

Inhalt

1. Einleitung	7
2. Gesellschaft und Design	15
2.1 Theorieperspektiven	15
2.1.1 Design- und sozialwissenschaftliche Zugänge	16
2.1.2 Designtheorie als Reflexionstheorie	26
2.1.3 Positionierung	34
2.2 Netze oder Systeme?	34
2.3 Designbegriffe	42
3. Das Design der Moderne	53
3.1 Gestaltung oder Design?	54
3.1.1 Medienepochen der Gesellschaft	57
3.1.2 Einheit der Differenz von Sichtbarkeit und Unsichtbarkeit	64
3.2 Ausdifferenzierung des Designs	67
3.2.1 Vormoderne Formen der Gestaltung	68
3.2.2 Gestaltende Praxis ab dem 19. Jahrhundert	74
3.3 Leistungen und Funktion von Design	82
3.3.1 Leistungskontext: Wirtschaft	83
3.3.2 Leistungskontext: Politik	89
3.3.3 Leistungskontext Massenmedien	98
3.3.4 Weitere Leistungskontexte	101
3.4 Design als Funktionssystem?	103

4. Kommunikation durch Design	117
4.1 Gestaltung und Kommunikation	121
4.1.1 Kommunikations-, Verbreitungs-, Erfolgs- und Selektivmedien	129
4.1.2 Realitätsverdoppelungen	138
4.1.3 Designkommunikation und relationale Gefüge	144
4.2 Entwerfen als relationale Praxis	159
4.2.1 Konsistenz und Kohärenz	162
4.2.2 Integratives Design	169
4.2.3 Selektivität	175
4.3 Zusammenfassung	179
5. Formen des Designs	185
5.1 Notation des Kalküls	191
5.2 Designkalkül	195
5.3 Begriffskollisionen zwischen Form und Gestalt	202
5.4 Kontextbedingungen	210
5.5 Beispiele für Designkalküle	218
5.5.1 Funktionalistische Designansätze	222
5.5.2 Konsum-, bedeutungs- und affektorientierte Designansätze	232
5.5.3 Spekulative und praktisch-reflexive Designansätze	242
5.6 Kalküle in der Anwendung	252
6. Theorie und Praxis	257
6.1 Designpraxis und Erkenntnisproduktion	260
6.2 Begleitende Praxisprojekte	269
7. Fazit und Ausblick	289
Literaturverzeichnis	293
Abbildungsverzeichnis	307