

THE LABORATORY OF MANUEL BÜRGER

Slippery Design

The Essay



Don't Judge A Pdf By Its Cover



POSTED ON: 02.11.2011. LAST MODIFIED: 13.10.2013

Slippery Design fordert Balance und Ordnung heraus, führt ins Leere¹ und² zeigt³ uns⁴ Welten. Slippery Design schafft Bedeutungsfelder, Mimesis in Relationen, Fluchtlinien zu Oppositionen. Slippery Dsgn beherrscht das Spiel mit semiotischen Fetzen, es spricht in Silben, nicht in Sätzen. Slippery Design setzt auf Verbreitung durch Irritation, Mutation, Fehlschläge ~ bringt Diskurse ins Wanken. Slippery Design ist der wahre Geist des Mem⁵, die Virtuosität unser einer Dilettanten.

Dieser Essay⁶ – ein Gedankenspiel mit visuellen Skizzen – will einen neuen Zugang zur visuellen Kommunikation finden. Einen, der einer Zeit gerecht wird, die sich in und mit verflochtenen Ambiguitäten zurechtfindet. Slippery Design ist kein Stil, sondern ein State of Mind, eine Praxis, eine Weise des Umgangs mit kulturellen Werten und Verweisen, eine Schreib- wie Leseart, Mythenbildung und ihre gleichzeitige Dekonstruktion. Es lebt in und durch Differenzen -- immer mit dem Ziel kontrovers Gestaltung zu betreiben.

Tag Words: Design, Differenzen, Ambiguität, Slippness, Fitness, Mem, Wettbewerb, Dysfunktion, Scheitern, Wagnis, Virtuose, Dilettant, Signifikanten Wirrwarr, Autopoiesis der Ideen, Suchen und Finden, Ersetzen, Kommunizieren, Lost in Connotation

Erstellt am: 02.11.2011, Letzte Änderung: 13.10.2013



Points of Access: <http://imgur.com/gallery/bZDGr>

ninjabomber:

I highly doubt this is a European beach. There is no nudity.

borg 3:

Commenting on this photo will surely take more than 140 characters

gialoso:

Ok yeah, but how does it hover?

eatplentylomein:

I DONT FUCKING GET IT

Alphadisiac:

She's a vampire...she casts no shadow.

1

2 :-)

3 Slippery Design strebt nach Wissen und verlangt Vertrauen – zweifelt an der Hegemonie der Kontrolle,

4 richtet mit gewohnten Mustern.

5 Wikipedia: „Als Internet-Phänomen (auch Internet-Hype oder Mem(e)) wird ein Konzept in Form eines Links oder einer Bild-, Ton- und Videodatei bezeichnet, das sich schnell über das Internet verbreitet.“

6 a.) Auf der Suche: Dieser Essay liegt irgendwo auf einem Punkt WXYZ meiner bisherigen und zukünftigen Design-Recherchen und -überlegungen. Mit dieser Feststellung will ich ihn definitiv nicht entschärfen, sondern lade seine Leser viel mehr dazu ein, an diesem Prozess des Werdens teilzunehmen – deshalb auch „beta“-Version b.) Im Unterschied zu typischen kulturtheoretischen Beobachtungen wird hier ein Design-Begriff entworfen, der sich seine Phänomene erst noch mühsam zusammensuchen, wenn nicht selbst herstellen muss. Er folgt sowohl meinem Geschmack als auch Tendenzen zeitgenössischer Gestaltung. Damit begreife ich eine Definition von Slippery Design als äußerst subjektiv, meiner geistigen Haltung entsprechend: verwirrt, mehrdeutig, missverständlich.

Slippery Design

forever beta

1. Fitback

Zunehmendes Design-Verständnis und direkte User-Beteiligung

- 1.1 Internet Aware Design
- 1.2 Autopoiesis des Mem und Virtuosität?
- 1.3 Fitback (Fast Feedback Potential)

2. Balance & Herausforderung

Die neue "Form Follows Function"-Gleichung des Slippery Designs

- 2.1 Form fools Function, Function fools Form
 - a.) Scheitern - die Herausforderung der Dysfunktion
 - b.) Riskieren - der Balanceakt zwischen Virtuosität und Dilettantismus

3. Lost in Connotation

Zwischen Bedeutungsfeldern und Fluchtlinien, großen Erzählungen und verflochtenen Ambiguitäten

- 3.1 (Stop) Making Sense?
- 3.2 Self-referential Design
(Tristram Shandy & David Byrne - their Nature of Contradiction)
- 3.3 Lost in Connotation (Summary included)

1. Fitback – Zunehmendes Design-Verständnis und direkte User-Beteiligung



FITBACK BESCHREIBT DAS PHÄNOMEN EINER SCHNELLEN "FEEDBACK"-KULTUR IM WEB MITSAMT DER DAMIT VERBUNDENEN MÖGLICHKEITEN, KOMMUNIKATION NEUARTIG ZU GESTALTEN. DABEI ZEIGT DER USER IN SEINEM VIRTUOSEM GESCHICK IM UMGANG MIT GEGENWÄRTIGEN KOMMUNIKATIONSTOOLS UND ROUTINEN, DASS ER SCHNELLER UND SOUVERÄNER IST, ALS VIELEN LIEB IST.

1.1 Internet Aware Design

Das Ausrutschen auf dem Design-Gegenstand, das Hadern am Verständnis, die Suche nach Halt und Bedeutung – alle diese Effekte des Slippery Designs lassen sich auf eine **Demokratisierung** der Design-Kultur zurückführen. Zu einem Wissen über und eine **Sensibilisierung** für Design und seine Rolle in unserem Leben gesellen sich Know-how in visueller Grammatik sowie eigene praktische gestalterische Erfahrungen. Dieses Phänomen ist eine dankende Einladung, die Strapazierung des Design-Begriffs in diesem Essay voranzutreiben, das allgemeine Wissen darüber auf die Probe zu stellen und eine Diskussion außerhalb eines elitären, ästhetisch orientierten Diskurses zu suchen.

Mein Interesse gilt einer **neuen Intelligenz, die darin besteht, in der sagemunwobenen Informationsflut des Webs verschiedenste visuelle Codes zu differenzieren, sie aufzuschlüsseln und Verbindungen zwischen ihnen herzustellen**. Auf beeindruckende Weise können Ideen so in Formen verwandelt werden; Formen, die wiederum den Geist stimulieren, trainieren, nähren. Die heutige Informationskomplexität hat vor allem etwas Gutes, in ihr steckt das Wesen eines verflochtenen und stets reagierenden Designs.

"On October 13, 2012, there were around 77 million Tumblr and 56.6 million WordPress blogs in existence worldwide." (wikipedia.org/wiki/blog)

Design gewinnt damit nicht nur an Vielschichtigkeit, sondern wird Teil des Spiels um Aufmerksamkeit und die damit verbundene Macht, die die User angeblich selbst in der Hand haben. "User Generated Content", einer der meidenswerten Begriffe des Web 2.0-Glossars, bezeichnet etwas, das durch eine Partizipation des Users im Web zustande kommt, bei der dieser meist bewusste Gestaltungsentscheidungen trifft. Woher dieses Ur-Gespür für Design, warum die unersättliche Beschäftigung mit Formgebung?

Damals (2008): Boris Groys kommt von der Moderne und dem Tod Gottes über die Veränderung in der Gestaltung der schlichten Seele, welche "zur Begleitung des Körpers, zu seinem sozialen, politischen, ästhetischen Erscheinungsbild" wird, zu folgendem Schluss: „Wo Religion war, ist Design geworden.“⁷ Das gottgegebene Seelendesign wird durch das **Selbstdesign** ersetzt, welches „zum Bekenntnis“⁸ wird. „Indem man sich selbst und seine Umwelt auf eine bestimmte Weise designt, bekennt man sich zu bestimmten Werten, Attituden oder Ideologien.“⁹

Heute (2012): definieren junge Autoren wie Brad Troemel den User als Creative Director, welcher sein eigenes "**online brand making**"¹⁰ betreibt. Und es verwundert dabei auch niemanden mehr, wenn wir verschiedenste Profile und/oder Identitäten unterhalten. Das Aufgehen in Differenzen und Agieren unter multiplen Masken könnte uns weitaus besser liegen, als wir es vermutet hatten. Das Pflegen visueller Sets mit identitätsstiftenden Zeichen ist ein substanzieller Teil der Selbstbestimmung geworden – offline wie online.

7 Groys, Boris. 2008. "Die Pflicht zum Selbstdesign." In: *Die Kunst des Denkens*. Hamburg: Philo Fine Arts. S. 9-11

8 Ebd. S. 9-11

9 Ebd. S. 9-11

10 Online brand making is the new art of the masses - it is the only process of aesthetic construction America's population almost universally shares." Troemel, Brad. 2012. "Why You Should Make Yourself Someone Else Online." In: Gerd de Bruyn, Asli Serbest und Mona Mahall (Hg.). *Junk Jet*. Stuttgart: igmade. S. 25

"[The art of] Postproduction apprehends the forms of knowledge generated by the appearance of the Net (how to find one's bearings in the cultural chaos and how to extract new modes of production from it)." (Nicolas Bourriaud, *Postproduction*, 2002)

"We live in a constant stream of post-production, where ideas, images and formats are constantly interchanged and re-oriented." (Artie Vierkant, "in Post" Ausstellungstext, 2012)

Die Fähigkeit des Internet Aware Designers¹¹, des Producers¹² oder "Semionauten"¹³ besteht vor allem in der Selektion und **Rekontextualisierung von Zeichen** im Netz. Der typische tumblr-Blog ist hier das geeignetste Beispiel: eine Sammlung von Bildern, die der Autor des Blogs nach ästhetischen und thematischen Gesichtspunkten auswählt und anordnet, um den Leser zum endlosen Inspirations- und Knowledge-Scroll einzuladen –und um sich selbst bestmöglich und interessant zu repräsentieren.



Author unknown, found on <http://www.spiritsurfer.net/>

Design ist Alltag, Selbstdesign Volkssport. Jeder kann es also – irgendwie. Apple ist keine Alternative mehr, wir gestalten unsere Nikes online und halten unseren Stream am Laufen. Neben Adobe Photoshop¹⁴, dem Monopolist für visuelle Kreation und Vision¹⁵, wurden einige weitere professionelle Gestaltungstools mit dem Home Computer für die breite Masse zugänglich. Die **Entmystifizierung von Designsoftware** ist heute mehr oder weniger abgeschlossen – Garage Band, iMovie & Co wollen die Masse der User erreichen, ihre Vorstellungen einfach umsetzbar machen.

Der Zugang zu Gestaltungsmitteln und ein bewanderter Umgang mit deren Prozessen und Begrifflichkeiten schärft das Bewusstsein für Design-Entscheidungen. Dieser Sinn für Gestaltung befähigt aber nicht nur dazu, Designelemente in ihrer Ästhetik und Bedeutung wahrzunehmen, sondern auch dazu, die Formgebung zu dekonstruieren: tiefere Verweise, Herkunft und Herstellung zu erkennen und ggf. für andere sichtbar zu machen.¹⁶

11 In Anlehnung an den Begriff "Internet Aware Art" eingeführt von Guthrie Lonergan

12 <http://en.wikipedia.org/wiki/Producers>

13 "The activities of DJs, Web surfers, and postproduction artists imply a similar configuration of knowledge, which is characterized by the invention of paths through culture. All three are 'semionauts' who produce original pathways through signs." Bourriaud, Nicolas. 2002. *Postproduction: Culture as Screenplay: How Art Reprograms the World*. New York: Lukas & Sternberg. S. 18

14 Die Inkarnation von "Copy & Paste" bzw. dem "Anything goes" Credo; Und so fühlt es sich auch nicht falsch an Photoshop über ein Bit-Torrent zu beziehen.

15 Helen Lupton ändert nicht umsonst die bekannte Aussage Alexander Popes "A little knowledge can be dangerous" in "A little Photoshop can be dangerous" Lupton, Helen. 2011. "Foreword." In: Helen Armstrong und Zvezdana Stojmirovic (Hg.). *Participate - Designing with user-generated content*. New York: Princeton Architectural Press. S. 7

16 Der Umgang mit **Comic Sans** ist ein perfektes Beispiel dafür, wie User Designs dekonstruieren. Die Konnotationen dieser Schrift (= naiv, Amateur Design, unprofessionell) werden offengelegt, man amüsiert sich darüber etc. Diese breite "Design"-Reflexion hat die Comic Sans wohl zu einer der fünf bekanntesten Schriftarten gemacht.

*"The collective practice of Internet-aware blogging and art has been evolving a new language to imagine, anticipate and engage with the descending reality and its horizons."
(Katja Novitskova, Post Internet Survival Guide, 2010)*

...eine weitere Paraphrase der Grundannahme, dass wir dank der ständigen Übung in der heterogenen Bildwelt des Webs, in der verschiedenste Stile und Richtungen ihre Nischen finden¹⁷, das Lesen von visuellen Codes detaillierter beherrschen als vor der Ära der "Postproduction".

Vor diesem Hintergrund wurde im Kontext des zeitgenössischen Kunst-Diskurses ein weiterer "Post"-Begriff entworfen: "Post Internet". Vor allem initiiert durch Katja Novitskova's Post Internet Survival Guide will dieser Diskurs das **Internet als etwas natürliches, essentiell Gegebenes** behandeln und so die Arbeit mit diesem Medium und seine (Selbst) Referentialisierung legitimieren. Novitskova definiert darüber hinaus eine "new language"¹⁸, die uns über die Auflösung der Grenzen von off- und online-Kultur die Realität kritischer wahrnehmen lasse. Gerade hier, in der Mannigfaltigkeit der auftauchenden Zeichen, ist eine Sensibilisierung gegenüber visuellen Codes und deren Referenzen absolut notwendig.



links: typisches Bildmaterial des New Aesthetic-Diskurs, <http://new-aesthetic.tumblr.com/>

rechts: Katja Novitskova, Post Internet Survival Guide, <http://katjanovi.net/postinternetsurvivalguide.html>

1.2 Autopoiesis des Mem und Virtuosität?

"First of all, [the activity of virtuosos, of performing artists] is an activity which finds its fulfillment (that is, its own purpose) in itself, without objectifying itself into an end product, without settling into a 'finished product,' or into an object which would survive the performance. Secondly it is an activity which requires the presence of others, which exists only in the presence of an audience." (Paolo Virno, A Grammar of the Multitude, 2004)

Ein Hauptaugenmerk aller gedanklichen Verrenkungen zum Slippery Design liegt auf der **Virtuosität, der meisterhaften Beherrschung einer Fähigkeit**. Ein Blick hinter die

¹⁷ Das wird auch die limitierte Filter-Palette von Instagram nicht verhindern

¹⁸ Die Bilder, die Novitskova als Beispiele dieser "new language" anführt, zeigen Hybridisierungen von Natur-bezogenen mythologischen Referenzen mit affirmativ-fetischisierenden Referenzen auf technologische Phänomene. Dieser Clash zeugt gleichsam von einer futuristischen Geste (den Glauben an Technologie), von einer postmodern-dystopischen Haltung (Hyperrealität und der Verfall des Menschen) und von romantischer Ironie (Natur als Ideal).

Konjunktur des Begriffs verrät die Parallelen und Verbindungen zu aktuellen gestalterischen Phänomenen. Paolo Virno nennt in "*Grammatik der Multitude*" zwei wesentliche Eigenschaften einer Virtuosität nach seinem Verständnis: Sie übersteht den Moment ihrer Darbietung nicht (damit ist es unmöglich, sie in einem Werk zu dokumentieren – sie ist an das Jetzt gebunden); gleichzeitig ist sie auf die Präsenz eines Publikums angewiesen.¹⁹

Also: Die Produktionsweise der Gegenwart ist virtuos!¹⁹⁽¹⁾ Das Beobachten des Facebook-streams mit all seinen Fenstern, mit all seinen Nachrichten und Information, gibt dieser Feststellung ihre Berechtigung. Heutige Kommunikation – das Posten eines Bildes, das Verfassen eines Tweets – verfällt im Moment ihrer Aufführung: **Ihre Fessel ist die Zeit, ihre Spur verliert sich in einem stets fordernden Publikum.** Ein Akt ohne Werk: Der Post von vor zehn Minuten interessiert schon niemanden mehr. Die Produktion neuer Informationen muss schnell, sicher, virtuos verlaufen.



links: Internet Memeology an der Northwestern University,
<http://www.northwesternflipside.com/2011/11/23/northwestern-unveils-new-meme-studies-department/>
 rechts: Pepper Spray Cop <-> Strutting Leo Mem (Interreferenzialität)

"So what really matters in every conversation, formal or informal, conducted over the net or in person, is the exchange of attention. [...] Today what counts more and more is performing, not producing in the old routine sense of factory production." (Michael H. Goldhaber, Attention Economy, 1996)

Das gilt vor allem für das **Mem**. Der Begriff wurde schon vor rund 40 Jahren von Richard Dawkins in "*The Selfish Gene*" vorgestellt, zeigte aber in den Kulturwissenschaften keine Durchsetzungskraft. Über sein Auftauchen im Netz wird er nun am Leben gehalten. Dort manifestiert sich die Mem-Kultur z.B. im massenhaften Auftreten eines gleichen oder vom User variierten Witzes/Fotos/Themas. Definiert als eine "**unit carrying cultural ideas**", die sich durch "natural selection, variation, mutation"²⁰ verändert, befindet sich das Mem ständig im Überlebenskampf. Es strebt nach Aufmerksamkeit, es ist auf **Anschlusskommunikation** ebenso sehr angewiesen, wie es durch diese verändert wird.

¹⁹ Aus diesem Verständnis heraus ist für Virno auch jedes politische Handeln virtuos – wenn man das Politische als einen stets kontinuent fortschreitenden Prozess der gemeinsamen Verhandlung des Gemeinsamen verstehen will: ohne Endprodukt, und seinem Wesen nach angewiesen auf die Anwesenheit der Anderen. So offenbart sich dann auch das politische Potential der gegenwärtigen Kulturindustrie: "Für die Kulturindustrie ist die Tätigkeit ohne Werk, die kommunikative Tätigkeit, die Darbietung charakteristisch, zentral und notwendig. Sie fokussiert auf die Interaktion zwischen Menschen, und impliziert somit auch immer die gemeinsame Verhandlung des Arbeitsprozesses. Ihr Inhalt: "die Produktion von Kommunikation durch Kommunikation" Virno, Paolo. 2004. *Grammatik der Multitude Untersuchungen zu gegenwärtigen Lebensformen*. Berlin: IDVerlag. S. 50

²⁰ siehe Wikipedia

Parallelen zu Virno werden sichtbar: Das Mem besteht nicht als abgeschlossenes Werk, sondern als Prozess, angewiesen auf die Existenz eines Publikums. Es ist ein Knotenpunkt, Glied eines aktuellen Diskurses, und funktioniert meist nur in diesem Umfeld. Es besteht nur für einen kurzen Augenblick und bleibt eventuell unbeachtet; könnte aber genauso gut kopiert oder in andere Diskurse injiziert werden und weiter mutieren. Dabei weist das **Mem dank seiner bewusst gestalteten Kombination von Sprache und Bild eine beeindruckende Informationsdichte auf**. Diesen kommunikativen Vorteil seiner vielschichtigen Referenzmöglichkeiten versucht das Mem auszuspielen, um den Rezipienten zur Anschlusskommunikation bzw. Verbreitung zu verleiten.²¹

"Memes require instant satisfaction. Art requires depth" (Robert Jackson, The Banality of The New Aesthetic, 2012)

Das Mem findet sich nunmehr ständig auf der Anklagebank wieder: Humor, fehlende Tiefe, Populismus, Sexismus, u.v.m. Gleichzeitig wird sein politisches Potential²² beschworen:

"If we look at the most famous meme pool on the internet, 4chan- we now find a growing militarization and politicization of this structure; the internet-meme as a political weapon." (Wyatt Niehaus, U MAD BRO, 2012)

Wyatt Niehaus untersucht in seinem Essay "U MAD BRO" die Strukturen dieser Kommunikationsform, und findet vor allem ein "[lack of] any substantial form of hierarchy. Moderation is not imposed, it happens in generations as content is subject only to the scrutiny of populism."²³ Niehaus greift dabei auf Hakim Beys Begriff der "**temporary autonomous zone**" zurück, welcher einen kurzlebigen, utopischen Ort beschreibt, der sich traditionellen Dynamiken von Recht und Hierarchie entzieht.²⁴ Genau diese Orte bieten Nährboden für eine Designpraxis, die anderen Regeln folgen darf und will. Diese Orte sind dafür gemacht, Bilder sprechen zu lassen, Worten eine visuelle Gestalt zu geben.

1.3 Fitback (Fast Feedback Potential)

Zusammenfassung: Der User der Gegenwart ist nicht nur extrem sensibel für visuelle Codes. Verbunden mit dem Netz, ist er auch im Stande, Kommunikation über diverse Netzwerke herzustellen, in Mikrokosmen vorzudringen und potentiell die große Masse zu erreichen. Er zeigt dabei außerdem ein besonderes (virtuoses?!), zuvor nicht kultiviertes Geschick, mit verbalen und visuellen Zeichen umzugehen, sie zu kombinieren bzw. auch selbst herzustellen. Schnelle Interaktion wird möglich.

Diesen Zustand und dessen Möglichkeiten fasse ich in dem Begriff "**Fitback**" zusammen. Die Fitness des Users, der Doppelpass als geübter Spielzug. Fitback ist eine Geisteskraft, eine Bedingung für Slippery Design. Ohne Fitback-Kultur lässt sich Slippery Design schwer

21 Natürlich können Humor und Absurditäten als Leitstrategie von Internet-Mems nicht verleugnet werden...

22 Ein geeignetes Beispiel mag immer noch der "Pepper Spray Cop" sein, ein Mem aus der Occupy-Bewegung, das über seine künstlerischen Wendungen und Mutationen zu einer scharfen Waffe wurde.

23 Niehaus, Wyatt. 2011. "U MAD BRO? Direct Action in the Meme Pool." <http://pooool.info/u-mad-bro-direct-action-in-the-meme-pool/>

24 Vgl. ebd.

Aufmerksamkeitsproduktion auf sämtlichen online Plattformen, **der ständige Output im Web, die andauernde Verhandlung** der Werke, welche sie erst wirklich macht. Dabei spielt Zeit die entscheidene Rolle und lässt über bisherige künstlerische Qualitäten hinwegsehen: "The tacit agreement between the aesthete and the viewer is to be mutually indifferent toward quality understood as slick production value or refined craft. For aesthetes, the point of their work is not only what it expresses but the speed at which it's expressed."²⁸

Die Bedingungen für Fitback liegen auch in technischen Strukturen und Ideologien: Web-Angebote, die ihren Content "Bottom Up" beziehen, stärken die Autorität des Users. Open Source-Projekte sind gezielt auf eine User Community angewiesen. Desweiteren verdankt sich die Schlagkraft von Fitback auch einer Limitation der Strukturen: Das **Template** ist eine wesentliche Voraussetzung, um sich schnell und sicher zu bewegen, zu gestalten. So bleibt aber auch alles in seinem Rahmen und unter Kontrolle. Slippery Design reflektiert diesen Zustand und versucht an diese Grenzen zu stoßen, sie zu überwinden.

"General Purpose Users can write an article in their e-mail client, layout their business card in Excel and shave in front of a web cam." (Olia Lialina, Turing Complete User, 2012)²⁹

In der Ausstellung "the new easy" beschreibt Lars Eijssen die Eigenart und Poetik der gezeigten Werke: "A New Easy work looks like it was **invented in 1 and created in 3 seconds**, proving the artist's geniality. It is the kind of art that makes the blog kids cheer"³⁰. Fitback findet sich allerdings nicht nur auf der Seite des Künstlers – denn die Blog Kids klatschen nicht nur vor Begeisterung, sie sind auch selbst in der Lage, über ihren eigenen Output ambitioniert an diversen zeitgenössischen Diskursen teilzunehmen. Fitback führt zu Reflexion, Abwandlungen und Mutation. Fitback ist nie im Stillstand. **Fitback ist ein Akt des Verstehens und Antwortens in einem.**

29 Lesetip: Lialina, Olia. 2012. "Turing Complete User." <http://contemporary-home-computing.org/turing-complete-user/>

30 Eijssen, Lars. 2009. Ausstellungstext zu *The New Easy*. www.theneweasy.com existiert nicht mehr, review: <http://www.artnews.org/gallery.php?i=2512&exi=15940>

2. Balance & Herausforderung – Die neue "Form Follows Function" – Gleichung des Slippery Designs



IN DIESEM KAPITEL WIRD DER WEG ZU EINEM DESIGN GEEBNET, WELCHES SEINER ÄSTHETISCH-FUNKTIONALEN AUFGABE NICHT MEHR NACHZUKOMMEN VERSUCHT. STATTDESSEN BESCHWÖRT ES AUSDRÜCKLICH DAS SCHEITERN HERAUF UND FORDERT DIE BALANCE DES KOMMUNIKATIONSAKTES HERAUS. ES LIEBT DIE SCHIEFLAGE, DIE ZIEHENDEN UND DRÜCKENDEN KRÄFTE, DIE DEN BETRACHTER WEIT ÜBER DIE ANTIQUIERTE IDEE DER "ZWECKBESTIMMUNG" EINES DESIGNOBJEKTES HINAUS KATAPULTIEREN KÖNNEN.

2.1 Form Fools Function - Function Fools Form

"Nach außen progressiv gegen Umweltzerstörung und Atomraketen, nach innen retrospektive für moderne Klassiker und ewigen Gebrauchswert der Objekte, das alles schließt einander nicht aus! Die Hoffnung der Moderne, daß das Ästhetische den Zustand der Befreiung vom Zwang der Notwendigkeit antizipiert, ist dahin." (Christian Borngräber, Vor Ort - Leben am Rande des Wohnsinns, 1997)

Es ist das leidige Thema, an dem sich jeder Designer gerne labt: Die "Form Follows Function"³¹-Gleichung führt seit Jahrzehnten das Design in einen **eindimensionalen Diskurs** – einen oft sehr scheinheiligen dazu. Nach wie vor dominiert der Grundsatz der Funktionalität; gleichzeitig entwickelt sich die globale Kulturindustrie seit Jahrzehnten in die entgegengesetzte Richtung: Konsum, Verbrauch, Entsorgung. Dem Dogma wächst eine lange Nase und Design kann seiner Komplizenrolle nicht entsagen. In der Folge wurde vermehrt die soziale Wirkung und Verantwortung von Design diskutiert. Allerdings lesen sich bekannte Design-Manifestos wie "First Things First 1964/2000"³², die der Profession ihr Gewissen zurückgeben wollen, wie aus einer vergessenen Zeit.

Slippery Design entzieht sich beiden bekannten Diskursen, indem es **Gebrauchswert und Zeichenwert von Design gegeneinander ausspielt**. Es zerpflegt entgültig den FFF-Mythos und bezieht seine Wertigkeit aus identitätsstiftenden Qualitäten, die den Autor/Rezipienten in seinem geistigen Prozess fordern und nicht in Schutz nehmen wollen.

Die Dysfunktion! Wer ihr immer noch zweifelnd gegenüber steht, liest am besten die höchste Verherrlichung der Funktion aus der absoluten Verneinung des Ornaments als überflüssigem Element, formuliert von Adolf Loos: "Bald werden die straßen der städte wie weiße mauern glänzen. Wie Zion, die heilige stadt, die hauptstadt des himmels. Dann ist die erfüllung da."³³ Der Architekt Loos formulierte dies im Jahr 1908. Er gilt als einer der geistigen Väter des Funktionalismus. 100 Jahre Menschheitsgeschichte später lesen sich seine Aufsätze wie eine Sammlung totalitärer Phrasen. Nichtsdestotrotz fand seine Polemik gegen das Ornament viele Anhänger.³⁴

Darunter das Bauhaus. Allerdings wollte man dort die sozialen Verpflichtungen des Designs mit einbeziehen. "Die romantische Insel", eine Ablehnung aller Umwelt, sei nicht vorgesehen; Design sei vielmehr, so Walter Gropius, "an integral part of the stuff of life, necessary for everyone in a civilized society."³⁵ Dieser Ansatz bestimmt auch, welche

31 "It is the pervading law of all things organic and inorganic, of all things physical and metaphysical, of all things human and all things superhuman, of all true manifestations of the head, of the heart, of the soul, that the life is recognizable in its expression, that form ever follows function. This is the law." Sullivan, Louis H. 1896. "The Tall Office Building Artistically Considered". In: *Lippincott's Magazine*, S. 403–409

32 "[...] designers [...] apply their skill and imagination to sell dog biscuits, designer coffee, diamonds, detergents, hair gel, cigarettes, credit cards, sneakers, butt toners, light beer and heavy-duty recreational vehicles. Commercial work has always paid the bills, but many graphic designers have now let it become, in large measure, what graphic designers do. This, in turn, is how the world perceives design." First Things First 2000 - a design manifesto. Published jointly by 33 signatories in fall 1999/spring 2000. In: *Adbusters*, the AIGA journal, Blueprint, Emigre, Eye, Form, Items. <http://maxbruinsma.nl/index1.html?ft2000.htm>

33 Loos, Adolf. 1908. "Ornament und Verbrechen." Google it

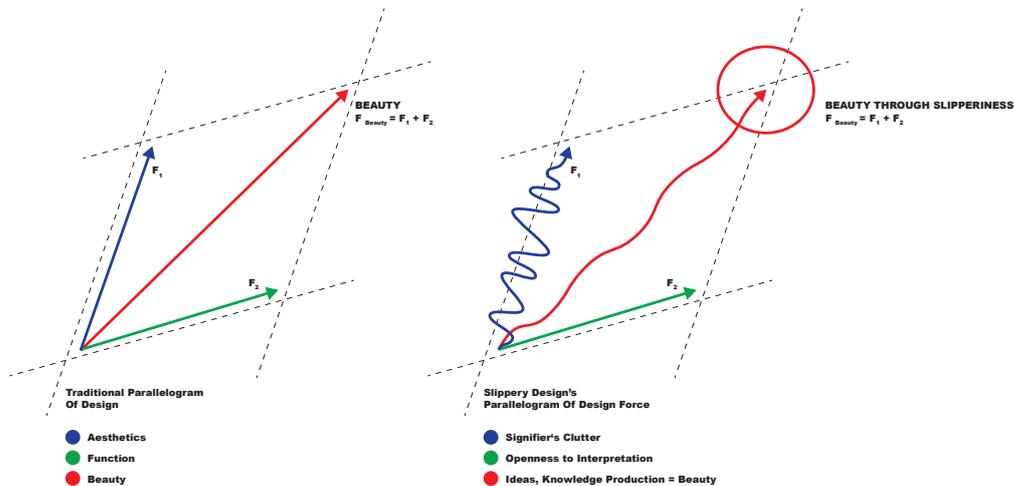
34 weitere Aussagen lesen sich fantastisch: "Nun gut, die ornament-seuche ist staatlich anerkannt und wird mit staatsgeldern subventioniert. Ich aber erblicke darin einen rückschritt. Ich lasse den einwand nicht gelten, daß ein ornament die lebensfreude eines kultivierten men schen erhöht, [...]" bzw. "ornamentlosigkeit ist ein zeichen geistiger Kraft." Loos, Adolf. 1908. "Ornament und Verbrechen".

Ansprüche an Design gerichtet werden. László Moholy-Nagy: „Quality of design is dependent not alone on function, science, and technological processes, but also upon social consciousness.”³⁶

Trotzdem wird die Gruppe der Funktionalismus-Hardliner immer größer. Dieter "Unsere einzige Chance besteht darin, zur Einfachheit zurückzukehren" Rams und Konsorten sprechen von "Reduction of Accidents"³⁷. Peter Sloterdijk sieht den Designer als "Täter des Verbs Funktionieren, Apostel des in alle Welt hinaus gesandten Glaubens an den Vorrang der Funktion vor Struktur und Wesen."³⁸ Maximale Funktionalität im Zusammenspiel mit Ästhetik bleibt entscheidendes Qualitätskriterium und handlungsleitendes Ideal des Designs. **Das Beharren auf einer Funktionalitäts-orientierten Design-Maxime, die notwendigerweise wenige Optionen offen lässt, führt zwangsläufig in einen Konservatismus, ein Wiederholen von Paradigmen, in die Scheu vor Alternativen, Emanzipation und Entwicklung.**

"Die Grenze des Funktionalismus bis heute ist die von Bürgerlichkeit als praktischem Sinn." (Theodor W. Adorno, Funktionalismus heute, 1965)

Ausgehend von einer Kritik eines Symbolverlusts, von einer **Symbolkrise** nach dem Zweiten Weltkrieg, beklagt Theodor W. Adorno die Zwänge, die der Funktionalismus zur Folge hat. Er kritisiert dabei Adolf Loos' Vorstellung einer sich aller Ideologien entsagten Moderne. Dies verdecke bloß eine fehlende Bereitschaft, Widersprüche auszutragen. Das Ornament in seinem symbolischen Wert wird legitimiert. Adorno rät: "Die Zukunft von Sachlichkeit ist nur dann eine der Freiheit, wenn sie des barbarischen Zugriffs sich entledigt, durch spitze Kanten, karg kalkulierte Zimmer, Treppen und Ähnliches sadistische Stöße versetzt."³⁹



35 Gropius, Walter. 1962. "My Conception of the Bauhaus Idea." In: *Scope of Total Architecture*. New York: Collier Books. S. 20

36 Moholy-Nagy, Lazlo. 1947. *Vision in Motion*. Chicago: Paul Theobald. S.56

37 Frascara, Jorge. 1995. "Graphic Design: Fine Art or Social Science." In: Victor Margolin und Richard Buchanan (Hg.). *The Idea of Design - A Design Issues Reader*. Cambridge: MIT Press. S. 52

38 Sloterdijk, Peter. 2006. "Das Zeug zur Macht." In: Klaus Thomas Edelman und Gerrit Terstiege (Hg.). *Gestaltung denken*. Basel: Birkhäuser. S. 305

39 Adorno, Theodor W. 1977. "Funktionalismus heute." In: *Gesammelte Schriften Band 10, Kulturkritik und Gesellschaft II: Eingriffe*, Frankfurt: Suhrkamp. S. 381

Das Freimachen vom Funktionsdenken verläuft über das Ausspielen von Gegensätzen: Slippery Design arbeitet deshalb bevorzugt mit und durch Referenzen, um deren Kräfte in **Bedeutungsfelder** aufzuziehen – diese dann offen zu diskutieren und dabei Irrationalitäten zuzulassen. Es spricht in Differenzen, fordert Dialoge und widerstrebt dem Monolog einer herrschenden Doktrin. Visionen generieren sich aus Interpretationen. Funktionalismus hier = Aufgehen im Referenzspiel. Der Gebrauchswert generiert sich durch ein Spiel mit dem Zeichenwert, welcher durch seinen intellektuellen Wert wiederum für unser einer unabdingbar wird...

"Schönheit heute hat kein anderes Maß als Tiefe, in der die Gebilde die Widersprüche austragen, die sich durchfahren und die sie bewältigen einzig, indem sie ihnen folgen, nicht, indem sie sie verdecken." (Theodor W. Adorno, Funktionalismus heute, 1965)

Wie kann „Slippery Design Material“ gezielt provoziert werden? Zwei mögliche Vorgehensweisen/Haltungen/kreative Methoden/gestalterische Prozesse: **Scheitern (a)** lanciert ein Denken in Oppositionen; **Risikobereitschaft (b)** ist die Voraussetzung für das Wagnis einer kontroversen Gestaltung, die, bei all ihrer Zerbrechlichkeit, Reibung und Diskussion birgt.

a.) Scheitern - die Herausforderung der Dysfunktion

Eine Paradoxie unserer Gesellschaft ist sicherlich das Gebot, stets zu funktionieren und dabei auch noch stets besser zu werden. Das geht nicht zusammen. Denn wie schon früh gelernt wurde, beruht Evolution auf Fehlern und schöpft aus einem **Kosmos von Dysfunktionen**. Wir sind organische Fehler und gleichzeitig auf Perfektion getrimmt; kaum fähig, außerhalb der Kategorie von laufenden Uhrwerken zu denken: Denn wer nicht spürt, ist nicht Teil der Gesellschaft. Und wer funktioniert, läuft strikt geradeaus in eine Richtung, die schließlich Erfolg und Reichtum verspricht. Und so bleibt Heterogenität größtenteils ein gehaltloses Modewort; eine Gleichung kann nur ein Ergebnis haben. Konsequenz = Konsens.⁴⁰

"If one's priority is to resist failure at all cost, the potential of surprise is never played out." (Markus Miessen, The Nightmare of Participation, 2012)

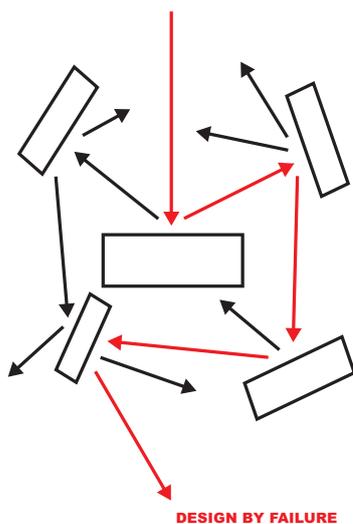
Slippery Design steuert diesem eindimensionalen Optimierungsdiktat entgegen: Es sucht die Konfrontation mit dem Scheitern, und will darüber **hinaus Fluchtlinien zu Oppositionen aufziehen**. Das Mislingen beinhaltet immer das Potential, Möglichkeiten aufzuzeigen, die bisher keine Beachtung fanden. Scheitern bedeutet Lernen: neue Wege einzuschlagen, abzubiegen oder gar eine neue Form anzunehmen. Scheitern bestimmt den Standort und zeigt den zurückgelegten Prozess. Über die Reflexion ausgelassener Chancen wird nachträglich Wissen generiert, das wiederum auf weitere Potentiale aufmerksam macht. Scheitern als höchste Funktionalität eines diskursiven, aufreibenden Designs.

Um die Vorzüge des Scheiterns für das Design weiter zu illustrieren, hilft es, die Labortätigkeit heranzuziehen. "**Situationen des Nichtwissens**"⁴¹ werden hier künstlich erzeugt,

40 Like

um die Wissensproduktion anzuregen: "Vielmehr ist der Zufall, das Finden und auch das ungerichtete Suchen, das trial&error nicht nur ein Unfall im Regelwerk des Forschens, sondern taucht immer dann auf, wenn es um Neues, um Forschen im eigentlichen Sinne geht"⁴², schreibt Wolfgang Schöffner in *Vom Wissen zum Entwurf, Das Projekt der Forschung*.

Das **Labor** und die dort verfolgte experimentelle Arbeitsweise sind der richtige Raum für Slippery Design. Hier können Formen entwickelt werden, die dem Anspruch eines pluralistischen Denkens in verstrickten Ambiguitäten gerecht werden. Der (Re)Orientierungssinn wird bei der Entwicklung andauernd auf die Probe gestellt, die Fähigkeit, ständig neue Optionen zu denken und aufzuziehen, wird herausgefordert und manifestiert sich in Entwurf/Skizze, schließlich auch im Design/Kommunikationsprodukt.



Funktionalität und Scheitern im Entwurfsprozess: "always not working" – failure as chance – surprise by failure

Es gibt daher im Slippery Design **keine fixe abgeschlossene Form**, dem "finalen" Design bleibt der Herleitungsprozess anzusehen. Das immerwährende Scheitern wird damit auch dem Rezipienten vorgeführt, unzählige Möglichkeiten zur Interpretation/Weiterentwicklung nahe gelegt. Damit wird der Gestaltungs- und Kommunikationsprozess über die fixe Form eines Objektes hinausgetragen. Participatory Design im eigentlichen Sinn, jeder kann zum Diskurs beitragen.

Das Rezipieren eines Slippery Design-Objekts ist daher komplex. Es ist selten auf den ersten Blick zu durchschauen. Das **Scheitern am Verständnis** ist geradezu vorprogrammiert, schließlich ist die Form irgendwie unbekannt, unvollendet, zerbrechlich... Das begünstigt eine offene Interpretation – ist aber natürlich nicht im Sinne eines Designs, das versucht, Sender und Empfänger zu synchronisieren.

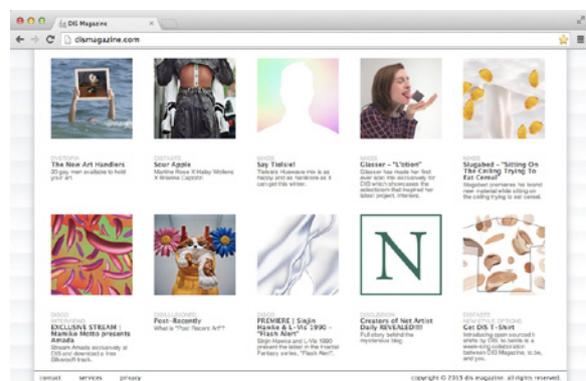
41 Schöffner, Wolfgang. 2012. "Vom Wissen zum Entwurf. Das Projekt der Forschung." PDF zugespielt

42 Ebd.

„Sich plötzlich drauf einlassen. Sich plötzlich sagen: Ich mache mit. Ich kann es zwar nicht. Ich bin ein Tourist. Aber ich mache mit.“ (Christoph Schlingensiefel, „Erlösungsregen“, HAU 1, 2003)

Slippery! Beim Ausrutschen fällt der Rezipient ins Leere, doch wenn das Gerüst eng gebaut ist, wird es ihn an einer anderen Stelle auffangen; das **Meistern des Suchen und Finden**, des Enttäuschtwerden und Sich-überraschen-lassen wird mit wilden, verflochtenen Ideen belohnt, die sich durch den Raum ziehen. Man muss ihnen nur folgen können.⁴³

Festgefahrene Form- und Denkmuster können über eine vielschichtige, herausfordernde Rezeption aufgebrochen werden; ein voreiliger Konsens sollte bei Slippery Design kaum möglich sein, dazu fordert es zu sehr das oppositionelle Denken. **Der Entschlüsselungsprozess beansprucht unsere Kognition über die ständige Konfrontation mit dem Scheitern. Mühselig aber ergiebig. Der Ausgang bleibt offen.**



Theo van Doesburg, Poster Dada Matinée, 1923
Dis-Magazine: Scheitern als Chance (Neugier, Zweifel, Relokalisierung, Kritik)

Auch wenn einem Großteil der Leserschaft diese Information nicht neu sein mag: Ein zeitgenössisches popkulturelles Konzept, in welchem slippery Momente zu entdecken sind/ bei dem das Scheitern am Verständnis gang und gäbe ist, wird auf der Internetplattform DIS Magazine verfolgt, die ihr Präfix zum Stil gemacht hat: "DIS is a multi-culti platform for creative solutions. Promoting unsafe style is a lifestyle."⁴⁴

b.) Riskieren - der Balanceakt zwischen Virtuosität und Dilettantismus

Welche Disposition hilft dem Designer, dem verstrickten, experimentellen Herleitungsprozess eine Form zu verleihen? Wie gewinnt man über die Konfrontation mit dem Scheitern

43 vgl. dazu auch das Manifest *Spirit Surfing*: "As I have gathered from watching some of the great surfers of our time at work, surfing is the balance of making choices and being led. Surfing is being led by the wave as you make your choices. The wave stirs up gifts, and it is the ability of the great surfer to recognize his or her arrival at a worthy gift. On Spirit Surfers this gift is referred to as a boon. The boon is revealed at the eureka moment of a surf when the surfer becomes enlightened by the INFOspirit." Bewersdorf, Kevin. 2008. "Spirit Surfing." <http://www.krystalsouth.com/paper/#ss>

44 Al Qadiri, Fatima. 2012. Zitiert aus "What Is DIS? Going Where No Magazine Has Gone Before" von Fiona Duncan. <http://bulletmedia.com/article/what-is-dis/>

eine kommunizierbare, den Sinn bereichernde Form? Welche Rolle spielen dabei die Hintertüren, die verschiedenen Oppositionen? Slippery Design ist der Ausdruck eines Balanceaktes, der das Ausrutschen nicht scheut, sondern herausfordert und gleichzeitig Alternativen bereit hält, die den Sturz auffangen könnten.

Wie in einer Fußnote ^{>(19)} unter dem Punkt "Die Autopoiesis des Mem und Virtuosität?" schon zu lesen war, zeichnet sich die zeitgenössische Kulturindustrie durch Virtuosität aus: eine besonders schnelle, zeitlich gebundene, und ineinander verwobene Produktion von Kommunikationsakten. Dass die Kulturindustrie in den letzten Jahren zunehmend von Produzern/Usern geprägt wird, die in dilettantischer Manier ihre Beiträge zur Kulturproduktion leisten, steht dazu in keinem Widerspruch. Denn in dieser **dilettantischen Manier liegt ein virtuoser Geist**, der die heutige Kulturindustrie immerzu vorantreiben muss. Das heißt schlichtweg, die beiden Kategorien „Dilettantismus“ und „Virtuosität“ schließen sich gegenseitig nicht aus – nicht mehr. Eine Untersuchung unter dem Stichwort "Risiko" lässt erkennen, welche Eigenschaften Slippery Design jeweils von den beiden Akteuren abfordert:

Dem Virtuosen wird es schwer fallen, ein dysfunktionelles Design zu entwerfen, die Prozesse des Scheiterns in Gang zu setzen; er wird darin kaum einen Gewinn sehen, im Gegenteil: allzu offene Interpretationen gefährden die Aufführung, sein Werk. Dem Dilettant ist dieses Spiel aber geradezu recht: Er ist ein Generalist, wie es im Buche steht, ein User, das Denken in Oppositionen gewohnt, der sich selbst zu helfen weiß und dem Scheitern nicht ängstlich gegenüber steht, weil er nichts zu verlieren hat. Eine kleine Beschreibung der beiden Akteure zeigt diese Feststellung etwas genauer:

1. Der Dilettant. Anina Engelhardt macht drei Typen des Dilettanten aus: 1. Dilettanten "im Sinne von Amateuren, die sich ohne formale Qualifikationen einer Beschäftigung widmen, von der entsprechenden Profession jedoch nicht anerkannt werden." (wie oftmals Internet User) 2. Dilettanten, welche "sich von allzu unsinnig empfundenen Standards und Einschränkungen befreien wollen und dabei selbst auf dem jeweiligen Gebiet beruflich tätig sind." (Als Beispiel wird Stefan Raab genannt, ein deutscher TV-Entertainer. Der Punk, der Technoproduzent etc. könnten ebenfalls in dieser Gruppe aufgeführt werden.) 3. Dilettanten, die "tatsächlich auf ihrem Gebiet dilettieren, [...] aber durch ihren Status abgesichert sind."⁴⁵ (Als Beispiel wird George W. Bush genannt.)

Wir fokussieren auf den ersten Typus, da er die größte Unabhängigkeit von den Diskursen aufweist, in die er verwickelt ist.

2. Der Virtuose. Wikipedia erzählt mir, dass er sich durch die Bereitschaft und den Willen zur Wagnis auszeichnet (neben seiner außerordentlichen künstlerischen Fähigkeit!). Erst die Möglichkeit des Versagens macht die Dinge wirklich – behauptet der Philosoph und Mathematiker John G. Bennett. Mit seinem Begriff "**Hazard**" (Gefahr, Risiko) beschreibt er Fälle, in welchen ein nicht-determinierter Moment eine Unsicherheit mit sich bringt und dem Individuum eine tatsächliche Entscheidung abfordert.⁴⁶ Dieser Wirklichkeit sieht sich zum Beispiel ein Virtuose auf der Bühne gegenübergestellt.

45 Engelhardt, Anina. 2010. "Der Dilettant." In: Stephan Moebius und Markus Schroer (Hg.). *Sozialfiguren der Gegenwart*. Frankfurt am Main: Suhrkamp. S. 68-80

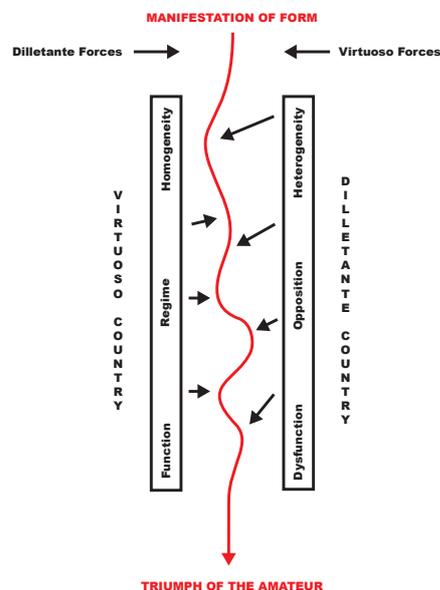
46 vgl. Wikipedia: John G. Bennett

Während dem Dilettant ein Scheitern wenig aufstößt (der Weg ist das Ziel), versucht der Virtuose, es zu vermeiden (das Ziel vor Augen). Er ist geübt darin, Risiken und Chancen gegeneinander abzuwägen, und nimmt das Risiko nur bei positiver Bilanz, dann aber bewusst, in Kauf. Er ist den Balanceakt gewohnt. Er beherrscht die Reflexion seiner eigenen Arbeit vor Publikum, bezieht dessen Erwartungen mit ein und kann künstlerische Ansprüche umsetzen.

Für Entwurf und Ausarbeitung eines Slippery Design-Objekts bedarf es der Stärken und Eigenschaften beider Figuren. Der experimentierfreudige Dilettant (vom lateinischen *dilettare/delectare*: ergötzen, amüsieren), lebt seine Begeisterung mit der Handlungsgabe eines Virtuosen aus, dessen Talent besonders durch Wagnisse zur Geltung kommt. **Das oppositionelle Denken des Dilettanten, sein Aufziehen von Fluchtlinien (speziell in der "Konzept- und Entwurfsphase"), verbindet sich mit der gestalterischen Stärke und Risikobereitschaft des Virtuosen (gefordert in der technischen Umsetzung und Manifestierung der Form), und wird zum übergreifenden Gestus des Slippery Designers. Der "Triumph of the Amateur."**⁴⁷



Triumph of the Amateur: Chilly Gonzales (best before 2006)



Mit dieser Hybridisierung im Hinterkopf lohnt es sich auch Peter Sloterdijk gegenzulesen. Er sieht im Design "nichts anderes als die gekonnte Abwicklung des Nichtgekonnten."⁴⁸ Im Fall des Slippery Designs ist die "gekonnte Abwicklung" nicht gefragt. Der Slippery Designer fühlt sich auch nicht als ein "Nichtsköner" – er kennt schließlich die Materie, sucht die Identifikation, zumindest glaubt und fühlt er es. Doch die scharlatanekse Art, von der Sloterdijk spricht, welche den Menschen "das technische Zeug zur Macht"⁴⁹ liefert, erscheint trotzdem nicht ganz unbekannt. Sie erinnert an den Grafikdesigner, der vorbildlich Photo-shop benutzt, dessen Sicht neben den Monitor aber von seiner Hornbrille verdeckt wird.

47 Sterling, Bruce. 2012. "An Essay on the New Aesthetic." http://www.wired.com/beyond_the_beyond/2012/04/an-essay-on-the-new-aesthetic/

48 Sloterdijk, Peter. 2006. "Das Zeug zur Macht." In: Klaus Thomas Edelmann und Gerrit Terstiege (Hg.). *Gestaltung denken*. S. 301

49 vgl. Ebd.

Frage: Inwieweit könnte Slippery Design die "**nicht gekonnte Abwicklung des Gekonnten**" (Manuel Bürger) sein? Wie müsste das aussehen?

Vermutung: Eine "nicht gekonnte Abwicklung des Gekonnten" muss aus Absicht geschehen – eben weil sie aus einer Reflexion des Gekonnten entsteht. So werden gezielte Leerstellen, neue Berührungs- und Reibungspunkte geschaffen. Dies mag eine eigenartige Qualität für Design sein: Leerstellen sind schließlich nicht kontrollierbar, es entsteht ein breiter Interpretationsspielraum. Sprich: Die Kontrolle wird nahezu komplett an den Rezipienten abgegeben, welcher aber (wie zuvor im Abschnitt zur neuen Autor-Leser-Rolle besprochen) aktiv am Diskurse teilnimmt! Effekt: **Akkumulation von Ideen durch dialogische Konstruktion.**

3. Lost in Connotation – Zwischen Bedeutungsfeldern und Fluchtlinien, großen Erzählungen und verflochtenen Ambiguitäten



LOST IN CONNOTATION: WENN SEMIONAUTEN UM LEERSTELLEN
KREISEN UND SPUREN HINTERLASSEN. WENN NICHTWISSEN UND
BEDEUTUNGSSUCHE ZUR ANSCHLUSSKOMMUNIKATION FÜHREN –
DANN SPIELT SLIPPERY DESIGN SEINE DISKURSIVE QUALITÄT AUS.
ES ERHEBT DAS VERLORENSEIN ZU EINEM BEGEHRENSWERTEN
ZIEL, EINER STÄNDIGEN HERAUSFORDERUNG.

Was bisher geschah: Mit dem Begriff Fitback wurden der stetige Austausch von User Generated Content (UGC) und die Fähigkeit beschrieben, sich in Design- und Kommunikationsprozesse selbst einzuklinken. Es wurden Anzeichen dafür gesammelt, dass ein (Slippery) Design abseits des Funktionalismus zu leben beginnt – seine Qualitäten offenbaren sich in einer ambigen Erzählung, in der Produktion von Ideen. Daraus entstand die Annahme, dass Slippery Design den dilettantischen Drang mit der Reflexionsgabe eines Virtuosen vereint. Es scheint eine generelle Offenheit mit der Fokussierung auf und Erschließung von speziellen Kontexten zu verbinden.

Im Folgenden gehe ich nun auf eine semiotische Grammatik ein. Denn sie stützt diese rutschige Designpraxis. Über die Zusammenführung von verschiedenen Konzepten bzw. Referenzen werden Bedeutungsfelder aufgezoogen und (unkontrollierbare) Spannungen aufgebaut, die den "Semionauten" führen/schütteln/abstoßen/anziehen: "Lost in Connotation".

3.1 (Stop) Making Sense

Die Kraft von kulturell aufgeladenen Zeichen ist immer wieder verblüffend, ihre Bedeutung bewegt Menschen sowohl innerlich als auch räumlich. Die Mythologie – eine der wohl wichtigsten Säulen der menschlichen Identität – bestimmt die Artikulierung gemeinsamer Wünsche und Träume, schafft das Bewusstsein einer gemeinsamen Geschichte, Gegenwart und Zukunft.

"Mythology probably is the most important and unconsciously embracing governing structure in an ecology of artifacts. A culture can hardly be conceived without myths, and its vitality derives directly from them." (Klaus Krippendorf, On the Essential Contexts of Artifacts or on the Proposition that "Design is Making Sense (of Things), 1989)

"Without the symbolic reference to mythology, product meanings become entirely dependent on their variable context and hence semantically and motivationally unstable." (S. Balaram, Product Symbolism of Gandhi and Its Connection with Indian Mythology, 1989)

Bei Reisen durch Indien habe ich eindrücklich erfahren, wie sensibel dort mit der lokalen Zeichenkultur umgegangen wird. Dazu der indische Designer Singanapalli Balaram: "**Symbols and meanings are so important that realism sometimes seems to be deliberately discarded.**"⁵⁰ Er bricht eine Lanze für die Rhetorik des "Product Symbolism", eine Design-Praxis, die sich mythologischer Zeichen bedient, um eine Identifikation des Menschen mit dem Produkt zu stimulieren. Zum Beweis seiner These nennt Balaram einige Beispiele von Designs, die zwar "funktionieren", also ästhetischen und ökologischen Ansprüchen genügen, aber unter kulturellen Aspekten einfach fehlschlügen, da sie einen anderen Sprachschatz benutzten und die Mythologie der jeweiligen Kultur nicht berücksichtigten: "The improved bullock cart with pneumatic tires is still not accepted by Indian farmers."⁵¹

50 Balaram, Singanapalli. 1989. "Product Symbolism of Gandhi and Its Connection with Indian Mythology." In: Victor Margolin und Richard Buchanan (Hg.). *The Idea of Design - A Design Issues Reader*. Cambridge: MIT Press. S. 68

51 Ebd. S. 81

Der Kybernetiker/Designer/Kommunikationsforscher Klaus Krippendorf⁵² vertritt einen ähnlichen Standpunkt. Er kritisiert den fehlenden Sinn von modernem Design für die Nutzer und stellt zur Abhilfe die Formel "**Form Follows Meaning**" auf: "Form may not follow function but meaning, which brings the user back into the picture and strongly suggests that designers need to discuss not only the context in which their forms are used, but also how these forms are made sense of or what they mean to someone other than themselves. [...] In practice, different models may call for a **layered semantics** that enables users to penetrate through the simplest and, literally, surface appearance **to deeper and deeper levels of understanding.**"⁵³



Das Rad und seine unzähligen Bedeutungen in der Mythologie. Siehe auch Fussnote 54.

Nun wäre es falsch, einem einzigen Mythos blind zu folgen oder ihn gar zu entwerfen. Vielmehr müssen über die Gegenüberstellung und Konstellation von diversen Zeichen Bedeutungsfelder aufgezogen werden. Die Kräfte, die hier wirken, richten den Rezipienten ständig neu aus, lassen ihn neue Blickwinkel einnehmen, aktualisieren immer wieder seinen eigenen Überblick und liefern genügend Energie für die weitere Suche. Gleichzeitig helfen kulturell aufgeladene archetypische Bilder und die Führung des Designers dem Rezipienten, nicht komplett den Boden unter den Füßen zu verlieren.

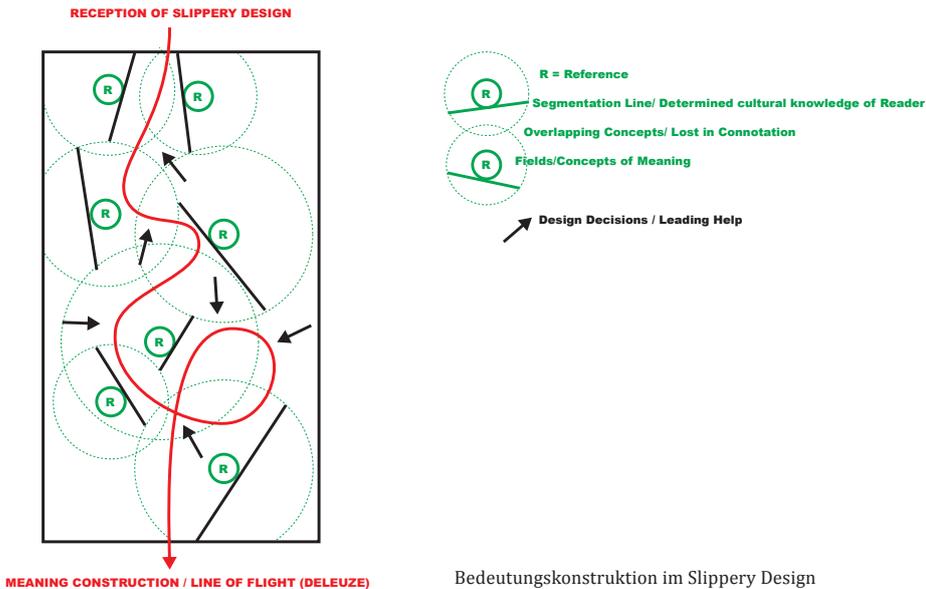
Construction of meaning through design territory

Dieses **Spiel von Leiten und Gleiten, mit all seinen Turbulenzen, lässt Territorien durchqueren**, über vielschichtige Ebenen wandern und trägt zu einer reflektierten Reise/Wissensproduktion bei. "Mythologies give coherence to cultural complexes beyond individual understanding by legitimizing its components, assigning them to perform meaningful roles and directing them to interact with each other."⁵⁵

52 bekannt auch durch seine Theorie des "Semantic Turn", http://en.wikipedia.org/wiki/The_Semantic_Turn

53 "The wheel is loaded with deep rooted meanings: the universal law of motion, the cycle of life, death and rebirth, the universe as seen with the inner light of illumination, the concept of continuous change, the Buddhist Wheel of Law, and so on." vgl. Balaram, Singanapalli. 1989. "Product Symbolism of Gandhi and Its Connection with Indian Mythology In: Victor Margolin und Richard Buchanan (Hg.). *The Idea of Design - A Design Issues Reader*. Cambridge: MIT Press. XX

54 Krippendorf, Klaus . 1989. "On the essential contexts of artifacts or on the proposition that 'design is making sense (of things)'. In: Victor Margolin und Richard Buchanan (Hg.). *The Idea of Design - A Design Issues Reader*. Cambridge: MIT Press. S. 160/167



Unter diesen mythologischen Aspekten muss der ornamentale Charakter von Slippery Design nochmals angesprochen werden. Schmal bleibt der Grat, ob ein abstraktes Gestaltungselement, das zunächst einen dekorativen Zweck erfüllt, nicht auch einen wichtigen symbolischen, sukzessiv diskursiven Wert⁵⁶ besitzen kann, der den Rezipienten auf seiner Verständnisreise leitet. Die Diskussion um eine "**leere Ornamentalik**" muss daher mit einer hohen Sensibilität geführt werden. Dieser Anklagepunkt mag zwar unter Umständen gegenüber Slippery Design-Objekten gerechtfertigt sein (mehr noch wahrscheinlich gegenüber typischen zeitgenössischen, visuellen tumblr-Arbeiten⁵⁷), aber: Sofern Widersprüche über die **Benutzung** von verschiedenen Symboliken/Referenzen ausgetragen werden, muss sich vielmehr die Ornamentlosigkeit als stets affirmativ angeklagt fühlen.⁵⁸



"Mind Fractals" flyer by Michael Ozone ~ "deeper and deeper levels of understanding" ~

55 Ebd., S. 183

56 und damit auch funktionalen Wert (Gebrauchwert) im Slippery Design

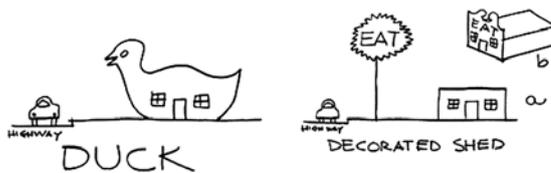
57 Damit stelle ich nochmals fest, dass Slippery Design nicht gleich "Post Internet"-, "Pretty Ugly"-, "The New Ugly"- Design ist.

58 Wo Fassaden nüchtern bleiben, ist die (offene) Interpretation immer abhängig von der freigeistlichen Interpretation des Autors oder dem kulturellen Hintergrund des Rezipienten. Ein weißes trauriges Spiel, das die gemeinsamen Nenner nicht findet, und schon jeder Diskussion von vorne herein aus dem Weg geht.

"Modern architecture's expression has become a dry expressionism, empty and boring – and in the end irresponsible. Ironically, the Modern architecture of today while rejecting explicit symbolism and frivolous appliqué ornament, has distorted the whole building into one big ornament." (Robert Venturi, Learning from Las Vegas - The forgotten Symbolism in Architecture, 1972)

Adornos Kritik am Symbolverlust der Nachkriegszeit wurde schon in Kapitel zwei erwähnt. Ein Blick zu Robert Venturi und seiner "less is a bore"-Einstellung soll die Seite der demonstrativen Symbolik weiter stärken. In "**Learning from Las Vegas - The forgotten Symbolism in Architecture**" untersucht Venturi Architektur aus der Perspektive ihrer Ornamentik. Dabei stellt er zwei Begriffe/Kategorien auf:

The "**duck**" (vorwiegend moderne Architektur): "Where the architectural system of space, structure, and program are submerged and distorted by an overall symbolic form. This kind of building-becoming-sculpture we call the duck in honor of the duck shaped drive-in, 'The Long Island Duckling,' illustrated in God's Own Junkyard by Peter Blake."⁵⁹
The "**decorated shed**" (vorwiegend post-moderne Architektur): "Where systems of space and structure are directly at the service of program, and ornament is applied independently of them. This we call the decorated shed."⁶⁰



See also "Duck House Theory" von Manuel Bürger für Mimetic Club

Obgleich Venturi beide Architektur-Stile für legitim hält, plädiert er stark für den postmodernen "decorated shed" mit seiner Konzentration auf Symbolismus, historischer Referentialität, sozialer Botschaft und Zusammenführung von High and Low Art.⁶¹ Dieses Bekenntnis zu einer "**architecture of meaning**" lässt sich auch aus einer Beschreibung dessen herauszuhören, was ihm an seinen eigenen Bauten fehlt: "We had failed to fit into our buildings double functioning or vestigial elements, circumstantial distortions, expedient devices, eventful exceptions, exceptional diagonals, things in things, crowded or contained intricacies, linings or layerings, residual spaces, redundant spaces, ambiguities, inflections, dualities, difficult wholes, or the phenomena of both-and."⁶²

"Not only are we not free from the forms of the past, and from the availability of these forms as typological models, but if we assume we are free, we have lost control over a very active sector of our imagination, and of our power to communicate with others." (Alan Colquhoun, Typology and Design Method, 1967)

59 Robert Venturi, Denise Scott Brown, Steven Izenour. 1972. Learning from Las Vegas. Cambridge: MIT Press. S. 87

60 Robert Venturi, Denise Scott Brown, Steven Izenour. 1972. Learning from Las Vegas. Cambridge: MIT Press. S. 87

61 Vgl. Ebd. S. 102

62 Ebd. S. 129



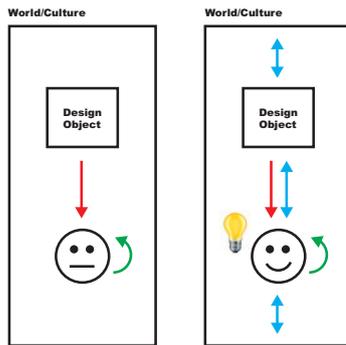
PAM Italo Mix refrigerator magnet, Segmenting- Meaning Lines, Connotation Areas

Fassen wir zusammen: Design ohne den Anspruch, kulturelle Referenzfelder aufzuspannen, Impulse zu setzen und voll aus dem Zeichen-Kosmos zu schöpfen, mag teilweise legitim sein, interessiert hier aber nicht (vgl. Slippery Design vs. Slick Design). Es interessieren Geschichten, Ideen, Visionen, neue Verknüpfungen, geistige Herausforderung, Interpretationsspielraum, Diskussionen. Und abgesehen davon, dass wir ohnehin nichts absolut Neues erfinden können, weil die semantische Kette all dessen, was bereits gewesen ist/gesehen wurde, sich durch alle unsere Gedanken zieht, wäre der durchaus moderne Gedanke, sich von der Vergangenheit zu lösen, äußerst kaltherzig ;-(

3.2 Self-referential Design (David Byrne & Tristram Shandy - their Nature of Contradiction)

"Reading, or looking at a book leads directly to looking at yourself, reflecting on what you as reader or viewer are doing and how this can be ordered within existing patterns or categories." (Helmut Draxler, Shandyism. Authorship as Genre, 2007)

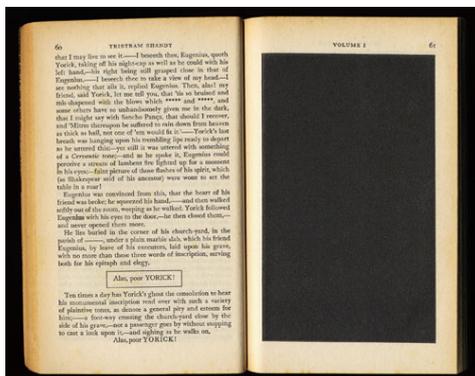
1. Self-Referential-Nature, der Betrachter: Es gibt meines Erachtens zwei Arten eines zur Selbstreflexion stimulierenden Designs. Das wäre einerseits die Gestaltung eines offenen Dialogs (wie schon zuvor in diesem Essay portraitiert, siehe Fitback), der den Rezipienten förmlich auffordert zu antworten, teilzunehmen, sich selbst zu spiegeln, Identifikation zu finden. Andererseits gibt es aber auch eine Art der Selbstreferentialität, die dadurch entsteht, dass sich zuerst das Design-Produkt spiegelt – und damit sein eigenes Gewicht in die Waagschale wirft. Mit dieser Taktik erzählt es unweigerlich über das eigene Medium, die Produktionsbedingungen, seine Distribution, all die Entscheidungen des Autors und fordert den Rezipienten dazu auf, **seine eigene Rolle in diesem Kontext zu finden**. Diese Form der Selbstreferentialität hat eine Besonderheit: **sie pöbelt an, spielt mit Erwartungen und lässt den Leser gerne ausrutschen** – beschleunigt damit Reflexion und Erkenntnissuche.



The two "Self-Referential Natures"

Die letztgenannte Form von Selbstreferentialität demonstriert auch der 1759 bis 1767 erschienene Roman "The Life and Opinions of Tristram Shandy, Gentleman" von Laurence Sterne. Er ist nicht nur ein Wunderwerk von in sich verschränkten Narrativen und Zeitebenen – der Erzähler beherrscht es auch, sich selbst und sein Werk zu beobachten: "By this contrivance the machinery of my work is of a species by itself; two contrary motions are introduced into it, and reconciled, which were thought to be at variance with each other. In a word, my work is digressive, and it is progressive too, -- and at the same time."⁶³

Helmut Draxler sieht die Selbstreferentialität des Romans vor allem darin, dass er mit Erwartungen spielt, die dem Medium inhärent sind, sie enttäuscht, aber auch neu konstruiert; Linearitäten bricht und zur Reflexion auffordert⁶⁴: "Tristram Shandy is the ultimate and unparalleled example of a book that addresses its own medium with self-reflective wit and irony. [It becomes] aware of its own mediality, negotiates the demands of a new form of publicity and a particular construction of authorship."⁶⁵ Eine geheime Tradition der Moderne?!



links: Schwarze Seite aus *The Life and Opinions of Tristram Shandy, Gentleman* von Laurence Sterne
rechts: Autor unbekannt

63 "[Dieser Kunstgriff] macht die Maschinerie meines Werkes zu einer ganz eigentümlichen; sie erhält dadurch zwei entgegengesetzte Bewegungen, die sich doch wieder vereinigen, während man hätte glauben sollen, daß sie einander stören würden. Mit einem Wort, mein Werk schweift ab und kommt doch vorwärts – und zwar zu gleicher Zeit." Sterne, Laurence. 1982 [1759-1767]. *The Life and Opinions of Tristram Shandy, Gentleman*. Frankfurt: Insel. S. 83 (deutsch), S. 698 (englisch)

64 The mediums's wrong message

65 Draxler, Helmut. 2007. "Shandyism. Autorschaft als Genre." In: Helmut Draxler (Hg.). *Shandyism. Autorschaft als Genre*. Stuttgart: Merz & Solitude, S. 259

Carol Witts spricht dem Roman vor allem eine politische Relevanz zu. Sterne arbeite mit konkurrierenden Wahrheitsansprüchen. Unterschiedliche Geschichtsschreibungen, unterschiedliche Definitionen sozialer Identitäten treffen aufeinander, werden aber nicht gewertet, sondern in Verbindung gebracht, es werden Konnotationen überprüft und neu erschlossen: "The political significance of Shandyism is therefore not a critique of ideology in the sense of the revelation of truth, but rather a **critique of representation** in the sense of an opening up to intermediate spaces in which the contradictions between different categorical authorities are addressed and hitherto **unprecedented relations are produced.**"⁶⁶

Genau darin liegt die Stärke eines Designs, das sich selbst reflektiert und thematisiert: **Der Rezipient will dem Design-Objekt in der Reflexionsfähigkeit nicht nachstehen.** So stellen sich dem Rezipienten Fragen, die den Ablauf einer gewöhnlichen, einspurigen Kommunikationsführung Design-Objekt>>Rezipient aufbrechen und durcheinander bringen. Sie veranlassen den Rezipienten, sich über das Medium hinaus zu spiegeln, was soviel heißt, wie dass er versucht, sich und das Design-Objekt in einem übergeordneten Kontext zu sehen.

"We cannot be separated from the objects that surround us." (David Byrne, quoted on a leaflet from Aktionsforum Praterinsel (Munich), 1998)

2. Self-Referential-Nature, der Autor: Bei der Untersuchung der Prozesse von Selbstreferentialität wurde bisher der Fokus auf den Rezipienten gerichtet. Nun zum Autor. In diesem Kontext vertritt David Byrne eine im wahrsten Sinne slippery und ambigüe Position. A.) Einerseits drängt er den Designer dahin, auf seine Autorschaft zu verzichten, keinen eigenen Stil zu entwickeln. B.) Gleichzeitig liebt er aber die Objekte, die durch Herstellungsweise und Form eine Geschichte über den Autor erzählen und die Kultur der User spiegeln.

Zu Punkt A, aus "The Holy Grail of No Style", David Byrne über das Design von Tibor Kalman: "Tibor and company don't have a signature style, and that is a worthy ambition in life. In baseball metaphor land, if the pitcher keeps changing styles, the batter doesn't know what's coming at him, so he has to be ever-alert. [...] Having a recognizable style relegates you to the status of the quotable icon. And while being an icon is flattering, I imagine, once it happens, you become irrelevant. [...] **Having to get the "I" out of the song is the ultimate compositional coup, whether in music or in design. Having a non-style is more slippery, amusing and surprising than sticking to one nice recognizable look.** It's a way of staying half-awake, or noticing things, enjoying things and learning to love things - especially the vernacular and banal things that have been relegated to the garbage heap of design."⁶⁷

66 Witts, Carol. 1996. "The Modernity of Sterne." In: David Pierce und Peter de Voogd (Hg.). *Laurence Sterne in Modernism and Post modernism*. S. 19-38 Zur aktuellen Kritik von Representation fällt mir noch das mittlweile schon wieder aufgelöste Mal-Kollektiv "Paint FX" ein, welches über die Ästhetik bzw. Stumpfheit ihrer Bilder bestens Kritik am Corporate Look von Adobe Photoshop etc. üben konnten. <http://paintfx.biz/>, bzw. <http://www.krystalsouth.com/paper/#pfx>

67 Byrne, David. 1988. "The Holy Grail of No Style." In: Peter Haall und Michael Bierut (Hg.). *Tibor Kalman: Preverse Optimist*. New York: Princeton Architectural Press. S. 87

Zu Punkt B: **"The impulse to attribute human attributes to objects is not stupid or wrong, as many scientists keep telling us time and again...** We cannot be separated from the objects that surround us. They animate and imitate us just as much as we imitate objects and animate them. By breathing a soul into dead objects, we feel and understand that the world is truly alive, not just existing as an aggregate of dead objects and lifeless landscapes."⁶⁸

Natürlich sind die beiden Aussagen nicht komplett widersprüchlich, schließlich geht es Byrne in Punkt A eher darum, sich einer Corporate Design-Philosophie zu verweigern, als den Tod des Autors ein weiteres Mal auszurufen, zeigen doch seine Gedanken vor allem den bewussten Umgang mit Autorschaft und deren Spiegelung in der Gestaltung, zusammengefasst in dem Begriff: "Style". Ein Punkt, der hier nicht ohne Grund ausgelassen wurde, weil Slippery Design sich keiner Ästhetik, keinem Style unterordnen bzw. keinen solchen diskutieren will.

3.3 Lost in Connotation (Summary included)

Q: Your artistic mind strikes me as perpetually stimulated. Even in casual conversation its like you're brainstorming fictional techno band names. Does your creative capacity ever exhaust? Is there any mental serenity in the chaos?

A: My brain seems to need to making connections in order to keep moving. One thing always leads to another which makes me think, what about Pop the Boat?

Never not poppin!

(Misha Hollenbach (P.A.M) Interview von Modular Records, 2013)⁶⁹

Lost in Connotation ist der Zustand eines Rezipienten, eines Designers, der tief verwickelt ist in "Slippery Design Material" und verirrt in Referenzspielen: Lösen von Denotationen, balancieren von Kontexten, suchen von Bedeutung, zusammensetzen von Sinn, aufspüren von Wegen. Wenn die Übersetzung langsam greift, fehlende Puzzelteile auftauchen, Rätsel gelöst werden, der Weg vom Nichtwissen ins Wissen führt, dann lebt auch Design und besteht weiter. Doch es wird nie "frei" sein, sucht nicht den kontemplativen Einklang, die Einheit, sondern verbleibt im **Dschungel**, im Chaos. Lost in Connotation fordert eine andauernde Dekonstruktion und steuert damit gegen den eintönigen Wahrheitsdiskurs anderer Designtheorien, gegen eine klare und verständliche Übersetzung.

Natürlich könnte man theoretische Texte wie "homo viator/ the radican" von Nicolas Bourriaud⁷⁰ bzw. die "Notes on metamodernism"⁷¹ von Timotheus Vermeulen and Robin van den Akker hinzuziehen, um diese bildlichen, organischen Beschreibungen zu ergänzen. Aber ich würde gerne nicht zu kulturtheoretisch bzw. philosophisch werden, sondern auf einer praktischen Ebene den Leser über den Text hinaus dazu ermuntern, das zeitgenössische Grafikdesign zu beobachten, zu prüfen, ob darin Widersprüche ausgetragen werden, ob

68 Byrne, David. Quoted on a leaflet of the "Aktionsforum Praterinsel", Munich, accompanying his 1998 exhibition "Glory! Success! Ecstasy!"

69 <http://modularpeople.com/modcast/146-misha-hollenbach-pam/23273.html>

70 "For contemporary creators are already laying the foundations for a radican art – radican being a term designating an organism that grows its roots and adds new ones as it advances. To be radican means setting one's roots in motion, staging them in heterogenous contexts and formats, denying them the power to completely define one's identity, translating ideas, transcoding images, transplanting behaviors, exchanging rather than imposing." Bourriaud, Nicolas. 2009. The Radican. New York: Lukas & Sternberg. S. 22

die Möglichkeiten der Zeichensprache, die uns das Internet aufbereitet, in irgendeiner Weise reflektiert werden – zu prüfen, ob es zur Interaktion einlädt. Wo tauchen diesen Zeichen auf und regen dazu an, ihnen hinterher zu forschen? Wo sehe ich **riskante Entscheidungen** und meine **Interpretation gefährdet**? Muss Design immer jede Stufe einzeln nehmen, die Informationseinheiten sicher abliefern, oder darf es nicht darüber hinaus zu neuen Horizonten bzw. in die Tiefen des Dschungels führen? Bleibt Grafikdesign, das nur die Sprache der eigenen Profession reflektiert (z.B. Schriften von Designern für Designer entwirft – le design pour le design), nicht ein armer Beweis dafür, dass **Interdisziplinarität**, also der Austausch von Denkweisen/Wissensketzen/Äußerungsformen mit anderen Disziplinen wie etwa Natur- und Geisteswissenschaften immer noch nicht angestrebt wird?

"Thus one of the principles of the Creed, a passage from the Bible, a phrase from one of the Church Fathers, or from the Latin text of the Mass could be expressed and taken into the Game just as easily and aptly as an axiom of geometry or a melody of Mozart. We would scarcely be exaggerating if we ventured to say that for the small circle of genuine Glass Bead Game players the Game was virtually equivalent to worship..." (Hermann Hesse, The Glass Bead Game (A General Introduction), 1943)

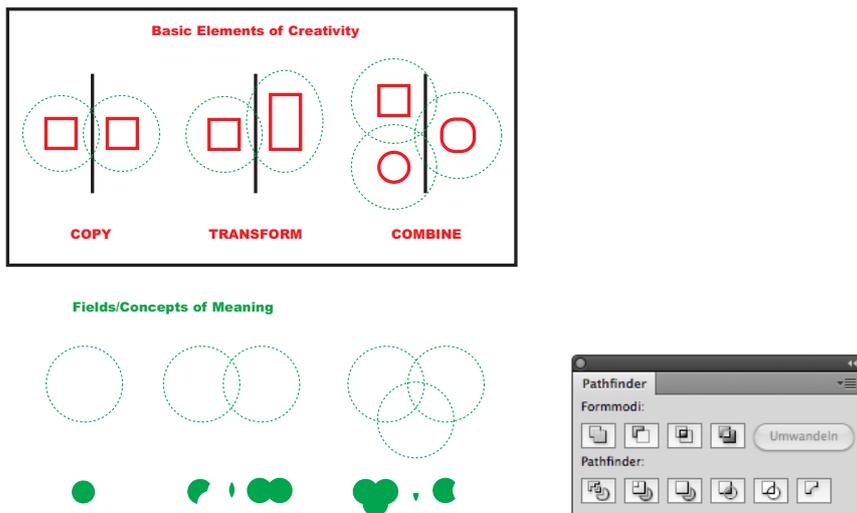
Übrigens: Der Begriff der Bedeutungsfelder taucht hier immer wieder auf und wurde nicht wirklich diskutiert. Natürlich ist er tatsächlich wörtlich zu nehmen und sein Sinn wird, so meine ich, auch irgendwie hergestellt. Im Zusammenhang mit einer **unchronologischen Denkstruktur**, welche sich der Mensch immer mehr aneignet, sind diese Felder nun ungemein interessant. Chronologie kennen wir noch aus der Schule, das 1-9 und A bis Z, doch scheint dies keine zeitgemäße Vorgehensweise mehr zu sein sich Wissen anzueignen. Wir bewegen uns in Feldern/Bedeutungsfeldern, deren Pole wir nicht kennen, schließlich verändern wir deren Kräfte über unsere eigene Recherche.



Das Google-Eingabefeld hilft dabei, fehlendes Wissen sofort zu ergänzen, Lücken zu schließen und neue Lücken/Gebiete zu erschließen. Diese Ökonomie der Bedeutungskonstruktion ist einzigartig in der Geschichte und unabhängiger vom kulturellen Background der Produzent denn je.⁷²

71 "Metamodernism moves for the sake of moving, attempts in spite of its inevitable failure, [...] seeks forever for a truth that it never expects to find", Timotheus Vermeulen and Robin van den Akker. 2010. "Notes on metamodernism." <http://www.aestheticsandculture.net/index.php/jac/article/view/5677/6306>, 2010

72 abgesehen davon, dass Google natürlich die Ergebnisse ausspuckt die zu einem auch passen sollen - damit das Weltbild bestätigt wird.



Basic Elements of Creativity (COPY/TRANSFORM/COMBINE) von Kirby Ferguson, <http://everythingisaremix.info/>
 Bootleged mit "Fields of Meaning" von The Laboratory of Manuel Bürger

"Kritischer Ansatz heißt daher, Licht in die Widersprüche, Zyklen und Krisen (...) zu bringen, denn in jedem dieser Momente kann die (...) historische Entwicklung sich zugunsten anderer Möglichkeiten öffnen." (Michael Hardt und Antonio Negri, Empire - Die neue Weltordnung, 2000)

Damit wird das kritische Potential von Slippery Design deutlich: Es führt zu einer **vielschichtigen Rezeption** und einer ebenso **ambigen Gestaltung**. Diese und ähnliche Ziele⁷³ verfolgen viele Gestalter – nennen es vielleicht "Critical Design" -- manche glauben "konzeptionelles Design" wäre schon kritisch per se ;-/... Dennoch: Slippery Design möchte nicht mit dem Zeigefinger auf die Möglichkeit dieser kritischen Perspektive hinweisen, welche durch Slippness gewonnen werden kann. Zu oft führt eine solche Auszeichnung, ein Schulterklopfen, das >kritisch< sein (wollen), doch nur zu einen einzigen, monotonen Wahrheitsdiskurs. Austragungsort jedes Designs bleibt beim Rezipienten, er muss sein eigenes Bild konstruieren, das natürlich immer, wie allgemein bekannt, blinde Flecken beinhalten wird. Das gilt auch für jeden Designer! Slippery Design muss daher erstmal vielmehr zu einem **Mind-Set**, nicht nur zu einer Design Disziplin werden, welches sich dieser komplexen Rezeptionsproblematik bewusst ist, aber damit zu spielen weiß.

"The tendency towards complexity has carried the universe from almost perfect simplicity to the kind of complexity that we see around us, everywhere we look. The universe is always doing this. It is always moving from the simple to the complex." (Abdel Kadar Khan in Gregory David Roberts's Shantaram, 2003)

In diesem Moment, es soll der letzte Absatz werden, ist mir bewusst, dass ich viele Wege nicht beschritten, keine Gegentheorie entworfen, andere Perspektiven vernachlässigt und

⁷² abgesehen davon, dass Google natürlich die Ergebnisse ausspuckt die zu einem auch passen sollen - damit das Weltbild bestätigt wird.

⁷³ "[...] We have already talked about need. Instead of giving the wrong answers, design should instead begin asking interesting questions." van der Welden, Daniel. 2006. "Research and Destroy: Graphic Design as Investigation." <http://metropolism.com/magazine/2006-no2/research-destroy/english>

mich bestimmt vielen Lesern nicht deutlich genug ausgedrückt habe. Ich sehe mich selbst als Semionauten, unscharf im Kosmos, **überfordert mit der Komplexität von Form und Gedanken, doch begeistert vom Anblick**. Deshalb ist ein Punkt an dieser Stelle gut. Das Sammelsurium an Ideen muss sich formen, seine Kräfte spielen lassen, zur weiteren Suche einladen, interpretiert werden, slippery sein. Solange ich an die Grundsäulen dieses Essays glaube, bleibt es die Natur der Gestaltung, sich verändern zu wollen, sich der Diskussion zu stellen, und mutig zu bleiben.

"Nothing is so perfectly amusing as a total change of ideas." (Laurence Sterne, The Life and Opinions of Tristram Shandy, Gentleman, 1759)

In der nächsten Folge:

Slippery Design vs. Slick Design bzw.

Slick Design - Wie Design wirklich unsichtbar wird

Ein besonderes Dankeschön gilt Wilma Renfortt für zahlreiche Diskussionen und Mitarbeit.

THE LABORATORY OF MANUEL BÜRGER

SLIPPERY DESIGN

Posted on: 02.11.2011.
Last modified: 13.10.2013

THE ESSAY

The Laboratory Of Manuel Bürger

SLIPPERY DESIGN

The Essay

2011



2013

THE LABORATORY OF MANUEL BÜRGER

SLIPPERY DESIGN

Posted on: 02.11.2011. Last modified: 13.10.2013

THE LABORATORY OF MANUEL BÜRGER

2011-2013

VOLUME I

61

Slippery Design

THE ESSAY



never forget:

