
Thomas Born

Kommunikationsdesign als Möglichkeit Gesellschaft gestaltender Kompetenz

Wie in allen Lebensbereichen hat sich der Computer auch im Gestaltungsbereich weitgehend etabliert. Fast alle Gestaltungsaufgaben werden heute digital gelöst. So wie der Computer unsere Lebens- und Arbeitsweise beeinflusst und verändert hat, so verändert er auch die Gestaltungsmethoden und deren Erscheinungsformen¹. Der Computer ist nicht mehr nur ein Werkzeug für Künstler oder Designer, das neben anderen Werkzeugen seinen Platz einnimmt, sondern er ist als ein Medium des künstlerischen Ausdrucks selbst das Atelier. Das Atelier befindet sich nicht mehr nur im Raum, sondern in der Virtualität der Computernetzwerke.²

Digitale Medien haben die soziokulturellen Strukturen unserer Gesellschaft verändert, d. h. auch die Art und Weise, wie wir kommunizieren und Kommunikation gestalten. Kommunikationsdesign bezieht sich also in erster Linie auf die Konzeption und Gestaltung von umfassenden Kommunikationsprozessen in allen gesellschaftlichen Bezügen. Der Gegenstand der gestalterischen Auseinandersetzung ist der Kommunikationsprozess, der im Gegensatz zum klassischen Grafikdesign von zunehmend immaterieller Struktur ist.

¹ Vgl. Born, Thomas | Heine, Anna Elisa: Voraussetzungen für eine mediengestalterische Grundlehre, in: Bildgestaltung im Medienkontext – Grundlagen und Methoden, Bonn: Galileo Design, 2004, S. 30.

² Vgl. Born, Thomas | Heine, Anna Elisa: Design und Technologie, in: Virtual Design Update, fhtw-transfer 27–99, Berlin 1999, S. 12.

Grafikdesign, ist eine Spezifizierung des Begriffs Design wie etwa Modedesign oder Industriedesign. Gegenstand der gestalterischen Auseinandersetzung ist im Grafikdesign die Komposition von Zeichen, Form und Farbe auf Papier und deren Vervielfältigung durch unterschiedliche Druckverfahren.

Während das Grafikdesign als Derivat aus der freien Grafik und der freien Malerei der sechziger und siebziger Jahre hervorgegangen ist, treten mit dem Begriff der visuellen Kommunikation und dem heutigen Kommunikationsdesign »reflektierte Beobachtung und empirische Forschung an die Stelle von Stimmung, Meinung und Intuition«³. Kohle- und Bleistift, Pinsel und Leinwand werden durch Fotografie und Fotokopierer, Cutter und Letraset-Buchstaben abgelöst. Letztere sind mittlerweile im Digitalen aufgegangen. Fachdisziplinen wie Semiotik, Soziologie, Psychologie und Kognitionswissenschaften sind neben der Design- und Kommunikationstheorie die begleitenden wissenschaftlichen Disziplinen des Kommunikationsdesigns.⁴

Im Informationszeitalter hat sich der zu gestaltende Gegenstand im Wesen von den einzelnen materiellen Produkten des Grafikdesigns wie Plakat und Flyer hin zum Immateriellen, zu den Kommunikationsprozessen gewandelt. Die einzelnen medialen Produkte können Bestandteile dieses Prozesses sein. Kommunikationsdesign gestaltet das Geflecht, das über digitale Medien Menschen mit Menschen und digitale Medien zueinander in Beziehung setzt.

Wir haben unsere Kommunikation vielfach aus dem realen Raum in den virtuellen Datenraum des Internets und der Handy-Netze ausgelagert. Immer unauffälliger werden die Interfaces, die uns mit dem virtuellen Datenraum direkt verbinden. So sind die Informationen und Kommunikationsprozesse neu verortet. Denn durch die Digitalisierung der verschiedensten Zeichensysteme wie Bild, Text und Ton wurden diese weitestgehend von ihrer Bindung an haptische Oberflächen befreit, sie werden zur immateriellen Information. Informationen erscheinen nicht nur traditionell auf Plakatwänden und in Heften und Büchern, sondern zunehmend als Daten auf entsprechend großen Displays, Monitoren und vor allem in einem Informationsnetzwerk digital vernetzt. Sie sind nicht mehr zwingend an materielle Oberflächen gebunden.

³ Wurm, Fabian: *Von der Gebrauchsgrafik zur visuellen Kommunikation*, in: *Designerpark – Leben in künstlichen Welten*, Darmstadt: Häusser.media Verlag, 2004, S. 884.

⁴ Ebd. S. 884.

Visuelle Erzählformen sind durch Hyperlinks von ihrer rein linearen Erzählform befreit. Inhalte und Informationen können in vielfältigster Weise in zeitbasierter Gestaltung (Flash, HTML, Javascript, PHP etc.) miteinander vernetzt werden. Verbunden mit anderen Computern werden Informationen so zu räumlich und zeitlich strukturierten Hypertextsystemen. Sie können Hyperräume simulieren, die vollkommen unabhängig vom physikalischen Raum und der chronologischen Zeit konstruiert werden und somit spezifischen gestalterischen und dramaturgischen Eigenheiten unterliegen. Der Datenraum ist als Resultat digitaler, vernetzter Technologie ein virtueller Handlungsraum. Der Bildschirm wird zum Treffpunkt seiner Akteure.

Das Design von Kommunikationsprozessen bezieht sich auf diesen virtuellen Handlungsraum, auf die Interaktion der Handelnden. Die Akteure, traditionell als Sender und Empfänger bezeichnet, stehen in einer interaktiven Beziehung zueinander.

Das von Claude E. Shannon 1949⁵ auf der Basis des Kanalmodells der Informationstheorie entwickelte Sender-Empfänger-Modell der Kommunikation (von Stuart Hall 1970 als Encoding/Decoding Modell ausdifferenziert⁶) definiert Kommunikation als Übertragung einer Nachricht von einem Sender zu einem Empfänger. Dies trifft für die veränderten Kommunikationsbedingungen nicht mehr zu. Im virtuellen Handlungsraum gibt es ein vielschichtiges Geflecht von Beziehungen zwischen den interagierenden Akteuren. Kommunikationsdesigner konstruieren diese Beziehungen und denken diese Interaktionswege, wie und wann etwas passieren soll, als mögliche und ermöglichende Handlungsmodelle voraus.⁷

Sender und Empfänger sind also eher interagierende Multiplikatoren und in Bezug zu virtuellen Online-Welten »multiple« Persönlichkeiten. In online Communities wie »my space« oder »second life« sind reale Formen des virtuellen Ersatzlebens entstanden, die neuartige Erfahrungen provozieren, die entstehen, wenn man ein anderer und zugleich man selbst ist, wenn wir zugleich im materiellen Körper und in der virtuellen

⁵ Vgl. Claude E. Shannon and Warren Weaver, *The Mathematical Theory of Communication*, Urbana, The University of Illinois Press, 1949

⁶ Vgl. Stuart Hall, *Encoding/Decoding*, in: *Culture, Media, Language*, ed. Stuart Hall et al. Hutchinson, 1980, S. 131

⁷ Vgl. Born, Thomas | Heine, Anna Elisa: *Zur Dramaturgie der Interaktivität, Ergebnisse einer vergleichenden Studie*, in: *FHTW-Forschungsmagazin*, Berlin 2001.

Realität agieren. Nach Jeremy Rifkin entsteht hier ein neuer Archetyp, der jederzeit in der Lage ist, in parallelen Welten zu agieren, und der dabei rasch seine Persönlichkeit, ob echt oder simuliert, den Bedingungen anzupassen vermag. Für den neuen Archetyp besteht diese Welt »zunehmend aus hyperrealen Ereignissen und augenblicklicher Erfahrung (...) es ist eine Welt des Vernetzt-Seins. Für ihn zählt alleine der Zugang. Nicht vernetzt zu sein, bedeutet das Ende seiner sozialen Existenz«⁸.

Ein zeitgemäßes Kommunikationsdesign setzt unter diesen veränderten Bedingungen neben gestalterischem Vermögen räumliches Denken und Vorstellungskraft und auch technisches Abstraktionsvermögen voraus. In der Zeit, in der Kultur und Technologie nicht mehr voneinander trennbare Größen sind, in der sich Kommunikation in virtuellen Räumen abspielt, ist es notwendig geworden, die Fähigkeiten miteinander zu verbinden, die sich traditionellerweise diametral gegenüberstehen: konkrete Gestaltung und technische Abstraktion.

Zeichnerische und andere musische Begabungen sind zwar grundlegend, treten aber als ausdifferenzierte Formen künstlerischen Ausdrucks im Kommunikationsdesign mehr und mehr in den Hintergrund. Wichtiger werden zunehmend die Fähigkeiten zur Lösung medialer Gestaltungsprobleme mit bildgebenden Technologien im Kontext ihrer sozialen Wirkung. Dazu gehören neben den wissenschaftlichen und kognitiven Fähigkeiten vor allem Phantasie, kreatives Reflektionsvermögen, Teamgeist, interdisziplinäres Denken und technisches Know-how gleichermaßen.⁹

Der Designtheoretiker Lucius Burckhardt schreibt 1980¹⁰, dass sich Design nicht mehr nur auf Produkte, sondern vor allem auf die Strukturen und Systeme bezieht, die die Produkte und die Menschen miteinander verbinden. Zeitgemäßes Kommunikationsdesign bezieht sich zudem auf die verbindenden Informationen und Kommunikationsprozesse, die heute weitestgehend in den virtuellen Handlungsraum verschoben stattfinden. Burckhardt meint, dass die Dinge und Produkte in unsichtbare

⁸ Rifkin, Jeremy: *Access. Das Verschwinden des Eigentums*, Frankfurt: Campus, 2000, S. 250–251.

⁹ Vgl. Born, Thomas | Heine, Anna Elisa: *op. cit.*, 2004, S. 31.

¹⁰ Burckhardt, Lucius: *Unsichtbares Design*, in: *Die Kinder fressen ihre Revolution. Wohnen, Planen, Bauen, Grünen*, Köln 1985, S. 50.

¹¹ Ebd., S. 53.

Systeme eingebunden sind, die ebenfalls von Menschen »designt« sind. »Nicht die Veränderung des Produktes allein, sondern nur die Beeinflussung von kooperierenden Subsystemen vermag den Alltag des Einzelnen zu verbessern«.¹¹ Der Kontext, die Verbindungen sind entscheidend für die Bedeutung, die Design in der Gesellschaft erfährt. In diesem Sinn verlangt »Burckhardt von den Designern, sehr viel mehr Verantwortung zu übernehmen und die größeren gesellschaftlichen Zusammenhänge als Design-Aufgabe zu verstehen. (...) Burckhardt warnt davor, dass andernfalls lediglich Konsumgüter entstehen, die Abhängigkeit erzeugen und den Konsumenten erpressbar machen.«¹²

Genau das lässt sich gegenwärtig im Design viel zu oft beobachten. Immer da, wo Designer die Bezüge und Zusammenhänge ignorieren, entsteht Design, das sich ausschließlich am schönen Schein, am schnellen Ornament und an der Oberfläche orientiert und sich allenfalls selbst zitiert. Hier wird Design zur sinnfreien Dekoration, zu einer visuellen Belastung der Umwelt. Neue Fernsehformate wie »Die MyVideo-Show – die besten Videos aus dem Internet« ist nur ein Beispiel von vielen für die sich selbst zitierende Medienwelt.

Aber längst ist Design ein entscheidender Wirtschaftsfaktor geworden. Dies trifft im besonderen Maße zu, wenn Struktur, Funktion und Erscheinung als Ganzheit im Designprozess berücksichtigt werden. In allen gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Bereichen lässt sich eine Verschiebung in der Produktivität von der Herstellung von Produkten hin zur Verarbeitung von Informationen beobachten. Informationen sind das strukturierende Element in einer auf der Ressource Aufmerksamkeit basierenden Mediengesellschaft. Waren im 20. Jahrhundert noch die industriell hergestellten Produkte und die Rohstoffe der entscheidende Innovationsfaktor für die Wertschöpfung, so sind es im 21. Jahrhundert die Kommunikationsprozesse, die für wirtschaftlichen Aufschwung sorgen. Denn Wirtschaftswachstum hängt nicht mehr in erster Linie von der Produktivität von Maschinen, sondern erstmals auch »vom effizienten Umgang mit Informationen ab: von Informationsflüssen zwischen Menschen und im Menschen, von Fortschritten im Menschlichen. (...) Die Art, wie Menschen mit einander umgehen, wie sie sich organisieren, wird zum Kernproblem wirtschaftlicher Leistungsfähigkeit in der Informationsgesellschaft.«¹³

¹² Schmidt, Florian A: *Parallel Realitäten*, Zürich: Verlag Niggli AG, 2006, S. 107.

¹³ Händeler, Erik: *Die Geschichte der Zukunft*, Moers: Brendow & Sohn Verlag, 2004

Der bekannte amerikanische Zukunftsforscher Jeremy Rifkin beschreibt diesen Wandel als »... eine Welt, in der materielle Eigentümer immer bedeutungsloser werden. Der gesellschaftliche Wandel, der in einem rasanten Tempo stattfindet, führt langfristig zu einem fundamentalen Paradigmenwechsel: Ideen und Vorstellungen werden Besitz und Güter zunehmend ersetzen. Zugriff und Zugang zu den Informationen wird zum bedeutendsten Wert der Zukunft.«¹² Wenn also Informationen den eigentlichen Wert darstellen, dann kann Kommunikationsdesign zu einem der produktiven Faktoren in der Wertschöpfung unserer Gesellschaft werden. Das Design von Kommunikationsprozessen kann so gesehen ein wesentlicher Faktor für die ethische und wirtschaftliche Entwicklung der Zukunft sein.

Die Menschen haben Technologien entwickelt, die nicht nur das Leben in vielerlei Hinsicht erleichtert haben, sondern auch Erkenntnisse und Sichtweisen ermöglichen, die weitestgehend Fortschritt und Wohlstand bestimmen. Technische Entwicklungen ergänzen unsere sensitiven Wahrnehmungsmöglichkeiten. Dieser Entwicklungsprozess scheint sich nun umzukehren. Die Menschen sind in ihrer enormen Anpassungsfähigkeit selbst im Begriff, Bestandteil von Technologie zu werden. Diese Umkehrung lässt sich sowohl am Beispiel der Virtualisierung ganzer Lebensbereiche als auch an dem festen Glauben daran, dass sich technische Probleme mit immer neuen Techniken am ehesten lösen lassen, gut beobachten. Der Klimawandel und die sich daraus offensichtlich entwickelnden Klimakatastrophen sind ein weiteres Beispiel falsch verstandenen technisch-dominierten Denkens und Handelns. Das Fatale daran scheint zu sein, dass sich sowohl die technischen Entwicklungszyklen als auch die klimatischen Veränderungen progressiv entwickeln. Das heißt, je fortgeschrittener der technische Fortschritt ist, desto schneller und dynamischer werden die Veränderungen sein, mit denen wir es zu tun haben werden – die Verlagerung des Seins in die Virtualität des »secondlife.com« wird hier nicht weiterhelfen.

Die Beschleunigung dieses Fortschritts scheint die Reflexion und das Nachdenken darüber, wie etwas ist oder werden kann, fast völlig zu verhindern. Dietmar Kamper beschrieb schon 1989 in »Bildmaschinen und Erfahrung« die Diskrepanz zwischen Praxis und Theorie. Er schrieb »je moderner die Modernisierung der Verhältnisse wird, umso größer wird der Abstand zwischen den Prozessen des Machens und den Prozessen

¹² Rifkin, Jeremy: op. cit. 2000.

des Nachdenkens. (...) Es gibt die Vermutung, wie sie Günther Anders formuliert hat, dass die Menschen etwas herstellen können, dass sie etwas machen können, was sie nicht verstehen.«¹³ Auf das Studium des Kommunikationsdesign bezogen hieße dies, entgegen der gängigen Praxis die Reflexion der zu gestaltenden Zusammenhänge stärker zu berücksichtigen und die wissenschaftlichen Fachgebiete im Design-Studium weiter auszubauen. Das Gegenteil ist heute fataler Weise in den kürzer werdenden Designstudiengängen der Fall. Die allerorts an den Fachhochschulen postulierte Praxisnähe ersetzt mittlerweile fast vollständig die Reflexion dessen, was man im Begriff ist zu realisieren. So wie Design zu einem wichtigen Wirtschaftsfaktor geworden ist, so wird Kommunikationsdesign, wenn es als Design von Kommunikationsprozessen verstanden wird, ein Gesellschaft gestaltender Faktor sein. Diese gesellschaftliche Relevanz, als verantwortungsbewusste Praxisnähe verstanden, schließt den Prozess der Reflexion, das Nachdenken über Wirkungsweisen und Zusammenhänge zwingend mit ein.

Je relevanter der Einfluss des Designs von Kommunikationsprozessen auf die gesellschaftlichen Zusammenhänge wird, desto größer wird die Verantwortung sein, die der Designer für diese Gestaltungsprozesse zu übernehmen hat. Denn Kohlendioxid ist genauso unsichtbar wie die Sendefrequenzen und Energien der vernetzten medialen Welt. Aufgabe der Kommunikationsdesigner wird es sein, die unsichtbaren Zusammenhänge sichtbar, erfahrbar und bewusst zu machen. Kommunikationsdesigner könnten die in der »technisch-dominierten Welt implementierte Reduktion von Vernunft auf Rationalität und von Denken auf Rechnen«¹⁴ neu definieren, wenn sie sich ihrer kooperativen Verantwortung bewusst würden.

¹³ Kamper, Dietmar: Der andere Schauplatz der Bilder – Von der körperlichen Mimesis zur technischen Simulation, in: Bildmaschinen und Erfahrung, Berlin: Edition Hentrich, 1989, S. 75.

¹⁴ Jochen Lingnau aus einem Vortrag über Mediendesign.