

Bernhard E. Bürdek

Künstler und Navigator

Der Designer als Führer durch Raum und Zeit

Frankfurter Allgemeine Magazin, 24. Woche, 14. Juni 1996, Heft 850

Design ist keine Erfindung unserer Tage. Schon im sechzehnten Jahrhundert machte man sich ähnliche Gedanken wie wir heute um den Charakter von Kunstwerken, die Entmaterialisierung der Dinge, um die Virtualisierung und die Aufhebung von Zeit und Raum. Der zwischen 1511 und 1574 in Florenz und Rom lebende Maler, Baumeister und Kunstschriftsteller Giorgio Vasari war einer der ersten, die für den autonomen Charakter von Kunstwerken plädierten. Das Prinzip, dem die Kunst ihre Existenz verdankt, bezeichnete er als „disegno“, in direkter Übersetzung heißt das Zeichnung oder Skizze. Disegno bezeichnete jedoch auch die künstlerische Idee, und so wurde schon damals unterschieden zwischen „disegno interno“, dem Konzept für ein entstehendes Kunstwerk – also Entwurf oder Plan –, und „disegno esterno“, dem vollendeten Kunstwerk selbst.

Vasari erhob erstmals die Zeichnung zum Vater der drei Künste, der Malerei, Plastik und Architektur. Von diesen fühlte sich das Design insgeheim von jeher angezogen, mancher bedeutende Designer kam selbst aus der Kunst oder der Architektur. Das Design führt heute in kunstwissenschaftlichen Diskursen freilich noch immer ein Schattendasein, obwohl die Namen einiger zeitgenössischer Designer in der Öffentlichkeit bekannter sind als etwa die von lebenden bildenden Künstlern. In dem

Spannungsfeld zwischen Idee und Ausführung bewegt sich das Design auch heute, ja man kann sagen, das „disegno interno“ schließt die Virtualität ein, Plan oder Zeichnung stellen ja auch nur ein mögliches, „denkbares“ Bauwerk Produkt dar. Erst im „disegno esterno“ werden die Ideen anschaulich, geformt in der Materialität von Kunstwerken. Profanes Gegenstück dazu sind die Alltagsobjekte der heutigen Warenwelt.

Daß von diesen Allerweltsprodukten sogar erzieherische und belehrende Wirkungen ausgehen können, nutzten die Gründer der europäischen Werkbünde zu Beginn dieses Jahrhunderts als Motor ihrer Bemühungen um die Geschmackserziehung der Bevölkerung. Der Vorbildcharakter von Räumen, Möbel, Textilien und Gebrauchsgegenstände fand gerade auch die Aufmerksamkeit der Gestalter des legendären Bauhauses in Weimar und Dessau.

Nach dem Zweiten Weltkrieg bemühte man sich insbesondere an der – inzwischen Geschichte gewordenen – Ulmer Hochschule für Gestaltung um vorbildliche Produkte. „Von der Moral der Gegenstände“: Unter diesem Leitthema ließ eine Ausstellung deutlich werden, daß die Krise der Moderne auch eine Krise der Gegenstände ist. Überall in der Lebens- und Berufswelt ist von Virtualität die Rede ist. Die Telearbeit am Computerbildschirm in der Nähe des häuslichen Herdes ist längst Wirklichkeit. Beruf und Freizeit, Kinderbetreuung und Hausarbeiten, werden dadurch ebenso vernetzt wie die Heimarbeitsplätze.

Die neuen Formen der Heimarbeit sollen neue Freiräume eröffnen, doch sie schaffen zugleich auch neue Abhängigkeiten. Online einer Beschäftigung nachzugehen bedeutet, daß die Arbeit

auf verschiedenen Stätten verteilt und doch gewissermaßen an einem Ort verrichtet wird. Diesen Effekt nutzen weltweit operierende Konzerne längst in großem Umfang. Schon seit langem gibt es Videokonferenzen; Konstruktions- und Produktionsdaten werden durch die Netze geschickt; Entwicklung, Design und Fertigung können an jedem beliebigen Ort der Welt angesiedelt sein. Für den Kunden eröffnen sich dabei ungeahnte Perspektiven: Er kann mitwirken bei der Herstellung eines persönlichen, individualisierten Produkts. Die Losgröße eins, das traditionell handwerklich gefertigte Einzelstück, wird heute durch innovative Fertigungsweisen zu erschwinglichen Preisen für jedermann verfügbar.

Wenn der häusliche Computer zum Arbeiten in Betrieb ist, kann man damit auch gleich virtuell einkaufen gehen. Versandhäuser proben seit längerem mit CD-ROM-Katalogen oder in Online-Diensten und im Internet, ihre Kunden an die neuen Möglichkeiten des Auswählens und Bestellens zu gewöhnen. Ein Problem ist noch das Fehlen sicherer Online-Zahlungsmethoden. Bahn- und Flugauskünfte, Informationen über Reiseziele, Hotelzimmer, Unterhaltungsprogramme und Ausflugsangebote sind in immer größerem Umfang online verfügbar. Irgendwann wird man vielleicht ganz auf Reisen verzichten, das virtuelle Erlebnis übersteigert die Realität bisweilen schon jetzt, wie – vor allem jüngere – Cybernauten zu berichten wissen, die mit Datenhandschuh und –helm so virtuos umzugehen verstehen wie früher die Ritter mit Lanze und Schwert. Selbst der Cybersex scheint reale Erfahrungen zu übertrumpfen.

Die Faszination des Virtuellen greift überall in den neuen Medien. Bei den Fernsehveranstaltungen werden die Kulissen überflüssig, im virtuellen Studio werden alle Bilder elektronisch erzeugt,

dadurch eröffnen sich neue Seh- und Erfahrungswelten. Das Frankfurter Ballett benutzt William Forsythes auf CD-ROM gebannte Choreographien als Schulungsmaterial. Das euphorisch als „digitale Akademie“ bezeichnete Projekt dient dazu, interaktive Formen von Bewegung und Sprache, Musik und Bildern zu untersuchen.

In Schulen und Hochschulen, in der Aus- und Weiterbildung ist die Virtualisierung schon weit fortgeschritten. Die Frankfurter Universität stellt jedem Studierenden für die lächerliche Gebühr von zwanzig Mark im Semester einen unbegrenzten Internet-Zugang zur Verfügung. Neben der weltweiten Nutzung sämtlicher Informationsquellen – viele Bibliotheksbestände sind online abrufbar - können dabei auch aktuelle Formen des Lernens, Forschen und Kommunizieren erprobt werden. Studentische Arbeiten gelangen als elektronische Dokumente auf die Monitore der Lehrenden, die Kommentare oder Korrekturen kommen mittels der Reply-Funktion des jeweiligen E-mail-Programms netz-wendend. Die Vision, daß der einzelne Studierende nur noch einmal pro Woche zur Universität kommt, ist bald schon Wirklichkeit. Die gesundheitlichen Schäden jedoch, die der übermäßige virtuelle Konsum mit sich bringt werden auf dieselbe Weise kuriert, wie sie entstehen: die Telemedizin schreitet munter voran. Wer online erkrankt, wird auch online kuriert.

Die antike Polis, als Gemeinschaft der Bürger verstanden, findet sie heute nicht ihre Entsprechung im Internet? Ist Howard Rheingolds Virtuelle Gemeinschaft womöglich nur die Ansammlung sämtlicher verfügbarer E-mail-Adressen, jederzeit direkt und unmittelbar vor Entscheidungen ansprechbar, die Antworten direkt abrufbar? Die Rütli-Wiese auf einem Server im weltweiten Datennetz? Die nationalstaatlichen Grenzen stellen

für die Datenströme keine Barrieren dar. Die pornographische Schmuddelszene und politische Randgruppen machen sich diesen Effekt schon eifrig zunutze. Eine unter vielen virtuellen Erfahrungen ist, daß sich das Leben mehr und mehr von den Menschen und Dingen entfernt; Monitore werden zu Altären des Virtuellen. Und so verlagert sich das Design selbst auch auf die Bildschirme. Nicht mehr der Gegenstand selbst, sondern seine virtuelle Präsenz wird zum Thema des Entwerfens. Das bringt neue gestalterische Herausforderungen mit sich.

Die menschliche Wahrnehmung wird zunehmend durch visuelle Kategorien geprägt: Printmedien, Fotografie, Film, Video, Computer, vor allem der nicht enden wollende Strom der digitalen Bilder beherrscht unser Bewußtsein und damit das Sein. Die abendländische Wortkultur verwandelt sich in eine Bildkultur. Hans-Dieter Degler formuliert es so: „Aus cogito, ergo sum – ich denke, also bin ich – , wird jetzt video, ergo est – ich sehe, also ist es“.

Freilich funktioniert das nicht reibungslos, die Apologeten der neuen Bildkultur übersehen allzu leicht, daß die Kognition des Menschen begrenzt ist. Ob Eisenbahn, Telefon oder Automobile – es hat immer Jahrzehnte gedauert, bis sich neue Technologien durchgesetzt haben, und auf breite Akzeptanz gestoßen sind. Gerade dem Telefon wurde in seinen Anfängen jeglicher Bedarf abgesprochen, und doch begann mit ihm die Virtualität des zwanzigsten Jahrhunderts: An verschiedenen Orten zu sein, den anderen nicht von Angesicht zu Angesicht zu sehen – und doch mit ihm zu sprechen, also die Aufhebung von Raum und Zeit, dies war eine wahrhaft virtuelle Erfahrung.

Hundert Jahre hat es gedauert, bis die nächste Entwicklungsstufe mit dem Telefax erreicht war. Heute überschlagen sich

die neuen Systeme: Pay-TV, interaktives Fernsehen, Video-on-demand, Online-Dienste, all das sollt möglichst intensivst genutzt und entsprechend bezahlt werden. Die elektronischen Geräte in der beruflichen Welt, zu Hause oder in der Freizeit, mit denen wir unablässig zu tun haben, zwingen uns ihre Benutzungsstrukturen auf. Wir sind täglich von Hunderten von Mikroprozessoren umgeben, ohne daß wir sie wahrnehmen, Dutzende von Bedienungsanleitungen füllen Ordner und Regale. Man hat sie auch schon Überlebensanleitungen einmal genannt, denn ohne sie würden wir oft schon beim ersten Versuch, ein Produkt zu nutzen, verzweifeln oder gar scheitern. Der Verein Deutscher Ingenieure hat sogar eine Richtlinie herausgegeben, wie Technische Dokumentationen anzufertigen sind: Benutzerinformation, VDI 4500, Blatt 1. Die Gebrauchsanleitung, eigentlich Bindeglied und Kommunikationsmittel zwischen Produkt (Hersteller) und Anwender (Benutzer), scheint manchmal eher die Desorientierung des Benutzers zum Ziel zu haben.

Viele Brüche in unserem Alltag sind dadurch gekennzeichnet, daß sich die menschliche Evolution merklich langsamer entwickelt als die technologische; das Auseinanderdriften dieser beiden Entwicklungslinien wirkt sich in vielen Produktbereichen fatal aus. Ein kurzer Blick auf die häuslichen Fernbedienungen für Fernseher, Video, Hi-Fi-Geräte oder Satelliten-Receiver veranschaulicht welche Informationsflut der abendliche Krieg der Knöpfe über den Benutzer hereinbrechen läßt..

Quantität statt Qualität scheint die Maxime des Informationszeitalters zu sein, aber das menschliche Gehirn und das des Menschen halten damit nicht Schritt. Donald A. Norman, ein amerikanischer Psychologe, erkannte schon früh das Problem: Das Syndrom der immer komplexer und umfangreicher werden-

den Leistungsmerkmale bei elektronischen Geräten („featuritis“) – immer mehr Funktionen werden in immer kleiner werdende Produkte gepackt – führt zu einer Überkomplexität, die nicht mehr wahrnehmbar oder beherrschbar ist. Die mentalen Modelle, die der Mensch noch von manchen Gegenständen besitzt, beispielsweise die Wählscheibe beim Telefon, sind für das virtuelle Zeitalter nicht mehr brauchbar. „Oberflächenkomplexität erwächst aus Tiefeneinfachheit“, hieß es in der Chaosforschung (Roger Lewin). Der Satz wäre einfach umzukehren: „Tiefenkomplexität benötigt Oberflächeneinfachheit“. Je mehr Funktionen in einem Gerät vorhanden sind, desto leichter müßte es sich bedienen lassen. Das sollte jedenfalls zu einer Design-Maxime des Virtuellen werden.

Zwei große Themenbereiche erhalten deshalb eine zunehmend größere Bedeutung: Interaction Design und Interface Design. Der englische Designer Bill Moggridge fand eine einleuchtende Unterscheidung: Die Art und Weise, wie der Mensch mit einem Produkt umgeht, und die Formen der Kommunikation, die zwischen dem Benutzer und einem Gerät entstehen, die angeboten und tatsächlich praktiziert werden – das ist das Interaction Design. Wie sich die jeweiligen visuellen Informationen im einzelnen darstellen auf den Monitoren und Displays darstellen – dies ist das Interface-Design. So läßt sich nach Moggridge von der Interaktion mit einem Gerät und andererseits vom Interface des jeweiligen Programms sprechen. Diese Unterscheidung vereinigt die traditionellen Stränge der Disziplin: die Funktion und die Erscheinung, das Praktische und die Semantik.

An dieser Schnittstelle eröffnet sich das weite Feld des virtuellen Designs, in dessen Mittelpunkt Fragen der Navigation sowie der Orientierung stehen. „Lost in Hyperspace“: Der Verlust

der Orientierung in Datennetzen ist zu einem zentralen Problem geworden. Immer neue Verknüpfungen (Hyper links) befördern das nicht enden wollende „Surfen“ im Internet oder das Zappen auf einer CD-ROM. Dabei muß die Information in möglichst kleine Häppchen zerlegt werden, denn zu langes Verweilen gilt als dem Medium nicht angemessen, ein Effekt, der sich auch in gedruckten Magazinen widerspiegelt. In Nordamerika gibt es sogar schon der Beruf des „Agenten im Netz“, der dem Nutzer helfen soll, sich im Informationsdschungel zurechtzufinden. Ähnliches versprechen die „search engines“, im Internet: Millionen von Web-home-pages können mit diesen Programmen nach den gewünschten Stichworten durchsucht werden.

Wie orientiert man sich in der unendlich scheinenden Datenflut? Könnte die viel beschworene Interaktion nicht mehr bedeuten als das einfache Rückkoppelungsprinzip der Kybernetik, das wir schon aus der Verhaltensforschung des beginnenden 20. Jahrhunderts kennen? Bei den Pawlowschen Hunden setzte die Speichel- und Magensaftsekretion nicht erst beim Fressen, sondern schon beim Anblick der Nahrung oder beim Hören der Schritte des Wärters ein. Reagiert der Computerbenutzer heute beim Anblick dreidimensionaler Knöpfe oder von „radio-buttons“ auf seinem Bildschirm schon so, daß er geradezu zwanghaft einen Mausklick ausführen muß? Sind nicht die Hyper links auf den Web-Seiten auf diesem einfachen Reiz-Reaktions-Schema aufgebaut?

Mehr als fünfhundert Jahre brauchte Gutenbergs Erfindung der Buchdruckerkunst, um den heute gängigen Standard zu erreichen. So wundert es nicht, daß bei den elektronischen Medien vieles noch den Charakter von Versuch und Irrtum besitzt: zaghafte Geh- und Tastversuche in alle denkbaren Richtungen.

Die Suche nach den medienspezifischen Formaten elektronischer Erzeugnisse ist in vollem Gang. Die ersten Produktionen zu Beginn der neunziger Jahre nannten sich noch „elektronische Bücher“, was unmittelbar auf ihre klassische Herkunft verwies. Aber rasch erkannte man, daß das Übertragen von gestalterischen Prinzipien aus der Druckbranche auf die elektronischen Medien nicht funktioniert; gedruckte Schrift ist etwas ganz anderes als Typographie auf dem Bildschirm.

Die Entdeckung des virtuellen Raums kann der Entdeckung der Perspektive im ausgehenden Mittelalter gleichgesetzt werden. Da das räumliche Vorstellungsvermögen durch jahrhundertelange Schulung des Menschen entwickelt ist, liegt es nahe, sich im virtuellen Design dieses Phänomens zu bedienen. Der Übergang vom Zweidimensionalen, der gedruckten Seite, über das Dreidimensionale, den Raum zum n-Dimensionalen, dem virtuellen oder Hyper-Raum, kann damit erträglicher gemacht werden.

Spezielle Programme („virtual reality“) ermöglichen es, daß man sich in bekannten Strukturen bewegen kann. So bietet eine Design CD-ROM aus dem DuMont-Verlag einen ausgiebigen Rundgang durch ein „virtuelles Design-Haus“, und von den dort platzierten Gegenständen navigiert man zu weiteren Informationen über die Designer, deren Biographien, Zeichenstilen, zu anderen Produkten, Firmen, Adressen oder Literaturhinweisen.

Aber auch grundlegende Formen der Wahrnehmung können neu interpretiert werden. Das Prinzip der Unschärfe läßt sich beispielsweise einsetzen, um zwischen wichtig und unwichtig oder aktiv und passiv zu unterscheiden, was mit Erfolg bei einigen Fernseh-Werbepots praktiziert wird. Gestalterische Prinzi-

prien der Rasterbildung, des Seitenlayouts, der Verwendung von Farben als Bedeutungsträger sind das essentielle Handwerkszeug für ein Design des Virtuellen.

Als die Grundlagen des modernen visuellen Denkens von den Wahrnehmungs- und Gestaltpsychologen der zwanziger und dreißiger Jahre gelegt wurden, entstand der Leitsatz, daß Gestalten zuerst bedeute, Ordnung zu erzeugen. Im Zeitalter des virtuellen Denkens wandelt sich die Ordnung zur Orientierung, eine Folge der Aufhebung von Raum und Zeit im Hyperspace. Deswegen müssen aber traditionelle Gestaltungsprinzipien nicht gleich über Bord geworfen werden, man sollte sie vielmehr durch neue – virtuelle – erweitern. Sehr zaghaft erkennen Produzenten und Unternehmen, daß die elektronischen Medien überhaupt des Designs bedürfen; der hohe Prozentsatz gestalterischen Mülls spricht Bände.

Ähnlich war die Situation vor zehn Jahren, als das „Desktop-Publishing“ aufkam, die Setzerei und die Druckerei für jedermann mit Personal Computer und Laserdrucker. Es brachte zunächst eine gewaltige visuelle Umweltverschmutzung mit sich. Erst renommierte Designer wie Neville Brody, David Carson, April Greiman oder Erich Spiekermann haben mit beispielhaften Arbeiten den virtuellen Gestaltungsnotstand überwunden. Hilfreich war auch Arbeit zweier bedeutender Institutionen in Deutschland auszeichnen: des Design Zentrums Nordrhein-Westfalen und des Industrie-Forums Design in Hannover, das seit 1995 vorbildliche Interface-Design-Konzepte auszeichnet.

Erst allmählich begannen die Arbeitswissenschaftler, sich eines wichtigen Themas anzunehmen; der Anpassung der Maschine an den Menschen; die Entwicklung schien ja eher vom Menschen die Anpassung an die Maschine zu fordern. Dabei

geht es nicht nur um medizinische Folgen der Arbeit an falsch eingerichteten Bildschirmarbeitsplätzen, auch die Software wurde immer häufiger Gegenstand von Untersuchungen. Falsche Bedienstrukturen – warum muß man bei einem Gerät Geld einwerfen und dann nochmals einen Bestätigungsknopf drücken? –, Programmlogiken, die aus der Welt der Informatiker stammen aber für den Laien vollkommen unverständlich sind, Fehlermeldungen, die selbst ein Experte nur mit Hilfe eines Handbuchs analysieren kann – all dies trägt mehr zur Desinformation bei, als daß es dem Benutzer eine Orientierungshilfe bietet. Bei Internet-Adressen führt der kleinste Tippfehler zu falschen Verbindungen: das Netz der Netz befindet sich trotz vieler bedienerfreundlichen Neuerungen noch immer in einem kryptischen Zustand der Computer-Steinzeit.

Immerhin, längst wird über benutzergerechte Gestaltung auch auf diesem Gebiet geforscht, an den Instituten der Fraunhofer-Gesellschaft oder etwa am Institut für Hygiene und Arbeitsphysiologie der ETH Zürich. Damit sich ein Anwender über die innere Logik einer Software einen Überblick verschaffen kann, sollte ihm das Programm jederzeit diese Fragen beantworten können: Wo innerhalb des Programms bin ich? Was kann ich hier tun? Wie kam ich hierher? Wohin kann ich gehen? Wie komme ich dorthin? Mit so einfachen Fragestellungen kann man selbst für hochkomplexe Produkte Bedienstrukturen entwickeln, die überschaubar und zugleich für den Benutzer einsehbar sind.

Die Wirklichkeit wird sicher nicht in nächster Zeit sang- und klanglos verschwinden, wie dies einige Propheten der neuen Medientheorie glauben lassen wollen. Das Virtuelle setzt immer noch Realität voraus: Monitore, Displays, quadratmetergroße Flachbildschirme, Datenhelme oder -handschuhe –mit welchem

gerät wir auch das Virtuelle sichtbar machen, alles, was wir da sehen, wird von Computern berechnet. Die werden zwar immer kleiner, schneller und leistungsfähiger, aber wenn sie verschwänden, wer produzierte dann solche Bilder? Zwar wird an elektronischen Implantaten für den menschlichen Körper gearbeitet, deren Serienfertigung wird aber wohl noch Jahrzehnte dauern.

Die Virtualität ersetzt nicht die Materialität, sie erweitert sie nur. Am Beispiel der Post wird das deutlich: nach dem Kurrier, der Briefpost und dem Fax sind wir bei der „electronic mail“ angelangt. Sie hat mit der traditionellen Post nichts mehr gemein, denn man kann E-mail jedem Ort der Welt aufgeben und empfangen, sie ist ja nur virtuell auf einem Server und über das Netz abrufbar.

Virtuelles Design gehört auch anderweitig zum Alltag: Um die Bewegungsfähigkeit innerhalb einer Software oder bei einem Gerät vor der eigentlichen Entwicklung und Produktion überprüfen zu können, werden virtuelle Prototypen erstellt, Simulationen der eigentlichen Produkte. Ebenso wie Piloten in Flugsimulatoren den Ernstfall gefahrlos proben können, dienen die virtuellen Prototypen des Designs dazu, den Ernstfall der Bedienung – und damit auch mögliche Fehler bei der Benutzung – vor der Anwendung in der Praxis zu erkennen und zu beheben.

An dieser Erkenntnis zeigt sich auch, daß die Virilios Unterscheidung zwischen Simulation und Substitution von großer Bedeutung ist. Vieles von dem, was heute als virtuell bezeichnet wird, ist nur Simulation der Wirklichkeit. Die Substitution, also die Spaltung der Realität in zwei Teile – eine wirkliche und eine virtuelle –, steht noch in weiter Ferne. Jean Baudrillard will seine Realität wieder zurückhaben, deren Verschwinden er

in den achtziger Jahren vehement propagierte hatte, und allenthalben macht sich die Sehnsüchte nach einer neuen (oder doch nur alten?) Materialität breit, vielleicht nur deshalb, weil der Mensch selbst eben (noch?) Materie ist.