

HFG FORSCHUNG

Wilhelm Fink

YANA MILEV (HG.)

# DESIGN KULTUREN

DER ERWEITERTE DESIGNBEGRIFF

IM ENTWURFSFELD

DER KULTURWISSENSCHAFT



YANA MILEV (HG.)

DESIGN KULTUREN

## HFG FORSCHUNG

Band 5

Die Reihe HfG Forschung wird  
herausgegeben von  
Marc Jongen und Uwe Hochmuth

Wissenschaftlicher Beirat:  
Prof. Dr. Peter Sloterdijk  
Prof. Dr. Wolfgang Ullrich  
Prof. Dr. Heiner Mühlmann

YANA MILEV (HG.)  
**DESIGN KULTUREN**  
DER ERWEITERTE DESIGNBEGRIFF  
IM ENTWURFSFELD  
DER KULTURWISSENSCHAFT

Wilhelm Fink

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

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

Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe und der Übersetzung, vorbehalten. Dies betrifft auch die Vervielfältigung und Übertragung einzelner Textabschnitte, Zeichnungen oder Bilder durch alle Verfahren wie Speicherung und Übertragung auf Papier, Transparente, Filme, Bänder, Platten und andere Medien, soweit es nicht §§ 53 und 54 URG ausdrücklich gestatten.

© 2013 Wilhelm Fink Verlag, München  
(Wilhelm Fink GmbH & Co. Verlags-KG, Jühenplatz 1, D-33098 Paderborn)

Internet: [www.fink.de](http://www.fink.de)

Gestaltung und Satz: Sahar Aharoni, Karlsruhe  
Textredaktion: Dr. Frank Eckart, Berlin

Printed in Germany  
Herstellung: Ferdinand Schöningh GmbH & Co KG, Paderborn

ISBN 978-3-7705-5534-5

## INHALT

YANA MILEV 11

DER ERWEITERTE DESIGNBEGRIFF IN EINER  
KULTURWISSENSCHAFTLICHEN VERORTUNG

### A ALLTAGSKULTUR ALS DESIGNKULTUR

SOPHIA PRINZ 33

FORMEN DES GEBRAUCHS.  
ÜBER DIE ALLTÄGLICHE ORDNUNG DER DINGE

### ANGSTKULTUR ALS DESIGNKULTUR

LARS KOCH 45

ANGST-DESIGNS UND IHRE SUBJEKTIVITÄTS-  
UND WIRKLICHKEITSEFFEKTE

### B BESETZERKULTUR ALS DESIGNKULTUR

ANKE HAARMANN 57

PUBLIC BLUE IN JAPAN: BESETZER URBANER RÄUME  
GESTALTEN DIE STÄDTE

### C CODEKULTUR ALS DESIGNKULTUR

OLIVER VOGT 67

CODES: SCHLÜSSEL ZUR GESTALTUNG

### D DENKKULTUR ALS DESIGNKULTUR

EUGEN BLUME 81

WER NICHT DENKT FLIEGT RAUS. ANMERKUNGEN  
ZU FRAGEN DES SOZIALEN DESIGNS BEI JOSEPH BEUYS

**E** ERREGUNGSKULTUR ALS DESIGNKULTURMICHAELA OTT 93ERREGUNGSKULTUREN – SCHWARMDESIGN**F** FINANZKULTUR ALS DESIGNKULTURSTEPHAN TRÜBY 103FINANZKULTUREN ALS GESTALTUNGSELEMENT VON  
NATIONALSTAATSPOLITIKEN**G** GEWALTKULTUR ALS DESIGNKULTURPHILIPP RUCH 113RACHEDESIGN: VOM ÄUSSEREN FREMDZWANG  
ZUM INNEREN GEFÜHL**H** HUMANKULTUR ALS DESIGNKULTURMARC JONGEN 127WIR SIND ALLE DESIGNERBABYS**I** INFANTILE KULTUR ALS DESIGNKULTURELISABETH VON SAMSONOW 137ZUM SPIELZEUGSTATUS ZEITGENÖSSISCHER APPARATE**K** KONSUMKULTUR ALS DESIGNKULTURKAI-UWE HELLMANN 147DESIGN ALS MANIFESTATION VON KONSUMKULTUR**KÖRPERKULTUR ALS DESIGNKULTUR**JÖRG SCHELLER 157EIN JANUSKÖPFIGER PROMETHEUS

**L** LANDSCHAFTSKULTUR ALS DESIGNKULTURSUSANNE HAUSER 167ÜBER DIE GESTALTUNG VON LANDSCHAFTEN**M** MASSENKULTUR ALS DESIGNKULTURMICHAEL MAKROPOULOS 177FORMEN KOMMUNIKATIVER NORMALISIERUNG**N** NETZ(WERK)KULTUR ALS DESIGNKULTURCHRISTIANE HEIBACH 187GESTALTUNG (IN) DER NETZWERKKULTUR**O** OBJEKTKULTUR ALS DESIGNKULTURVOLKER ALBUS 197VERSUCHSLABOR GALERIE: ÜBER DIE FUNKTION EXPERIMENTELL  
ANGELEGTER »OBJEKT MÖBEL«**ORIENTIERUNGSKULTUR ALS DESIGNKULTUR**RUEDI BAUR 211ORIENTIERUNGSDESIGNKULTUR ALS DESIGNKULTUR**P** PERFORMATIVE KULTUR ALS DESIGNKULTURCHRISTOPH MICHELS 221PERFORMATIVITÄT DURCH PARTIZIPATION.ZUR ALLTÄGLICHEN DESIGNPOLITIK STÄDTISCHER RÄUME**R** RITUALKULTUR ALS DESIGNKULTURJANINA KAROLEWSKI / CHRISTOF ZOTTER 235GESTALTETE RITUALE UND RITUELLES GESTALTEN



**S** STADTKULTUR ALS DESIGNKULTURKATHRIN WILDNER 247STADTETHNOGRAPHISCHE BETRACHTUNGEN IM DESIGNKONTEXT**T** TOURISMUSKULTUR ALS DESIGNKULTURJENS BADURA 259AMBIENTE ALS MARKE. NOTIZEN ZUM DESIGN TOURISTISCHER  
DISPOSITIVE**U** ÜBERWACHUNGSKULTUR ALS DESIGNKULTURFRIEDRICH VON BORRIES 271DIE FREIWILLIGEN GEFANGENEN AUF DEM WEG ZUR SELBSTOPTIMIERUNG**V** VISUELLE KULTUR ALS DESIGNKULTURSIGRID SCHADE 279DESIGN ALS GEGENSTAND VON UNTERSUCHUNGEN VISUELLER KULTUREN  
AM BEISPIEL VON WARNSCHILDERN VOR ATOMARER STRAHLUNG**W** WERBEKULTUR ALS DESIGNKULTURALEXANDER GUTZMER 289 Globale Massenornamente**WISSENSKULTUR ALS DESIGNKULTUR**CLAUDIA MAREIS 299WISSEN GESTALTEN: ANSICHTEN ZU DESIGN ALS WISSENSKULTUR**Z** ZEICHENKULTUR ALS DESIGNKULTURELIZE BISANZ 311ZEICHEN UND DESIGN





**Yana Milev, Dr. phil., MFA**, ist Kunstanthropologin, Kulturphilosophin, Kulturwissenschaftlerin und Kuratorin. Nach einer erfolgreichen künstlerischen Karriere (Documentalkünstlerin der dX, 1997) schlug Yana Milev ab 2003 eine wissenschaftliche Laufbahn ein. Im Anschluss an ein Doktoratsstudium für Philosophie in den Fächern Kulturphilosophie und Anthropologie der Kunst, erfolgte 2008 die Promotion zu einem Thema der politischen und Sozialphilosophie. Seit 2010 ist Yana Milev Visiting Research Fellow am Forschungskolleg der HfG Karlsruhe, seit 2012 Habilitandin an der Universität St. Gallen (HSG), Institut für Soziologie (SfS), sowie seit 2013 Forscherin am Institute of Cultural Studies in the Arts (ICS) der ZHdK Zürich. Ihre aktuellen Forschungsschwerpunkte liegen auf den Themen der Designsoziologie, der Religionssoziologie, der Visuellen Anthropologie und der Designanthropologie. Letzte Publikation: Yana Milev (ed.), *D.A. – A Transdisciplinary Handbook of Design Anthropology*, Peter Lang International Academic Publishers, Frankfurt am Main, Berlin, Bern u. a. 2013.

---

YANA MILEV

**DER ERWEITERTE DESIGNBEGRIFF IN EINER  
KULTURWISSENSCHAFTLICHEN VERORTUNG**

DER ERWEITERTE DESIGNBEGRIFF – EINE ANNÄHERUNG

Der Mensch ist ein semiotisches Wesen, ein Designwesen. Unter sozialanthropologischen Gesichtspunkten ist sein Überleben an Handlungen gebunden, die Zeichen hinterlassen und Kommunikationen ermöglichen. Soziale Systeme sind semiotische Systeme, die aufgrund der Erkennbarkeit und Wiedererkennbarkeit ihrer codierten Ideologien und Interessen überleben. Dieser Systemerhalt vollzieht sich über semiotische Identifikationen und Bildidentifikationen, die den sprachlichen Tausch, d. h. symbolischen Tausch, generieren. Abweichungen von Systemcodierungen führen zwangsläufig zum Verlust der System-ID und somit zum Ausschluss aus dem System. Zeitgleich eröffnet jedoch jeder Systemausschluss die Chance, auf der Basis modifizierter Codierungen neue sprachliche Systeme zu begründen bzw. neue Anschlüsse an andere sprachliche oder semiotische Systeme zu erschließen. Semiotische Codierung bedeutet sowohl für Einzelwesen wie auch für soziale Systeme *Überleben*<sup>1</sup>. Bereits 1908 hat Georg Simmel mit *Formen der Vergesellschaftung*<sup>2</sup> eine Soziologie der Formen entworfen und darin das für die Konfliktsoziologie später bedeutsame Kapitel *Der Streit* sowie den klassischen Text der Migrationssoziologie *Exkurs über den Fremden* erarbeitet.

Die Notwendigkeit einer *Kulturtechnikforschung des Semiotischen und Soziologischen*, des Performativen und Szenischen im Kontext des sozialen Handelns ist in den Zeiten radikalen Wandels gesellschaftlicher und individueller Identifikationen mehr denn je

1 Vgl. Milev, Yana, *Emergency Design. Anthropotechniken des Überlebens*, Merve, Berlin, 2011.

2 Simmel, Georg, *Soziologie. Untersuchungen über die Formen der Vergesellschaftung*, Suhrkamp, Frankfurt am Main, 1992.



**Abb. 1:** Austausch von Visitenkarten nach der japanischen Konvention. Die Annahme der V-Card mit beiden Händen ist eines der wichtigsten Rituale überhaupt. Eine Visitenkarte mit nur einer Hand anzunehmen ist in Japan eine Beleidigung.



**Abb. 2:** Gang Signs.

erforderlich und setzt einen *erweiterten Designbegriff* zur Disposition. Dabei wird ein *erweiterter Designbegriff* von Interesse sein, der jenseits pragmatisch-konsumistischer Funktionalität gedacht werden kann, wie sie sich seit den 1950er-Jahren des letzten Jahrhunderts in Europa im Zusammenhang mit der Automobilindustrie, dem Bauhaus und den Konsumgütern einer Wirtschaftswunderzeit etablierte. Demzufolge wird unter Design entweder die Stilisierung, Etikettierung, Plakatierung und Werbung von Waren zu ihrer kommerziellen Verbreitung verstanden, die unikate, serielle oder massenhafte Herstellung von Gebrauchsobjekten, vorrangig von Möbeln, Haushaltgeräten, Autos und Kommunikationsinstrumenten, oder, im Zusammenhang mit der Medialisierung der öffentlichen Räume, Fashion und Lifestyle. Dieses eingeschränkte Design-Verständnis, welches sowohl dem *Common Sense* einer Waren- und Dienstleistungsgesellschaft entspricht, wie auch vielerorts dem akademischen Vermittlungsstatus gilt es zu öffnen und ein Designdenken des Sozialen, des Politischen, des Ethnografischen, des Ökologischen und Ökonomischen, des Urbanen und Spatialen, zudem des Ästhetischen, des Medialen, des Narrativen und des Performativ-Lebensräumlichen zu motivieren. Die im Band versammelten Positionen zu einem *erweiterten Designbegriff*, die sich ebenso unterschiedlichen Herkünften, Quellen und Expertisen zuordnen lassen, besprechen gleichermaßen *Kulturinszenierungen als Designprozesse*.