinn der Dinge. Das Selbst und die Symbole des Wohnbereichs*. München/Weinheim: PVU.
- Drucker, Peter F., 2002: *Managing in the Next Society*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Eco, Umberto, 1972: *Einführung in die Semiotik*. München: Wilhelm Fink.
- Elias, Norbert, 1995: *Über den Prozeß der Zivilisation. Soziogenetische und psychogenetische Untersuchungen, Bd. I: Wandlungen des Verhaltens in den weltlichen Oberschichten des Abendlandes*. 19. Auflage. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Erlhoff, Michael, 1987: „kopfüber, zu Füßen. Prolog für Amimateure“, in: Katalog zu *documenta* 8, Band 1, Kassel: Weber + Weidemeyer: 107-114.
- Esposito, Elena, 2004: *Die Verbindlichkeit des Vorübergehenden: Paradoxien der Mode*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Fuhse, Jan, 2010: „Zu einer relationalen Ungleichheitssoziologie“, in: Jan Fuhse/Sophie Mützel (Hrsg.), *Relationale Soziologie: Zur kulturellen Wende der Netzwerkforschung*. Wiesbaden: VS Verlag.
- Gehlen, Arnold, 1986: *Der Mensch. Seine Natur und seine Stellung in der Welt*. 13. Auflage. Wiesbaden: Aula.
- Goffman, Erving, 1997: *Wir alle spielen Theater. Die Selbstdarstellung im Alltag*. 6. Auflage. München: Piper.
- Gugutzer, Robert, 2002: *Leib, Körper und Identität. Eine phänomenologisch-soziologische Untersuchung zur personalen Identität*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Hamm, Bernd/Ingo Neumann, 1996: *Siedlungs-, Umwelt- und Planungssoziologie. Ökologische Soziologie Band 2*. Opladen: Leske + Budrich.
- Häußling, Roger, 2007: „Zur Positionsvergabe im Unterricht – Interaktionen und Beziehungen in ersten Schulklassen und ihre Folgen“, in: Kristin Westphal/Nicole Hoffmann (Hrsg.), *Orte des Lernens. Beiträge zu einer Pädagogik des Raumes*. Juventa: Weinheim/München: 207-224.
- Häußling, Roger (Hrsg.), 2009a: *Grenzen von Netzwerken*. Wiesbaden: VS Verlag.
- Häußling, Roger, 2009b: „Video analysis with a four-level interaction concept: A network-based concept of human-robot interaction“, in: Ulrike Tikvah Kissmann (Hrsg.), *Video Interaction Analysis. Methods and Methodology*. Frankfurt am Main et al.: Peter Lang Verlag: 107-131.
- Häußling, Roger, 2009c: „Zur Bedeutung von Emotionen für soziale Beziehungen. Möglichkeiten und Grenzen der Netzwerkforschung“, in: Roger Häußling (Hrsg.), *Grenzen von Netzwerken*. Wiesbaden: VS Verlag: 82-104.
- Hellmann, Kai-Uwe, 2003: *Soziologie der Marke*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Hörning, Karl H., 2001: *Experten des Alltags. Die Wiederentdeckung des praktischen Wissens*. Weilerswist: Velbrück.
- Hörning, Karl H./Rainer Winter (Hrsg.), 1999: *Widerspenstige Kulturen. Cultural Studies als Herausforderung*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Jansen, Dorothea/Klaus Schubert (Hrsg.), 1995: *Netzwerke und Politikproduktion: Konzepte, Methoden, Perspektiven*. Marburg: Schüren.
- Joerges, Bernward, 1996: *Technik, Körper der Gesellschaft. Arbeiten zur Techniksoziologie*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Kalka, Jochen/Florian Allgayer (Hrsg.), 2006: *Zielgruppen: wie sie leben, was sie kaufen, woran sie glauben*. Landsberg am Lech: mi-Verlagsgruppe.
- Karmasin, Helene, 1998: *Produkte als Botschaften: Individuelles Produktmarketing, konsumentenorientiertes Marketing, Bedürfnisdynamik, Produkt- und Werbekonzeptionen, Markenführung in veränderten Umwelten*. 2. Auflage. Wien: Ueberreuter.
- Knorr-Cetina, Karin, 1984: *Die Fabrikation von Erkenntnis. Zur Anthropologie der Naturwissenschaften*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- König, René, 1999: „Menschheit auf dem Laufsteg: Die Mode im Zivilisationsprozess“, in: Heine von Alemann/Hans-Joachim Hummell/Oliver König/Hans Peter Thurn (Hrsg.), *Band 6 der René König Schriften – Ausgabe letzter Hand*. Opladen: Leske + Budrich.
- Kreckel, Reinhard, 1992: *Politische Soziologie der sozialen Ungleichheit*. Frankfurt am Main: Campus.
- Latour, Bruno/Steve Woolgar, 1979: *Laboratory Life: The Social Construction of Scientific Facts*. Beverly Hills et al.: Sage.
- Lawson, Bryan, 2006: *How Designers Think: The Design Process Demystified*. 4. Auflage. Oxford: Architectural Press.

- Lindemann, Gesa, 1999: „Doppelte Kontingenz und reflexive Anthropologie“, in: *Zeitschrift für Soziologie* 28: 165-181.
- Löw, Martina, 2001: *Raumsoziologie*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Luhmann, Niklas, 2004: *Schriften zur Pädagogik*, hrsg. v. Dieter Lenzen. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Lynch, Michael/Eric Livingston/Harold Garfinkel, 1985: „Zeitliche Ordnung in der Arbeit des Labors“, in: Wolfgang Bonß/Heinz Hartmann, (Hrsg.): *Entzauberte Wissenschaft: Zur Realität und Geltung soziologischer Forschung*. Sonderband 2 der „Sozialen Welt“, Göttingen: 179-206.
- Mauss, Marcel, 1968: *Die Gabe: Form und Funktion des Austausches in archaischen Gesellschaften*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Müller-Doohm, Stefan, 1995: „Visuelles Verstehen – Konzepte kulturosoziologischer Bildhermeneutik“, in: Thomas Jung/Stefan Müller-Doohm (Hrsg.): *„Wirklichkeit“ im Deutungsprozeß. Verstehen und Methoden in den Kultur- und Sozialwissenschaften*. 2. Auflage. Frankfurt am Main: Suhrkamp: 438-457.
- Pickering, Andrew, 1993: „The mangle of practice: Agency and emergence in the sociology of science“, in: *American Journal of Sociology* 99: 559-593.
- Platz, Axel, 2006: „Horror Vacui? Die Leerstelle als Paradigma im User Interface Design“, in: Maximilian Eibl/Harald Reiterer/Peter F. Stephan/Frank Thissen (Hrsg.), *Knowledge Media Design. Theorie, Methodik, Praxis*. 2. Auflage. München: Oldenbourg: 237-244.
- Plessner, Helmuth, 1975: *Die Stufen des Organischen und der Mensch. Einleitung in die philosophische Anthropologie*. 3. Auflage. Berlin/New York: Walter de Gruyter.
- Rammert, Werner, 2003: „Technik in Aktion: Verteiltes Handeln in soziotechnischen Konstellationen“, in: Thomas Christaller/Josef Wehner (Hrsg.), *Autonome Maschinen*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag: 289-315.
- Rempen, Thomas, 1994: „Von der Industriekultur zum Medienkult“, in: *Zeitschrift form* 148: 12-13.
- Schäfers, Bernhard, 2003: *Architektursoziologie. Grundlagen – Epochen – Themen*. Opladen: Leske + Budrich.
- Schulze, Gerhard, 1997: *Die Erlebnisgesellschaft. Kulturosoziologie der Gegenwart*. 7. Auflage. Frankfurt am Main: Campus.
- Schulz-Schaeffer, Ingo, 1998: „Akteure, Aktanten und Agenten: Konstruktive und rekonstruktive Bemühungen um die Handlungsfähigkeit von Technik“, in: Thomas Malsch (Hrsg.), *Sozionik*. Berlin: Sigma: 129-168.
- Schulz-Schaeffer, Ingo, 2000: *Sozialtheorie der Technik*. Frankfurt am Main: Campus.
- Schütz, Alfred/Thomas Luckmann, 1975: *Strukturen der Lebenswelt, Band 1*. Neuwied: Luchterhand.
- Selle, Gert/Jutta Boehe, 1986: *Leben mit den schönen Dingen. Anpassung und Eigensinn im Alltag des Wohnens*. Hamburg: Rowohlt.
- Simmel, Georg, 1989: *Philosophie des Geldes. Band 6 der Georg-Simmel-Gesamtausgabe*, hrsg. v. David P. Frisby/Klaus Christian Köhnke. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Simmel, Georg, 1992: *Soziologie. Untersuchungen über die Formen der Vergesellschaftung, Band 11 der Georg-Simmel-Gesamtausgabe*, hrsg. v. Otthein Rammstedt. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Simmel, Georg, 1995: *Philosophie der Mode (1905), Die Religion (1906/1912), Kant und Goethe, (1906/1916), Schopenhauer und Nietzsche. Band 10 der Georg-Simmel-Gesamtausgabe*, hrsg. v. Michael Behr. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Simmel, Georg, 1996: *Hauptprobleme der Philosophie, Philosophische Kultur. Band 14 der Georg-Simmel-Gesamtausgabe*, hrsg. v. Rüdiger Kramme/Otthein Rammstedt. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Steffen, Dagmar, 2000: *Design als Produktsprache. Der „Offenbacher Ansatz“ in Theorie und Praxis*. Frankfurt am Main: Verlag form.
- Suchman, Lucy, 1987: *Plans and Situated Actions*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Weick, Karl E./Kathleen M. Sutcliffe, 2003: *Das Unerwartete managen. Wie Unternehmen aus Extremsituationen lernen*. Stuttgart: Klett-Cotta.
- West, Harry, 2007: „The cross-discipline design imperative“, in: *Business Week* 10.4.2007.
- White, Harrison C., 1992: *Identity and Control. A Structural Theory of Social Action*. Princeton: Princeton University Press.
- White, Harrison C., 2008: *Identity and Control. How Social Formations Emerge*. Princeton: Princeton University Press.
- Willke, Helmut, 2005: *Symbolische Systeme. Grundriss einer soziologischen Theorie*. Weilerswist: Velbrück.