

5. Das Semantische braucht uns

Viele Leute sprechen heute von der SEMANTIK DES DESIGNS. Der alte Formbegriff der Gestaltung ist weitgehend ins Abseits geraten. Auch die Kategorie der Ästhetik steht im Design nicht mehr immer im Vordergrund. All das wird jetzt pauschal unter dem umfassenderen Konzept der Semantik gefasst. Insofern Sinn oder Semantik die allseits akzeptierte Grundkategorie der Soziologie ist, haben wir eine Parallelität zwischen der Semantik des Designs und der Semantik der Gesellschaft.

Allerdings wurde die Semantik des Designs bisher vorwiegend, statt von der Soziologie her, als vielmehr von der HERMENEUTIK her aufgefasst. Die Hermeneutik gilt als Methodenlehre der Geisteswissenschaften, während die Soziologie nicht als Geisteswissenschaft einbezogen wurde. Die Soziologie ist eine der Sozialwissenschaften, man könnte sagen, die grundlegende Sozialwissenschaft. Das Beiseitestehen der Soziologie im Design könnte sich in Zukunft drastisch ändern.

Rhetorik versus Soziologie

Ein anderes Konzept der Designsemantik hat der Designwissenschaftler Holger van den Boom in seinen Schriften (u.a. *Das Designprinzip*, 2011; *Realität Verstehen*, 2012) vorgestellt. Er geht aus von der Differenz zwischen Trivium und Quadrivium an den mittelalterlichen Universitäten. Das Trivium behandelte die Fächer, die wir heute Geisteswissenschaften nennen, das Quadrivium behandelte die Fächer, die wir heute Naturwissenschaften nennen. Eine soziologische Perspektive gab es im Mittelalter noch nicht. Es gab nur die »zwei Kulturen« der Natur- und Geisteswissenschaften¹. Van den Boom spricht demgemäß von einer Trivium-Semantik und von einer Quadrivium-Semantik und fordert für die Designwissenschaft eine größere Beachtung der QUADRIVIUM-SEMANTIK. Diese Gegenüberstellung hatte bei van den Boom den Ausgangspunkt, dass die gegenwärtige Methodologie in den Geisteswissenschaften nicht in erster Linie von der Hermeneutik (Interpretation) ausgeht, sondern von der Rhetorik (Redekunst). Die Designsemantik wurde infolgedessen

1 Siehe: Charles Percy Snow, *The Two Cultures*, 1959.

von vielen Autoren schlicht als »Designrhetorik« aufgefasst, wogegen van den Boom Position bezog.

In der Tat ist die Rhetorik, ehemals das Hauptfach des Triviums, nicht ausreichend für eine profundere Designsemantik. An den Hochschulen wurde in der letzten Zeit Design vor allem als eine Form der Rhetorik angesehen. Design will uns etwas SAGEN. Van den Boom hebt hingegen hervor, dass Design uns etwas ZEIGEN will. Die Soziologie in der Designsemantik, das ist der Vorschlag dieses Buches, knüpft an das Zeigen an. Eine Designsemantik, die davon ausgeht, dass Design uns etwas zeigen möchte, braucht uns. Sie braucht Designer, die das verstehen. Die verstehen, dass sich Design bei der McDonaldisierung und Disneyfizierung eine große gesellschaftliche Verantwortlichkeit aufgeladen hat: Design war dabei nach Außen gerichtet Rhetorik, nach innen gerichtet Optimierung. Das rhetorische Narrativ versucht, die zweckrationale Optimierung zu verstecken. Das Narrativ aus dem Quadrivium ist das gemeinsame Narrativ von Arithmetik, Geometrie, Astronomie und Musik gewesen, ein genaues Gegenteil von Zweckrationalität, nämlich basierend auf Harmonie. Alle Strukturen der Mathematik, Physik und Musik gründen auf harmonischen Symmetrien.

5.1. Sinn: Grundkategorie der Soziologie

Soziologie und Design arbeiten beide im Gebiet der Semantik: Semantik bestimmt die Gesellschaft, Semantik bestimmt das Design. Semantik der Gesellschaft und Semantik des Designs sollten sich konsistent überlagern. Wir betrachteten schon viele Aspekte des Sinns in Form gesellschaftlicher Semantik, wie kulturelle Gebräuche beim Essen und Trinken mit den verschiedenen Verboten oder Regeln, Moden in der Sprache, in der Kleidung und ihre Influencer; oder Geld, welches die Objektivierung des Warenwerts erlaubt. Dabei wiederholten wir mehrfach den Satz: Sinn ist die Grundkategorie der Soziologie. Der Sinn ist überindividuell, der Sinn ist immateriell. Der Sinn ist eine semantische Struktur, sie überwölbt die Gesellschaft – ja, der Sinn ist die Gesellschaft.

Ein differenziertes Gespräch

Durch ihre Sinnstrukturen hält die Gesellschaft zusammen. Ohne Sinn wäre die Gesellschaft keine Gesellschaft, sondern ein Kampf aller gegen alle, *homo homini lupus* (»Der Mensch ist dem Menschen ein Wolf«). Der schottische Philosoph und Mathematiker Thomas Hobbes (1588–1679), der diesen Satz prägte, sah als einzige Rettung den autoritären Staat. Der Staat ist diejenige Institution, die einen Zwang ausübt, um zu verhindern, dass wir uns alle gegenseitig an die Gurgel gehen. In der Demokratie herrscht der Sinn, in der Diktatur herrscht der Zwang. Inzwischen gibt es

deutliche Anzeichen dafür, dass der autoritäre Staat rund um den Globus wiederkehren könnte.

Schon der vorsokratische Philosoph Heraklit (520–460 v. u. Z.) formulierte, Krieg sei der Vater aller Dinge. Das Gegenteil von Sinn sei, so Hobbes, das Vakuum der Kollisionen. Nicht umsonst war Hobbes ein Vertreter der mechanistischen Philosophie. Hegel² beschrieb die Situation so: Zwei Ritter, die sich zufällig auf einer Waldlichtung treffen, werden versuchen, sich gegenseitig umzubringen. Das ist natürlich sinnlos, das ist reine Mechanik. Sinnvoller ist, wenn der Gewinner den Verlierer nicht tötet, sondern ihn unterwirft – als Arbeitskraft. Hier sehen wir, wie Sinn die Gesellschaftsverbindungen aufbaut. Hegel fährt fort: »Arbeit bildet«. Der gebildete Arbeiter findet Wege, sich von seinem Chef zu befreien.

Soziale Konstrukte des Sinns entstehen aus Differenzierungen. Der strukturalistische Anthropologe Claude Lévi-Strauss analysierte solche Differenzierungen. Als Strukturalist ist Lévi-Strauss am Binären interessiert. Obwohl auch unser nächster Verwandte, der Schimpanse, die binäre Differenz männlich, weiblich versteht, weil sie in der Biologie fußt, ist es für den Schimpansen deutlich komplizierter, Verwandtschaftsgrade zu verstehen. Heute ist in unserer sozialen Umwelt der binäre Man-Frau-Unterschied in Frage gestellt. Aus fortwährend feineren Differenzierungen werden in der Gesellschaft immer konkretere Unterstrukturen ausdifferenziert, z.B. in Kleiderordnungen. In einer spanischen Bar hatte der Kellner das Radio an und ich hörte plötzlich folgendes Gespräch. Eine Frau rief an, sie sei seit zwei Jahren Witwe, über sechzig und fühle sich einsam. Sie suche einen Mann. Aber er solle ein guter Mensch sein, sparsam, gebildet, unternehmungslustig. Außerdem rechter Gesinnung sein und einen Penis von 25 cm Länge haben. Sofort rief ein Mann an, er erfülle alle Voraussetzungen, bis auf die Penislänge. Er stellte die Gegenfrage, ob ihre Brüste fest seien. Sie verneinte. Er darauf: »Ja. Dann kommen wir nicht zusammen«. Ausdifferenzierter und konkreter gehts in der Disneyfizierung nicht.

Das Gewebe aus Differenzierungen

Eine soziale Differenzierung, die binär ist, unterscheidet z.B. zwischen Oben und Unten, Innen und Außen, wir und sie, Konsens und Dissens. In gesellschaftlichen Auseinandersetzungen wurde häufig zwischen der oberen einflussreichen und der unteren einflusssschwachen Schicht differenziert. Diese krasse Differenzierung hat sich in der Demokratie abgemildert. Jede Person, egal wie stark oder schwach sie ist, hat ein Recht zur Beteiligung am demokratischen Akt an der Wahlurne.

Sinn ist also ein bunter Teppich von Differenzierungen. Die Differenzierungen stehen nicht fest, sie wackeln, schwanken und es kommen immer wieder neue dazu,

2 Georg Wilhelm Friedrich Hegel, *Phänomenologie des Geistes*, 1807.

andere sterben ab. Alle Differenzierungen haben eine Funktion. Gesellschaft ist also nicht eine einfache Summe von Individuen. Gesellschaft ist das Gewebe aus Differenzierungen.

Auch Design beruht auf Differenzen. Bestimmung im Design heißt, fortlaufend Entscheidungen durch Ausdifferenzierung während des Designprozesses zu treffen. Design bedeutet, dem lateinischen Wortsinn nach, von oben herab zeigen. Im römischen Heer zeigten die Träger des »signum« (Feldzeichen) »von oben herab« (designare), wo die eigenen Leute waren. Das diente der Orientierung. Wir haben also schon auf der ersten Stufe der Entwicklung eine DESIGNSEMANTIK DES ZEIGENS vor uns, die der Orientierung dient. Wir kommen darauf zurück.

Das Mittelalter bediente sich des »designare« (Thomas von Aquin), um eine auch für das Design interessante logische Differenzierung vorzunehmen. Ein Pudel ist ein Hund, das besagt, wir benennen das »genus proximum« (die nächsthöhere Gattung), um den Pudel als Hund auszuzeichnen. Wer erfährt, nicht wissend, was ein Pudel ist, er sei ein Hund, hat schon einiges für seine Orientierung getan. Das Mittelalter sagte, die Bestimmung, was etwas sei, werde durch eine Definition geleistet mit Angabe von »Genus proximum et differentiam specificam«. Beim »Pudel-Design« kommt es auf die spezifische Differenz an, die den Pudel von anderen Hunden unterscheidet. (Der Pudel ist natürlich nicht eine Hunde-Art, sondern nur eine Hunde-Rasse.)

Nochmals, Soziologie ist die Wissenschaft gesellschaftlicher Phänomene. Gesellschaftliche Phänomene sind semantische Phänomene. Gesellschaft ist das Gewebe der semantischen Ausdifferenzierungen als Überbau über den Individuen (Luhmann, im Anschluss an Marx und Durkheim). Soziologie als Kritik versucht, bestimmte Ausdifferenzierungen zu kritisieren als für die Gesellschaft schädlich bzw. ungerecht (Habermas).

Identität steht am Ende eines Differenzierungsprozesses, genau wie das Individuum. Die eigene Identität soll auch aus der Sicht der anderen anerkannt werden. Identität hat den gleichen Stellenwert wie Individualität. Identität kann durch weitere Differenzierung nicht aufgeteilt werden, genau wie das Wort »Individuum« besagt. Alle Identitäten sind gleichberechtigt.

Design gestaltet Ausdifferenzierungen, d.h. Sinn. Design ist eine Konstruktion des Zeigens, die gesellschaftliche Orientierung vermitteln kann. Indem das Design Ausdifferenzierungen gestaltet, formt es Systeme. Systeme gehen von Objekten, die man in die Hand nehmen kann, bis hoch in die Systemgestaltung von Institutionen oder Landschaften. Design Research, angelehnt an die Soziologen Jürgen Habermas und Niklas Luhmann, hätte zwei Perspektiven. Für Luhmann und Habermas ist das jeweilige Sinn-Konzept unterschiedlich. Für Luhmann ist Sinn in der Gesellschaft mit einer Funktion verknüpft: die Reduktion von Weltkomplexität. Übertragen auf den Designprozess heißt dies, Design betrachtet seine eigene Interaktion, fokussiert auf die Komplexitätsreduktion. Für Luhmann wäre Design

eine Weiterentwicklung des Funktionalismus. Habermas hebt hervor, dass Sinn als gesellschaftliche Semantik Kommunikation sei, die sich, reflektiert in Form einer kritischen Theorie, mit dem Ziel der Aufklärung durch Konsens entwickelt. Design lädt alle Betroffenen zur Kommunikation über Probleme ein und es wird darüber diskutiert, um Konsens bei den Designentscheidungen zu finden. Für Habermas wäre Design eine Weiterentwicklung des demokratischen Partizipationsmodells.

5.2. Die Habermas-Luhmann-Debatte

In diesem Abschnitt werden wir der Frage des Sinns aus der Perspektive der beiden bedeutendsten deutschen Soziologen des 20. Jhs., Niklas Luhmann (1927–1998) und Jürgen Habermas (geb. 1929) etwas detaillierter nachgehen. Beide stritten um Konzepte und schrieben 1971 gemeinsam das Buch: *Theorie der Gesellschaft oder Sozialtechnologie. Was leistet die Systemforschung?*. In diesem gemeinsamen Buch finden Habermas und Luhmann streckenweise zu einem Konsens. Sie sind sich einig in der Feststellung: Die Grundkategorie der Soziologie ist der Sinn. Beide erkennen, dass die sprachliche Kommunikation der Ausgangspunkt der gesellschaftlichen Semantik ist. Für Habermas geht es um konsensuelle Verständigung und für Luhmann geht es um einen systemischen Aspekt, die Selbsterhaltung der Systeme. Soziale Systeme beinhalten eine systemimmanente Tendenz zur Stabilisierung ihrer selbst. Das System ›Geld‹ reagiert z. B. sehr sensibel auf äußere Einflüsse (»Kommunikationen«), um die Geldwert-Stabilität im Gleichgewicht zu halten.

Für Habermas entsteht die gesellschaftliche Semantik im kommunikativen Handeln. Habermas erweitert den Kommunikationsbegriff, um den Handlungsbegriff einzubeziehen. Wir haben uns bereits mit der Kommunikationsseite der Geschenke-Handlung beschäftigt. Wie erwähnt, wirbt Habermas für die Fortsetzung des Projekts der Aufklärung durch soziales Engagement. Luhmann steht diesem Programm skeptisch gegenüber. Sein Verständnis der Soziologie ist, im Anschluss an Max Weber, Soziologie als neutrale Beobachtungsinstanz der Gesellschaft in der Analyse der Funktionen gesellschaftlicher Systeme zu verbleiben. Im Sommer 2025 berief sich die Sprecherin einer Flutopfer-Vereinigung nach der Wetterkatastrophe von Ende Oktober 2024 in Valencia, bei der 230 Menschen ums Leben kamen, öffentlich auf Luhmann, indem sie sagte, die Politik mache ihre Vereinigung unsichtbar. Luhmanns Analysen der sozialen Systemmechanismen können helfen, selbst Werkzeuge zu finden, um für die eigene Fortexistenz zu sorgen.

Habermas

Beginnen wir mit Habermas, bei dem der Sinn die Quelle des Verstehens ist. Nach Habermas findet das Verstehen durch kommunikatives Handeln statt. Sinn realisiert sich in der Kommunikation zwischen Akteuren, die einen KONSENS erreichen möchten. Sinn ist für Habermas letztlich ein moralischer Begriff.

Sprache generiert nach Habermas Sinn. Kommunikation lässt konsensuelle Sinnstrukturen entstehen (»kommunikatives Handeln«). Das kommunikative Handeln macht die Gesellschaft aus, indem sie sich dadurch ständig abstimmen muss – mit dem optimalen Ziel der Aufklärung. Wie kann Aufklärung in wechselseitiger Verständigung entstehen? Die ganze Gesellschaft befindet sich in einer parlamentsähnlichen Situation. Schon Rousseau aber hatte unterschieden zwischen der »volonté de tous« und der »volonté générale«³. Aus der volonté de tous, dem Willen aller, kann sich die volonté générale entwickeln, der allgemeine Wille, durch »vernünftige« Debatten. Vereinfacht gesagt, wenn man gutwillig lange genug darüber spricht, einigt man sich. Habermas möchte den natürlichen Dissens (Hobbes) in einen gesellschaftlichen Konsens verwandelt sehen.

Ziel von Verstehen ist der gemeinsame Konsens. Dazu sind Normen zu entwickeln, die demokratisch entstehen. So werden die Grundlagen für eine demokratische, inklusive und gerechte Gesellschaft geschaffen. Für Habermas ist Sinn letztlich an die Moral (Ethik) angeknüpft.

Habermas denkt politisch und sucht Aufklärung. Aufklärung sei bei Kant die einzige Anstrengung, welche der Gesellschaft Fortschritt bringen kann. Freiheit ist ein Freiwerden. Die befreiende Idee liegt im kommunikativen Handeln. Die Grundintention bei der Kommunikation nach Habermas ist es, zu helfen, dass alle gemeinsame Schritte weiter zur Freiheit hin gehen. Subjekte begegnen sich als mündige Menschen und in ihrer Kommunikation findet ein Gedankenaustausch statt. Durch die Kommunikation prüfen sie, ob die Meinungen übereinstimmen. Wenn sie nicht übereinstimmen, muss die Diskussion weitergehen.

Habermas' Perspektive: Freie Kommunikation unter mündigen Menschen, die einen Konsens herstellen, führt zur Aufklärung.

Luhmann war skeptisch, und wir sind es auch: Die gesellschaftliche Situation hat sich inzwischen offensichtlich nicht in Richtung Aufklärung entwickelt, sondern in Richtung des weiteren Verschwindens von Aufklärung. Die Postmoderne des Anything goes hat, so weit zu sehen ist, auf allen Feldern gesiegt. Konsens ist in weite Ferne gerückt. Die Inkommensurabilität der Sprachspiele (Lyotard) ist für alle mit halbwegs gesundem Menschenverstand täglich spürbarer geworden.

3 Rousseau, *Du contrat social*, 1762.

Luhmann

Luhmann versteht den Sinn ganz anders als Habermas. Sinn ist nach Luhmann KOMPLEXITÄTSREDUKTION. Komplexitätsreduktion ist ein Begriff der informationstheoretischen Systemtheorie, wonach redundante Information (Sinn) als Constraint eines maximal komplexen Senders entsteht. Die Information ist dabei kleiner als sie sein könnte. Sinn ist eine Auswahl⁴. Die Welt ist uns gegenüber unendlich komplex in ihren Möglichkeiten. Wir müssen diese unendliche Komplexität reduzieren, um unser Leben aufrecht erhalten zu können: wir entwerfen ein vereinfachtes Bild der Welt (»Weltbild«), an dem wir uns orientieren.

Sinn stabilisiert so die sozialen Systeme und ist keine Frage der Moral. Luhmann stellt den Sinn nicht als den Gegenstand von Verstehen dar, sondern als »verdichtetes« Resultat von Komplexitätsreduktion. Der »Welt«-Begriff Luhmanns kommt von dem Philosophen Edmund Husserl (1859–1938) her. Husserl sah die Welt als einen offenen Horizont, als Horizont der Lebenswelt. Die »europäischen Wissenschaften«, so Husserl, treiben den Prozess der kulturell-zivilisatorischen Entwicklung voran, indem sie vereinfachte Modelle der Realität untersuchen. Modelle sind eine wichtige Form der Reduktion von Komplexität.

Luhmann stellt fest, Sinn diene der Vereinfachung; Sinn liegt auf einer funktionalen Ebene, wonach die soziale Funktion der Kommunikation nicht im Konsens besteht, sondern in der Reproduktion des Sozialen, d.h. in der Stabilisierung und Aufrechterhaltung sowie der systemischen Abgrenzung des jeweiligen sozialen Systems. Die Kommunikation der Systeme hat eine stabilisierende Funktion. Sinn wird stets gesellschaftlich erzeugt in den Systemen, deren Funktion darin besteht, die umgebende Welt in ihrer unendlichen Erscheinungskomplexität zu reduzieren. Ein soziales System ist eine semantische Struktur. Die zentrale Idee Luhmanns ist, das System »will« überleben, es versucht, sich selbst zu erhalten in seiner Umwelt.

Zur Beantwortung der Frage, wie Reduktion von Weltkomplexität entsteht, greift Luhmann auf die Naturwissenschaft zurück. Er übernimmt Begriffe wie »Autopoiesis« von den Biologen und Neurophysiologen Humberto Maturana und Francisco Valera, die in lebenden Systemen Selbstorganisation und Selbsterhaltung erforschten, um die biologische Systemstabilität zu verstehen, die das Überleben ermöglicht. Stabilität heißt, das System muss tun, was jeder biologische Organismus tut: sich selbst aufrecht zu erhalten, indem das System, so lange es lebt, sich von der Umwelt unterscheidet (Maturana und Varela). Wenn das System sich von der Umwelt nicht mehr unterscheiden kann, ist es tot. Das Lebewesen löst sich in die Umwelt ununterscheidbar auf. Nach Luhmann muss ein soziales System die anderen sozialen Systeme, die seine Umwelt bilden, in komplexitätsreduzierter Form in sich abbilden. Das Schaf muss den Wolf kennen.

4 Siehe dazu Holger van den Boom, *Was ist Information?*, 2014.

Luhmanns Perspektive: Die Funktion sozialer Systeme ist Reduktion von Weltkomplexität, d.h. die Ausbildung eines vereinfachten Weltbildes im WELTHORIZONT der offenen Grenzen. Geschlossene Systeme können nicht überleben, da sie sich nicht mit anderen Systemen der Umwelt koppeln können.

Habermas bezeichnet die Sicht Luhmanns als sozialtechnologisch. Will sagen, Luhmann schaut auf die Gesellschaft wie ein Ingenieur bzw. Naturwissenschaftler, in der gleichen Haltung der Objektivität und Neutralität wie diese. Habermas sieht darin ein Defizit: eine solche »positivistische« Soziologie, die sich nur an das Gegebene hält, könne keinen Beitrag zur kulturell-zivilisatorischen Entwicklung liefern. Der Soziologe ist selbst Teil der Gesellschaft und kann sich nicht und darf sich nicht aus ihr heraushalten wollen. Wir werden später noch sehen, inwiefern wir Designer der Analyse Luhmanns folgen können (auch Design ist Komplexitätsreduktion), aber zugleich die Ausrichtung der Art der Komplexitätsreduktion aufklärend in die Gesellschaft einbringen können. DAS SEMANTISCHE BRAUCHT UNS!

Diskrepanzen

Wir begannen mit der Prämisse, dass Soziologie die Wissenschaft der gesellschaftlichen Phänomene ist und die gesellschaftlichen Phänomene seien semantische Phänomene (Selektionsphänomene). Dies gilt für Habermas wie für Luhmann. Der Ursprung ihrer Diskrepanz liegt darin, dass nach Luhmann der Sinn ein systemischer Begriff der Vereinfachung ist, während für Habermas der Sinn letztendlich ein moralischer Begriff ist. Für Luhmann ist Gesellschaft das Gewebe der semantischen Selektionen aus der unendlichen Komplexität der Welt als Überbau über den Individuen. Für Habermas ist Soziologie die kritische Theorie, die ihrerseits den Konsens sucht mit der aufgeklärten Gesellschaft.

Die Diskrepanz zwischen Habermas und Luhmann reicht bis in die Tiefen der Grundfragen der Soziologie: Sollen Soziologen ausschließlich beschreibend arbeiten (Luhmann) oder kritisch auf soziale Probleme hinweisen (Habermas)?

Beide finden sich gegenseitig bisweilen naiv und utopisch. Keine Frage, Konsens ist nötig. Man muss solange reden, bis auch der letzte bornierte Teilnehmer der Gesprächsrunde in den Konsens eingeholt ist. Das fand aber Luhmann utopisch. Da man durch Kommunikation und Konsens nicht soziale Aufklärung erreichen kann, muss man das Ziel als naiv betrachten, so Luhmann. Andererseits kritisierte Habermas an Luhmann, sein Manko an einem hinreichend komplexen Konzept von Rationalität.

Nach Luhmann beschäftigt sich die Soziologie nur beobachtend. Sie beschreibt eine Gesellschaft kodifizierter Systeme, ohne Menschen zu erwähnen. Ziel der Soziologie für Luhmann ist die Beschreibung der Funktionalität der Institutionen und Systeme. Sein Werk ist eine Systemtheorie der Gesellschaft. Nach Habermas ist die Soziologie hauptsächlich kritisch auszuüben und nicht nur beschreibend. Nicht nur

Strukturen entdecken, welche die sozialen Phänomene regulieren, sondern Phänomene wie Unterdrückung in reflexiven Prozessen zwischen den Akteuren zur Aufklärung zu bringen.

Systemtheorie

Ein System wird allgemein definiert als eine Menge von Elementen, zusammen mit einer Menge von Relationen, die Struktur des Systems. Social Engineering ist die Anwendung ingenieurmäßiger Vorstellungen auf soziale Fragen, der Vorwurf Habermas' gegenüber Luhmann. Nach Luhmann können im Rahmen der Soziologie nur Systeme kommunizieren. Für ihn besteht die Gesellschaft aus sozialen Systemen wie Ökonomie, Recht, Bildung, Politik etc. Die Systeme bestehen nicht aus Menschen (systemtheoretisch gesehen), sondern aus Kommunikationen, sie selektieren aus der Welt einen Sinn durch Reduktion der Komplexität. Menschen sind keine Systeme, daher können sie nicht kommunizieren. Menschen können jedoch als Kopplung zwischen Systemen dienen. Aber kommunizieren im systemischen Sinn ist ihnen nicht möglich, sie sprechen, aber sie kommunizieren nicht, sondern die Systeme sind diejenigen, die kommunizieren. System-Kommunikation ist für Luhmann: Synthese der Information, Mitteilung und Rezeption.

Jedes System setzt auf spezifische Weise Aktivitäten in Gang. Systeme können sich nur durch Kopplung mit anderen Systemen verbinden. Strukturelle Kopplungen verbinden Systeme aber nur eingeschränkt, je nach Stärke der Kopplung. Politik und Presse sind zwei Systeme in enger Kopplung, soweit wir von Demokratie sprechen können. Ist das politische System autoritär, versucht es, die Presse von sich fernzuhalten, sich von ihr zu entkoppeln und sie auf die Dauer in sich einzufügen als Propagandainstrument.

Luhmann ist der paradox klingenden Meinung, »nur die Kommunikation kann kommunizieren«. Strukturelle Kopplungen sind Institutionen, die helfen, Systeme untereinander zu verbinden. Die Institution »Universität« z.B. koppelt das Bildungssystem an das ökonomische System.

Zwischen Hermeneutik und Systemtheorie

Beide Autoren, die sich einig sind, Sinn sei die Grundkategorie der Soziologie, sehen auch eine zunehmende Kodifikation der Kommunikation als Problem, weil diese Kodifikation zu einer Entsprachlichung der Gesellschaft führt⁵. Die Kodifikation drängt die Sprache in Richtung bloßer Signalisation zurück. Die Handsprache ist

5 Siehe: van den Boom und F. Romero-Tejedor, *Das Ikonische. Ein heuristisches Konzept zur Generierung projektiver Handlungsräume im Design*, S. 118.

stark kodifiziert, aufgrund von Kürzeln, Slang, Emoticons und eine durch automatisierte Vorschläge vereinfachte Grammatik.

Die Kodifikation bedeutet für Habermas »Verdinglichung«. Die Sprache verhärtet sich zur »Dinglichkeit«. Der Werkzeugkasten der Sprachspiele wird ständig kleiner. Die Konsequenz ist der Verlust des Verstehens, am Ende Verlust der Lesekompetenz und der Schreibkompetenz. Die Textsorten verlieren immer mehr an Variation. Die Sprache wird immer ungeschmeidiger. Die zu beobachtende Kodifikation wird von Luhmann nicht bewertet, er stellt nur fest, sie sei in der Logik der beteiligten Systemkommunikationen verankert.

Die Entsprachlichung in Form von Kodifikation arbeitet Habermas' Konzept eines Konsenses durch »repressionsfreien Dialog« entgegen. Es ist nicht zu sehen, wie im semantischen Raum dieser Kodifikationen noch Aufklärung entstehen könnte. Die Rückkehr zum Projekt der Moderne erscheint auf dieser Basis ausgeschlossen.

Für Luhmann gehört die Entsprachlichung zum Prozess der Komplexitätsreduktion. Er sieht dabei, dass die Constraints der Kodifikation dennoch Sinn erzeugen. Es ist nicht der herkömmliche Sinn, den die Hermeneutik behandelt, es ist ein Sinn, der vergleichbar mit einer Gebrauchsanweisung ist.

Beide Sinnkonzepte werden dann im Design relevant: Das hermeneutische Narrativ und das komplexitätsreduzierende Zeigen. Für Habermas würde also auch Design vorzugsweise über die konsensuelle Sprache stattfinden müssen. Designer würden die Projekte im partizipativen Konsens entwickeln. Es würde darum gehen, die Postmoderne des Anything goes zurückzudrängen und der Aufklärung eine Chance zu geben, von der Zahnbürste bis zum erweiterten URBAN DESIGN.

Für Luhmann würde Design als soziales System Interaktionen mittels der Komplexitätsreduktion »vereinfachen«, anhand von Selektionsmustern des Zeigens. Interaktion zielt dabei auf »Temporalisierung« (Luhmann), wo je nach Handlungsziel eigene Constrains (= Beschränkungen) durch zeitliche und semantische Verknüpfungen zu erwarten sind. Damit soll das System kognitiv geprüft werden.⁶

5.3. Semantik des orientierenden Zeigens

Menschen begegnen Semantik überall, wie im Buch nun schon klar wurde. Der Designprozess arbeitet im semantischen Raum, um sich in das Leben der Menschen zu integrieren. Denn unsere technologische Welt und insbesondere die digitale Welt haben etwas dramatisch verändert: der semantische Raum ist unvermeidlich zu einem sozialen Raum geworden, weil die sozialen Medien als Plattformen nahezu reine Technologie sind. Dies ist es, was heutige Designer umtreibt, auch wenn es ih-

6 van den Boom und Romero-Tejedor, *Das Ikonische. Ein heuristisches Konzept zur Generierung projektiver Handlungsräume im Design*, S. 176–186.

nen noch nicht in vollem Umfang bewusst geworden ist. Im Prozess des Design-thinkings hat das Design begonnen, nicht nur ›User‹ anzutreffen, sondern sich mit Leuten zu treffen. Das neu urbane Design gestaltet aber nicht die Gesellschaft, es gestaltet semantische Freiräume in der Gesellschaft.

Wirkliche Freunde

Design ist vom Ding zur Sozialwelt übergewechselt – und dieser Übergang ist durch KI beeinflusst worden. Studien belegen, dass viele Menschen ChatGPT nutzen, um sich über Themen zu unterhalten, die mit Sex zu tun haben. Die große Sprachlosigkeit nutzt KI zur Unterhaltung. Wir reden mit Algorithmen. Die Leute vergessen zunehmend, dass es ›hinter‹ der Maschine nur Algorithmen gibt. ChatGPT sagt ab und zu, wenn es zu menschlich wird, es sei nur ein digitales Wesen. Aber es handelt sich überhaupt nicht um ein Wesen, sondern um statistisch gerechnete Selektionsmuster, die über allem trainiert werden, was sich im Internet befindet. Neues wird dir die KI nicht sagen, schon gar nicht über Sex. Design wird eine Brücke sein müssen zwischen den Leuten und den Algorithmen.

Design Thinking kam von der Informatik her. Dadurch verwandelte sich Design in Informatik. Jetzt wird sich Informatik in Soziologie verwandeln müssen, über die Brücke Design.

Designer haben sich immer schon mit Kultur auseinandergesetzt, wenn sie Dinge entworfen haben. Auch die Psychologie spielte fürs Design mit der Zeit eine zunehmende Rolle, besonders im Kommunikationsdesign. Das Design vermischte sich mit Informatik. Nicht unbeteiligt daran waren die Informatiker selbst, als sie sich in ihrer Forschung mit der Designmethodologie befassten. Auch die Wirtschaftler haben gern, mit dem Transparent des »Design Thinking« in der Hand, für ihre Studien und Projekte geworben. Und nun kommen noch die Soziologen. Schon länger sind Designer mit Problemen in der Gesellschaft konfrontiert gewesen, auf die sie ihr designerisches Denken angewandt haben (Papanek, Maldonado, van den Boom). Von der anderen Seite kamen auch Soziologen bestimmten Fragestellungen des Designs nahe. Daher, wenn Soziologen und Philosophen sich mit den sozialen Herausforderungen der KI-Welt beschäftigen, verlangen sie implizit oder explizit nach einem neuen Design, einem ›Design‹, dass uns als »dritte Kultur«⁷ in die Zukunft führen kann.

Die Gestaltung des sozialen Raums durch den semantischen Raum im Design ist ab jetzt zur dringlichsten Frage aufgestiegen! Eine neue soziale Dimension der KI ist, dass die Leute sehr viel mit KI kommunizieren, sich mit KI unterhalten, und allmählich die KI mit einem wirklichen Freund verwechseln. Algorithmen nehmen schon vielfach den Platz einer Primärinstanz der Kommunikation ein, Menschen

7 John Brockman, *The Third Culture*, 1995.

werden zu Sekundärinstanzen und sogar nur noch indirekt über die Algorithmen erreicht. Dazu kommen Studien, die belegen, dass die Leute geradezu süchtig werden, sich mit KI zu unterhalten: seit den Tagen von Weizenbaums »Eliza« (1966), die Simulation eines Psychotherapeuten, ist das Phänomen bekannt. Weizenbaums Sekretärin, die nun wirklich wissen musste, womit sie es zu tun hatte, verbrachte bisweilen Nächte damit, Eliza zu ihren Lebensangelegenheiten zu befragen. Es fehlt wenig, damit KI selbst zu der Plattform eines sozialen Mediums wird, über die wir bisher andere Leute trafen.

Wie Designthinking-Prozesse dafür sorgen könnten, diese Probleme der Kommunikation mit KI zu vermeiden, erfordert noch viel Forschung, viel Arbeit, ist aber immerhin ein neues Ziel.

Orientierendes Zeigen

Wie oft zitiert, beschrieb der Kirchenvater Augustinus (354–430) in seinem Buch *Bekenntnisse* (397–421), wie er als Kind die Sprache erlernte: »Ich behielt es im Gedächtnis, wenn Erwachsene einen Gegenstand benannten und sich entsprechend dem Laut auf die Sache zubewegten. Ich sah es und merkte mir, daß sie mit dem Laut das Ding bezeichneten, das sie mir zeigen wollten.«⁸. Etwa so: Das da ist ein Pudel. Was mit »Das da« gemeint ist, ist jedoch keineswegs selbstverständlich. Die mittelalterliche Scholastik sprach in einem Wortungetüm von »haecceitas«, »Diesheit«. Augustinus nahm als selbstverständlich an, dass wir das Zeigen verstehen. Tiere, mit Ausnahme vielleicht der Primaten (und vielleicht der Elstern), verstehen eine Zeigegeste nicht. Der Sprung hin zum Verständnis des Zeigens mit dem Finger ist ein kognitiver Sprung in der Entwicklung der Menschenkinder. Der römische Soldat zeigte mit dem Feldzeichen, wo seine Leute waren. Uns fehlt im Design eine Philosophie des Zeigens, ohne die wir nicht verstehen werden, wie sich Design als Brücke zwischen den Leuten und den Algorithmen erweisen könnte.

Mehr noch: in der Aussage, Zeigen sei nichts Selbstverständliches, müssen wir zwei Begriffe miteinander verbinden, Zeigen und Orientierung. Orientierung bedeutet ursprünglich die Ausrichtung der alten Landkarten, bei denen der Osten oben war, also 90 Grad gegen den Uhrzeigersinn gegenüber unseren heutigen Landkarten gedreht. Wir haben das Gefühl, dass oben der Norden ist. Die alten Kartenmacher richteten sich nach dem Ausspruch »ex oriente lux«. Aus dem Osten kam das Licht, wörtlich die Morgensonne, übertragen die Heilsbotschaft des christlichen Glaubens. Die Kartenmacher zeigten, was wichtig war. Oben ist wichtiger als rechts auf der Karte. Das ist Design! Ein Design, das etwas zeigt.

Die aufgezeigte Orientierung war noch mit einem weiteren Konzept zu verbinden: mit dem Konzept Ethos. Ethos war wörtlich der Ort, wo ich mich zumeist auf-

8 Augustinus, *Bekenntnisse. Confessiones I–XIII*, S. 13 (Übersetzung Dieter Hattrup).

halte, mein Haus, meine Familie, meine Heimat. Ich bin ›orientiert‹, wenn ich stets zurückfinde, zum Ort meiner Sozialität, meiner Identität, meines Ethos. Wenn wir im Wald die Orientierung verlieren, suchen wir aufgeregt nach einem Schild, das uns zeigt, wo's lang geht. So kann es uns auch passieren, dass wir unseren moralischen ›Kompass‹ verlieren. »Morari« heißt im Lateinischen dasselbe wie im Griechischen »Ethos«, der Ort, an dem man verweilt. Unsere Identität ist mit ›moralischen‹ Werten verbunden und auch mit dem Ort, aus dem wir herstammen. Von der Moral des Ortes führt das soziale Leben zur kulturellen Identität.

Systemisches Zeigen

Kehren wir zur Semantik des Designs zurück. Wir können nach van den Boom unterscheiden zwischen einem Design der Triviumsemantik, in dem die Ästhetik sich zur Rhetorik erweitert hat (das wäre Habermas als Designer) und einem Design der Quadriviumsemantik, in dem die Ästhetik als Harmonie, Symmetrie und daraus abgeleiteter sozialer Mikrostruktur im Mittelpunkt steht (das wäre ›Luhmann als Designer‹).

Nehmen wir das Beispiel der Kleidermode. Mode zum Auffallen liegt im Wesen der Flüchtigkeit und Dynamik der Mode (Simmel). Solche Mode möchte etwas sagen (Triviumsemantik der Rhetorik): wie ich mich fühle, wie trendy ich bin, sogar zu welcher Gesellschaftsschicht und welcher Clique ich mich zugehörig fühle (Bourdieu). Ich kann mich mal sehr weiblich und verführerisch anziehen und am nächsten Tag etwas männlicher und schlichter kleiden. Anders liegt der Fall, wenn Designerkleidung zur Orientierung dient. Dann haben wir eine Kleiderordnung (Quadriviumsemantik des Zeigens). Der Designer Otl Aicher gab das Beispiel aus dem Sport, ein Beispiel, das als System betrachtet werden kann. Der Trainer trägt während des Fußballspiels am Spielfeldrand nicht wie die Spieler ein Trikot, er ist formell gekleidet, mit Anzug und Krawatte. So weiß jeder, der ist der Chef. Für ihn ist das Spielfeld nicht zu betreten. Schiedsrichter und Publikum können sich damit orientieren.

Die Trikots der Fußballspieler dienen auch dazu, die eigenen Spieler rasch zu erkennen, sie dienen also auch der Orientierung. In der Spielsituation müssen sich die Spieler nicht unbedingt als Personen erkennen, sondern nur als Trikot. Das Trikot ist ein Feldzeichen (Signum). Im System Fußball hat der Kontrast in der Kleidung zwischen Trainer und Spieler eine zeigende Funktionalität. Funktionalität gehört also zur Quadriviumsemantik.

Das, was sich auf dem Spielfeld zuträgt, lässt sich in einem mathematischen Graphen abbilden, der aus Knoten mit verschiedenen Funktionen besteht. Es gibt also ein Design des Fußballspiels. Die Quadriviumsemantik im Fußballspiel lässt sich übrigens um den Begriff der Clique in der mathematischen Graphentheorie noch ein wenig weiter erläutern. Eine graphentheoretische Clique ist eine Untermenge der Knoten des Graphen Fußballspiel, wobei jeder Knoten mit allen anderen

Knoten in der Clique verknüpft ist. Das Zusammenspiel erzeugt die Clique, aber auch das Gegenspiel der anderen Mannschaft erzeugt eine Clique. Die beiden Cliquen sind eingebettet in einem größeren Graphen, der die Schiedsrichter und Linienrichter, die beiden Trainer, die jeweiligen Ersatzspieler und das jeweilige medizinische Team umfasst. Die Regeln des Fußballspiels regeln zum Beispiel, dass nur der Kapitän der Mannschaft mit dem Schiedsrichter sprechen darf. Was der Schiedsrichter entscheidet, gilt.

Zum Fußballspiel gehört nicht nur das symmetrische Regelwerk, sondern auch die Emotionsebene bei allen Beteiligten, inklusive Zuschauer. Die emotionale Ebene wird von diversen Narrativen gespeist, die das Fußballspiel erst zu dem machen, was es für uns Zuschauer bedeutet. In der Rhetorik des Fußballspiels stimulieren diese Erzählungen momentane Glücksgefühle oder die Trauer der unterlegenden Mannschaft und ihrer Fans.

Wir stellten fest, wie im Design zwei Semantiken, die Triviumsemantik und die Quadriviumsemantik (van den Boom) beteiligt sind. Die Triviumsemantik ist mit der Rhetorik verbunden, welche dem gestalteten System ein Narrativ verleiht. Die Weiterentwicklung der Rhetorik würde eine Verständigung aller Beteiligten benötigen, um mehr semantischen Konsens zu erreichen im Anschluss an Habermas. Die Quadriviumsemantik ist verbunden mit dem Zeigen, nicht mit dem Sagen. Sie benötigt ein Konzept der Verknüpfungen (Knoten), welches die Subsysteme so gestaltet, dass sie Funktionen übernehmen, die dem System Mikrostrukturen verschafft, die direkt oder indirekt sich mit der sozialen Umwelt verbinden, nach Luhmann. Eine funktionale Kopplung von Subsystemen, die semantisch geordnet sind.

Design der moralischen Orientierung

Ein Design der Orientierung versucht, alles ethisch Zweifelhafte zu vermeiden. Websites zu programmieren, welche die Leute fortwährend mit offener oder versteckter Werbung konfrontieren, ist, wenn wir ehrlich und aufrichtig sind, unmoralisch. Design sollte mit dem eigenen Content werben, nicht damit, auf dem Bildschirm Platz für beliebige Werbeinhalte zu verkaufen. Ich würde dafür gern den Rang 3 für digitale Unmoral vergeben.

Rang 2 geht an ein digitales Design, welches es den Algorithmen erlaubt, nicht Fakten zu unterstützen, sondern personalisierte Fakes und sie oben in deinen Account zu drücken.

Rang 1 vergebe ich an ein digitales Design, das eine »digitale Kluft« in der Gesellschaft verstärkt. Betroffen von diesem unmoralischen Verhalten ist fast jeder Bürger über 65 Jahren. Institutionen und Administrationen haben nicht verstanden, dass mit höherem Alter Einbußen in den kognitiven Fähigkeiten eintreten. Aber auch für jüngere Menschen sind digitale Formate oft überkompliziert und unverständlich. Das fängt damit an, eine Fahrkarte der Bahn im Internet zu lösen. Das geht weiter

über den Versuch, im Internet einen Rathaus-Termin zu buchen. Und endet noch lange nicht mit dem Online-Banking. Viele ältere Menschen stehen vor dem Rätsel, ihre Einkaufsliste zwecks Lieferung über ihren Computer oder über ihr Handy bei ihrem Supermarkt abzugeben. Sie haben keinen Computer, sie haben zwar ein Handy, kommen aber mit diesem nicht zurecht. Denn als sie fünfzehn Jahre alt waren, gab es das alles nicht.

In Spanien hat eine Untersuchung gezeigt, dass in etwa 10 Millionen Menschen aus Alters- oder anderen Gründen, erheblich und praktisch täglich darunter zu leiden haben, dass öffentliche Institutionen, Administrationen und Unternehmen nicht in der Lage zu sein scheinen, ein »vorformatiertes Design« (van den Boom) anzubieten, welches diese Menschen moralisch ernst nimmt. Es sollte also kein Design mehr von »oben herab« geben!

Die Designsemantik des orientierenden Zeigens hat ein Ziel: die Informatik mit der Soziologie zu verbinden.

Wenn wir beide Aspekte der Trivium- und Quadriviumsemantik des soziologisch zu fundierenden Designs betrachten, sehen wir, dass ein semantischer Raum sozialer Relationen, in dem die Interaktionen eine wichtige Rolle spielen, unvermeidlich endet bei den Luhmannschen Analysen des Systems, der Umwelt und der Kopplungen. Diese Designziele nach Luhmann schließen an Max Weber an und sein Konzept der Zweckrationalität. Zweckrationalität ist heute schlecht entwickelt, wir kommen aus dem »stahlharten Gehäuse« Webers nicht heraus, im Gegenteil: Zweckrationalität endete in der McDonaldisierung, die ästhetische und sprachliche Rhetorik vorschiebt, um die optimierten Prozesse zu verstecken. Dazu liefert die Disneyfizierung uns eine scheinbar heile Barbie-Welt. Diese Optimierung repräsentiert eine falsche Ethik, die sich in den Mittelpunkt des ökonomischen Systems stellt und nicht die Gesellschaft.

Eine lupenreine Weber-Luhmann-Struktur birgt also die Gefahr, dass ein immer größerer Anteil auch der jüngeren Gesellschaft bei der Entwicklung nicht mehr mitkommt und sich stattdessen zu Tode amüsiert. Deswegen muss das Design ein soziales Fundament haben, welches Orientierung statt Optimierung vorgibt, eine Orientierung, die Aufklärung zum Ziel hat. Design muss Stellung beziehen, wie Habermas in seiner Kritik an der Postmoderne verlangt hat. Die Weber-Luhmann-Struktur unseres Designdenkens muss zur Weber-Luhmann-Habermas-Struktur werden.

5.4. Urbanes Design

Im Buch wurde ein Design mit Basis in der Soziologie als Ziel vorgeschlagen. Das klingt noch sehr abstrakt. Deswegen wäre nach Beispielen Ausschau zu halten, die angetreten waren, etwas Neues für die Gesellschaft zu versuchen. Wir haben über

Disneyfizierung gesprochen, die eine Spielart der McDonadisierung ist. Beides, könnte man sagen, ist DESIGN ALS SOCIAL ENGINEERING. Dieses Design erscheint in allen Großstädten der Welt, die damit die Optimierungen zugunsten ökonomischen Profits verstecken möchten, insbesondere desjenigen Profits, der durch den Tourismus entsteht.

Seit der Antike hatten immer wieder Designer, Architekten, Ingenieure, Stadtplaner neue Städte skizziert. Sie arbeiteten auf dem Reißbrett – und nicht etwa mit der Bevölkerung zusammen, wie Victor Papanek in seinem Buch *Design for the Real World* (1971) forderte. Seine Kritik dort an den Postfordisten ähnelt der Kritik an der McDonaldisierung des Soziologen George Ritzer. Papanek verlangt, dass Design aufhören sollte, sich an gesellschaftlichen Schädlichkeiten zu beteiligen, stattdessen an ökologischen und humanitären Problemen mitzuarbeiten. Sein Ziel war der Einbezug von Minderheiten.

Es besteht allerdings die Gefahr, dass sich ein ›soziales‹ Design auf dem Reißbrett mit Ideologie ansteckt und so zu einem »von oben herab« oktroyierten Design wird, dass die Menschen mit Recht ablehnen. Das kann man an einem Experiment ablesen, das der Disney-Konzern versucht hat, als von ihm die Kleinstadt Celebration gestaltet wurde.

Celebration

Der Name verrät schon vieles: Eine neue Stadt, die als Feier von den Bewohnern erlebt werden sollte. 1994 entwickelt der Disney-Konzern eine ›ideale‹ Stadt; sie soll wie ein Traum sein – eben wie in einem Film –, alles ist schön, sauber, heiter, alles funktioniert. Ziel war, Lebensräume zu schaffen, in denen Familienleben, Bildung und Gesundheitswesen gegenüber den üblichen Standards deutlich verbessert werden. Sicherlich waren die Entwerfer voller Erwartungen hinsichtlich ihres ›moralischen‹ Designs. Aber sie hatten vieles nicht einkalkuliert, vor allem nicht die soziale Komponente. Der Soziologe Andrew Ross lebte ein Jahr in Celebration, um zu sehen, wie eine ›perfekte‹ Stadt, entsprungen einem perfekten Bild, sich in der Realität erweisen würde. Er schrieb 1999 seine nüchterne Bilanz in *The Celebration Chronicles: Life, Liberty and the Pursuit of Property Value in Disney's New Town*.

Es war ein Traum Walt Disneys aus den 1960er Jahren, eine ideale Stadt zu kreieren. Das Projekt hieß EPCOT (Experimental Prototype Community of Tomorrow) und wurde nur als thematischer Park realisiert. Der Konzern verwirklichte ihn dann als Celebration in den 1990ern, obwohl nicht im Anschluss an Technologie-Utopien, sondern im Anschluss an die Idyllik süßer Gefühle in den Disney Parks. Celebration wurde in die konservative Nostalgie alter Zeiten kontextualisiert. Alles wurde wie für einen Film gestaltet, das Erscheinungsbild sollte von Ordnung zeugen, mit visueller Konsistenz zwischen Architektur, Grünflächen und öffentlichem Raum. Das alles geschah in dem guten Glauben, dies brächte das soziale Zusammenleben auf

ein höheres Niveau. Celebration wurde an einem Ort erbaut, wo es noch keine Stadt gab, wo niemand bis dahin lebte, im Bundesstaat Florida. Es wurden Infrastrukturen, Architekturen, Versorgungs- und Entertainment-Baulichkeiten realisiert.

Jedes Corporate Design und jede Disneyfizierung hat ein Styleguide fürs Visuelle und fürs Verhalten, auch Celebration. Auf diese Weise behielt Disney die Kontrolle über die Stadt. Jeder Stadtbewohner musste sich an der traditionell aussehenden Ästhetik orientieren, den Garten immer gepflegt halten. Die Leute, die dort wohnen, gehörten zu der aktiv arbeitenden Altersklasse der höheren, konservativen Mittelschicht – wer einmal Gelegenheit hatte, mit der Rügen-Bahn, dem »rasenden Roland«, bis nach Göhren zu fahren, wird das Gefühl nicht los, die Celebration-Planer waren auch schon dort, um sich inspirieren zu lassen.

In einem 70-Seiten-Buch, das »Musterbuch«, also das »Drehbuch« des Stadtlebens, reglementierte Disney alles Verhalten, um nichts dem Zufall zu überlassen. Das wurde alsbald problematisch. Bürger zweifelten am Inhalt des Unterrichtsstoffes ihrer Kinder und an den revolutionären Lehrmethoden, wie verschiedene Altersgruppen in einer Klasse oder der Verzicht auf Noten. Eltern wollten sichergehen, ihre Kinder hätten auch Chancen außerhalb von Celebration. Eltern waren verschiedener Meinungen und stritten sich. Dies war im Entwurf der Stadt nicht vorgesehen. Änderungen an den Regeln erwiesen sich als schwierig bis unmöglich. Bürger fanden sich in die Stadtentwicklung nicht einbezogen, konnten keine demokratischen Vorschläge oder Kritik vorbringen. Und zogen fort.

In der traumhaft perfekten Welt der Disney-Stadt wurde für pubertäre Heranwachsende nicht viel vorgesehen. Teenager bekamen nicht genügend Raum, um die typische Frustration und Aggressivität in ihrem Alter ausgleichen zu können. Die Stadt wies im Übrigen eine große Lücke zwischen versprochen und erreicht auf, es zeigten sich Menschen mit realen Problemen. Disney verkaufte die Stadt 2004. 2010 gab es einen Mord und einen Selbstmord in der »idealen« Stadt.

Celebration war eine Disneyfizierung nach dem McDonaldisierungs-Prinzip der Optimierung und der Ökonomie. Mehr als soziale Akteure fühlten sich die Bürger wie Film-Akteure mit vorgegebenen Handlungsmöglichkeiten. Zunehmend gab es mehr verärgerte Bürger ... unerwartete Reaktionen aus der Situation. Celebration war kein Erfolg, wie Disney es gewohnt war.

Im Design von Celebration wäre es wichtig gewesen, einen konsensuellen Bürgerdialog im Stil des kommunikativen Handelns von Habermas vorzusehen. Eine »Bedienungsanleitung« für das Leben entfernt Menschen voneinander und vom Joy of Life. Was als eine heile Welt für ein fröhliches Leben gedacht war, endete in einer mittleren Katastrophe.

Brasília

Sie werden vielleicht gedacht haben, na ja, Celebration ist die Spinnerei eines Unterhaltungskonzerns. Aber Städte, die aus dem Nichts entworfen worden sind (ohne Musterbuch), gibt es auch. Das prominenteste Beispiel ist Brasília. 1960 wurde für Brasilien eine neue Hauptstadt gegründet, Brasília. Von Rio de Janeiro wollte die Regierung dann nach Brasília umziehen. Die obersten »Designer« waren der Stadtplaner Lúcio Costa und der namhafte Architekt Oscar Niemeyer.

Solche Großprojekte benötigen natürlich eine Rhetorik, die dem Ganzen einen Sinn vermittelt. Bevor die Stadt gegründet wurde, sagte das Narrativ, man brauche eine Hauptstadt in Brasilien, die föderal neutral ist. Tatsächlich wurde schon 1891 in die Verfassung Brasiliens der Beschluss aufgenommen, eine solche Hauptstadt zu bauen. Also Brasília. Die Stadt hat ein Kreuz als Grundriss, das als Symbol einer Markierung in den Landkarten erscheinen sollte.

Die Stadtplaner leisteten ganze Arbeit. Heerscharen von Arbeitern bevölkerten die Stadt. Bemerkenswerte Baulichkeiten schossen in die Höhe. Die Stadt machte zunächst einen ziemlich leeren Eindruck, weite Flächen waren noch unbebaut. Aber die Stadt wuchs rasch.

Doch im Moment des Umzugs von Rio de Janeiro gab es einflussreiche Familien aus den alten Beamten-Schichten, die sich weigerten. Schließlich musste ein Enddatum festgelegt werden, bei Androhung des Verlustes der Stellung. Bei dem Stadtentwurf war die Arbeiterschicht nicht wirklich berücksichtigt worden, für sie war bald kein Platz mehr vorgesehen. Es wurden administrative Maßnahmen ergriffen, um Menschen ohne oder mit niedrigen Einkommen in die Umgebung der Stadt auszusiedeln, so blieben Mittel- und Oberschicht in den Verwaltungszentren der Stadt.

Während die Reichen sich in der Kernstadt trafen, waren die Satellitenstädte zu Vorstädten mit Arbeitslosigkeit, hohem Konsum von Alkohol und Drogen geworden, und natürlich stieg die Kriminalität stetig dazu an.

Brasília wurde 1987 zum UNESCO-Kulturerbe erklärt, aufgrund der einzigartigen Architektur. Die Architektur war dem Narrativ gefolgt, Hoffnung und Fortschritt in Brasilien durch eine futuristische Ästhetik zu repräsentieren. 1987 sagte der Stadtplaner Lúcio Costa, alles sei monumental, grandios geworden; asketische, reine Formen, auf das Nötigste reduziert. Diese Ästhetik war überwältigend. Vielleicht aber hatte Costa sich getäuscht, als er das Projekt auch als »menschlich« beschrieb. Durch die genannten sozialen Probleme kam es zu einer Entmischung. Jede soziale Schicht hatte ihren Ort, eine Segregation fand statt, die in der räumlichen Aufteilung große Polarisierung verursachte. Der Architekt Oscar Niemeyer sagte 2001 in einem Interview, dieses »Experiment« sei nicht erfolgreich.

Mit der Begeisterung für den Fortschritt, für Ästhetik, für Minimalismus und Futurismus, gerieten soziale Fragen ins Abseits. Die Architekten waren mehr mit

der Rhetorik der Formen, der Technik und der Erzählungen der Stadt beschäftigt, als sich mit den ›Leuten‹ zu befassen, mit Variation in den Lebensformen und der Ökonomie.

An der Überfrachtung einer Stadt mit großartigen Designstrukturen, die aber nicht wirklich eine Identität entstehen lassen, kann eine Stadt auch zerbrechen. Jeder hat noch in der Erinnerung, als Bolsonaros Fans 2023 nach dem Muster Trumps den futuristischen Präsidentenpalast von allen Seiten erstürmten. Jair Bolsonaro wurde 2025 zu 27 Jahren Haft verurteilt. Die USA hingegen haben eine solche Chance verpasst, meinte der heutige Präsident Brasiliens, Lula da Silva.

Die Optimierung und Ökonomisierung der Stadt lässt sie tatsächlich ein Touristenort sein, aber sie ist weit von einem ›moralischen Design‹ entfernt. Die sparsame Ästhetik zelebriert eine Gloriosität, die Touristen anzieht, aber sich nicht in den sozialen Strukturen für die Menschen abbildet, die dort leben.

Urbane Städte?

Es gibt inzwischen zahlreiche Beispiele von Städten, die versuchen, urbaner zu werden. Zum Beispiel bemühen Großstädte wie Barcelona, umfangreiche Projekte zu gründen, um das Leben für die Bewohner qualitativ zu verbessern. Eines der Ziele ist bezahlbarer Wohnraum. Das Problem der Gentrifizierung haben wir schon im vorigen Beispiel angesprochen. Barcelona, auch andere Städte wie London oder Amsterdam sind durch den Tourismus, mit seiner Konsequenz der Disneyfizierung, unattraktiv für die angestammten Bewohner geworden. Stark überteuerter Wohnraum erlaubt den Leuten nicht mehr, ihre eigene Stadt als Heimat zu erleben. Es werden deswegen in diesen Städten Projekte gestartet, das Wohlergehen der Bürger in den Mittelpunkt zu stellen. Räume, in denen Kinder und Senioren sich aufhalten können, ohne Autoverkehr in unmittelbarer Nähe, werden neu realisiert nach Plänen der »Urban Mobility«. Stadtbewohner sollen fast alle Wege zu Fuß, mit Fahrrad oder mit öffentlichen Verkehrsmitteln zurücklegen können. Dabei sollen die öffentlichen Räume kommunikativer, sozialer und grüner gestaltet werden.

Verkehrssysteme sind in Europa durch KI bereits intelligenter geworden. Autos sollen selbst einen großen Teil der Aufmerksamkeit übernehmen und den Fahrer leiten, die richtige Geschwindigkeit zu fahren, der richtigen Spur zu folgen ... Wie unangenehm es allerdings ist, wenn das Auto vibriert, um meine Fahrweise zu korrigieren, dürfte Sie vielleicht schon erlebt haben. Das ist es nicht, was wir unter Urban Design verstehen möchten. Durch KI sollte vor allem eine bessere, durchgehende Vernetzung des Verkehrs gewährleistet werden, die den Fahrer nicht gängelt, sondern mit ihm in Dialog steht.

Die Neigung zu blinder Digitalisierung, um Bürger etwa zu ökologischerem Verhalten zu nötigen, ist freilich ungebrochen. Solche oberflächlich populistischen Maßnahmen kennen wir inzwischen an vielen Orten in Europa, wo Bürger ihren

Müll nur mit einer Chip-Karte entsorgen können. Eine weitere Maßnahme, die Menschen transparent für Kontrolle zu machen.

Die bereits installierten Systeme nötigen die Bürger unverhohlen: die Slogans aus den Rathäusern besagen »aus Liebe zu deiner Stadt«. Die betroffenen Bürger hingegen liefern Kommentare wie »nervig« bis hin zu »faschistisches Belauern«. Rathäuser sprechen von intelligenten Müllcontainern. Sie sind digital mit dem Rathaus verbunden. Bürger müssen eine ID-Karte beantragen, die dich samt Adresse und Ausweis-Nummer erkennt. Es gibt jeweils Müllcontainer in blau, gelb, braun, grün und grau. Der graue Restmüll-Container öffnet sich nur an dafür vorgesehenen Wochentagen. Um die Bürger bei Laune zu halten, können sie ihre Steuer reduzieren: In 6 Monaten muss der Bürger mindestens 25mal organischen Müll entsorgen und maximal 75mal. Damit spart der Bürger 8 Euro jährlich. Wieso muss jeder Haushalt durchschnittlich einmal pro Woche organischen Müll abliefern? Kann es sein, dass Leute mit zweiter Residenz nicht davon profitieren können? Das zumindest würde Sinn machen, im Zeitalter der Gentrifizierung. Big Brother is Watching You!⁹

So funktioniert es nicht. Überall an den Containern stapeln sich Müllsäcke. In einigen Städten Spaniens feiern die Ratten öffentliche Feste auf den Straßen ...

Constraints-Akzeptanz

Wir haben zwei Beispiele von Städten vorgestellt, die beide Selektionsmuster getroffen haben, die sich schließlich als sozial nicht angemessen erwiesen. Beide sind an ihrer jeweiligen Ideologie gescheitert. Beide mit optimistischen Zielen, die auf dem Papier standen, sich aber nicht realisieren ließen.

Beide Beispiele hatten ein Design der Triviumsemantik mit anspruchsvollster Rhetorik vor Augen, welche, so war die Annahme, die Menschen begeistern kann. Die Ideologie ging aber nicht mit den Constraints der Aufklärung zu Werke, sondern mit semantischen Constraints, die schließlich einer Sozialtechnologie immer mehr ähnelten.

Wie wäre es, wenn wir eine Stadt gründeten, wo es keine Regeln gibt, wo die Bürger machen dürfen, was ihnen in den Sinn kommt. Viele werden denken, dann haben wir ja die vollkommene Anarchie zustande gebracht. Eine Anarchie kann bekanntlich schnell in einen Kampf aller gegen alle übergehen, wenn sich nicht eine Autorität aufschwingt. Die Sorge, die Thomas Hobbes umtrieb, sollten wir sehr ernst nehmen. Wir brauchen Constraints, ohne sie käme keine Gesellschaftsordnung zustande. Wir brauchen aber solche, die sich die Menschen selbst auferlegen, in einem Prozess der »Autopoiesis« (Maturana, Valera, Luhmann). Eines ist klar, ein Design, das von oben herab, vom Reißbrett aus, auf die ›Leute‹ herab schaut und die

9 George Orwell, 1949.

Menschen einengt und dirigiert, wird von ihnen nicht akzeptiert. Daher der Satz: ZIVILISIERTHEIT IST CONSTRAINTS-AKZEPTANZ, aber eine, an deren Entwicklung die Menschen fortlaufend beteiligt sind.

Wiederaufnahme: Zivilisation

Was alle Menschen akzeptieren, ist Zivilisiertheit. Ich möchte hier vorschlagen, das Konzept der Zivilisation noch einmal gründlich zu überdenken. In den beiden Beispielen hätte Zivilisiertheit eine beachtliche Rolle spielen können. Auferlegte ›Zivilisation‹ aber wollen die Menschen nicht. Diktat und Zivilisation stehen als solche im Widerspruch. Was tun? Wie, wann und wo kann man von einem ›zivilisierten Design‹ sprechen, das die Menschen nicht gängelt? Zivilisiertes Design wäre das Gegenteil von »Designokratie« (van den Boom, *Das Designprinzip*, 2011). Im Buch *Das Ikonische* hatten wir von einem Design gesprochen, das dem Nutzer verschiedene Selektionsmuster des Handelns zugleich anbietet, aber nicht im selben Augenblick. Das war insoweit auf kognitiver, aber noch nicht auf soziologischer Basis gedacht. Dieses Buch möchte den Vorschlag machen, diese Selektionsmuster nicht nur für den kognitiven Raum zu öffnen, sondern auch für den sozialen Dialog. So erscheint es wichtig, auf einer sozialen Plattform die Regeln selbst festlegen zu können, gemeinsam mit allen, die partizipieren möchten.

Das neue ›urbane‹ Design

Viele Autoren glauben inzwischen, dass ein neues weit gefasstes ›urbanes‹ Design dem breit verstandenen Design überhaupt zu neuem Schwung verhelfen kann. Diesen Stimmen möchte ich mich hier anschließen.

Ein neu verstandenes ›URBAN DESIGN‹, nicht nur im städtischen, mehr noch im digital-sozialen Raum müsste gefunden werden. Hier ist an »urban« im Sinne der Redeweise von einer ›urbanen Person‹ gedacht. Die urbane Persönlichkeit ist WELTLÄUFIG, BILDUNGSAFFIN und ZIVILISIERT. Damit haben wir bereits die drei Kategorien genannt, die im neuen ›urban design‹ im digital-sozialen Raum bestimmend sind.

Es gibt bereits Anzeichen für einen Aufbruch. Zunehmend werden im alltäglichen Urban Design alle Menschengruppen berücksichtigt. Für Kinder und Senioren gibt es Spiel- und Ruheplätze, für Menschen mit Schwierigkeiten werden barrierefreie Lösungen gesucht, für Jugendliche sowie für Familien spezifische Treffpunkte, für Problemkreise werden Sozialarbeiter aktiviert. Das Urban Design übergeht niemanden. Es ist ein respektvolles, zivilisiertes Design, weil es alle Freiheiten zulässt, alle Diversitäten in gemeinsamer Integration in die Planung aufnimmt. Diese Planungsprozesse zielen nicht darauf, Menschen zu bestimmen.

Warum digital-urban Design? Der Rahmen unserer Räume ändert sich: Schon in naher Zukunft wird sich die digitale Welt nicht mehr in die reale Welt integrieren, sondern es ist die reale Welt, die sich in die digitale Sozialwelt integrieren wird. Es ist die Frage zu stellen, wie kann man diejenige Urbanität im Design ausdrücken, die wir in Bezug auf eine Person anwenden. Der digitale Raum muss ›urban‹ werden, im Sinne einer urbanen Person. Wie kann sich eine soziale Plattform als urbaner Akteur verhalten? Die augenblickliche Lösung: als eine ZIVILISIERTE KI.

Eine zivilisierte KI ist nicht allein aus Statistiken zu bestimmen. Statistiken können bei Sachverhalten falsche Informationen als zuverlässige Informationen ausgeben. Bei solcher Art gewonnenen Texten spürt man noch die Statistiken, die sich dahinter verbergen. Eine urbane, zivilisierte KI müsste eine zuverlässige Rolle in dem rasanten technischen Fortschritt von heute übernehmen. Es genügt nicht, in die KI-Algorithmen ein elaboriertes Sprachmodell aufzunehmen, viel mehr müsste ein elaboriertes Sozialmodell hinzukommen. Das Sozialmodell, das hierfür erforderlich ist, könnte sich am Luhmannschen Modell orientieren, aber zugleich auch am Habermasschen. Ein konsistentes Luhmann-Habermas-Modell in der KI würde bewirken können, dass Menschen sowohl im systemischen als auch im dialogischen Sinne am Joy of Life teilnehmen.

Technischer Fortschritt

Die Aufklärung dachte, wissenschaftlicher Fortschritt führe zu materiellem Wohlstand. Die Aufklärung dachte zudem, der materielle Wohlstand bringe auch geistigen Wohlstand mit sich. Diese Hoffnung hat sich nicht erfüllt.

Eine ungezähmte Technik hat, unabsichtlich, die Macht übernommen: erhöhte Verkehrsdichte, ungebändigter Tourismus, unkontrollierte Müllproduktion, unmoralische Waffenanhäufung, unüberlebende Atombomben. Die Technik, einst Garant von Zivilisation, Fortschritt und Wohlstand, scheint die Zivilisation heute abzuwürgen. Schuld ist nicht die Technik, Schuld sind die Nutzungsprozesse. Für diese Nutzungsprozesse haben wir bislang keine geeigneten Designstrukturen anbieten können. Die Aussage, man müsse die Technologie nur richtig benutzen, um sie in Zukunft nicht als überwältigende Bedrohung zu erfahren, ist in Zeiten gleichzeitig schwindender Zivilisation schwer zu glauben. Das Design muss den Technologien vorgelagert sein, nicht nachgelagert. Nachgelagertes Design ist ständig Baustelle und am Ende Flickwerk, das den De-Zivilisationsprozess noch weiter anheizen könnte.

Zweifellos, Handys sind die Eintrittsportale zu den digitalen Räumen und eröffnen immer neue Möglichkeiten. Ein Mensch kann eine Weltreise von zuhause aus machen, sich in Geografie bilden, mathematische Formeln lernen. Aber tut er das? Inzwischen scheint die Hoffnung der Aufklärung, Technik öffne in ihrer Nutzung

auch den geistigen Horizont, nicht mehr ohne weiteres zu gelten. Technik bringt heute nicht ein Mehr an Zivilisation, sondern deren Rückschritt.

Die digitalen Medien, so wundervoll diese Technologie auch ist, lassen zu, dass jeder User seinen mit der Technologie eigentlich ermöglichten geistigen Wohlstand krass verpassen kann. Die Schiene Technologie → Zivilisation → geistiger Wohlstand, von der die Aufklärung träumte, führt heute zunehmend zur Schiene Technologie → barbarische Kommunikationsformen → geistige Verrohung. Beispiele verbieten sich.

Leute treten in den Medien zunehmend als ›Stimme‹ auf, ohne zivilisierte Filterung, weil in der Anonymität des Internets jede Grenze, die vom Schamgefühl gezogen würde, wegfällt. Der Verlust der Fähigkeit, Intimität und Distanz zu unterscheiden, ist ein weiterer Schritt heraus aus der Zivilisiertheit. Wie Zygmunt Bauman sagte, die Menschen stellen ihre intimsten Momente in den sozialen Medien aus. Wir sehen eine Person, die 50 kg schnell abgenommen hat und sich die hängende Haut in schmerzhaften Operationen chirurgisch entfernen ließ; der Körper, die Nähte, die Verletzungen werden im Einzelnen dargestellt, vorgezeigt und kommentiert. Das kunstgeschichtliche Ecce-homo-Motiv (lat. »Seht, dieser Mensch«) ist allgegenwärtig geworden.

Follower kommentieren das Motiv, zwischen Begeisterung über die Ehrlichkeit und abstoßenden Beleidigungen. Affekt-Äußerungen werden ohne Filter zugelassen. Selbstkontrolle Fehlanzeige. Der Mangel an Selbstkontrolle und zivilisierter Urbanität oder einfach die Geschmacklosigkeiten werden zur neuen Normalität, hervorgerufen nicht von den Menschen, die da viral gehen möchten, sondern vom Design der Medien.

Urbanes Design, das könnte das Konzept eines neuen Designbegriffs werden; ein Konzept, das es erlaubt, den Prozess der Zivilisation ins Digitale fortzusetzen. Anstatt nur Schaufenster zum Durchwinken von beliebigen Inhalten zu sein, muss das urbane Design der Medien selber weltbürgerlich werden, bildungsaffin, zivilisiert. Wie geht das? Klar, die Designer ihrerseits müssen weltbürgerlich, bildungsaffin und zivilisiert sein. Dann wird es keine Algorithmen nach Art der Superreichen Elon Musks, Mark Zuckerbergs, Jeff Bezos' geben. Wobei letzterer unlängst seine Heirat in Venedig bei Gegenwart ausgewählter Prominenz im Disneyland-Stil zelebrierte, was immerhin den recht witzigen Widerstand der Bevölkerung hervorrief. Im Augenblick, wo ich dies schreibe, wird in den Nachrichten berichtet, der Unternehmer Donald Trump habe ein neues SmartPhone auf dem Markt gebracht, das seine Followers auf den rechten Weg bringen soll. Wir würden es bevorzugen, ein SmartPhone zu sehen, dass seine Klientel auf den Weg der Zivilisation zurückbrächte.

Informatiker, Designinformatiker, Designer verbinden sich mit der Soziologie und arbeiten daran, die autokratische Technologie zu demokratisieren. Um den technischen Fortschritt als geistigen Wohlstand direkt in die Gesellschaft

einzubringen. Den geistigen Wohlstand muss die Technik selbst in eigener Verantwortung durch zivilisatorische Korrekturen mit dem technischen Fortschritt verbinden. Der kranke Hang zum Milliardengeschäft steht dem natürlich entgegen.

KI führt heute noch zur ›Entdenklichung‹

Keine Frage, KI ist heute ein Baby, das im Begriff ist, die ersten Schritte zu gehen. In den 1970ern stellten Habermas und Luhmann fest, die Gesellschaft erlebe eine »Entsprachlichung«, die heute in den sozialen Medien angekommen ist. Habermas sah nur einen Weg, das Projekt der Moderne nochmals aufzunehmen und es als Aufklärung fortzuführen. In dieser Zeit konnten beide Autoren nicht mit der beschleunigten, inhumanisierten, ja menschenverachtenden Digitalisierung vertraut sein. Diese kam später. Im Gefolge der Technik der Kodifikation, welche die Entsprachlichung mit sich brachte, hat die Digitalisierung, und spezifisch die KI eine ›Entdenklichung‹ verursacht.

KI ist in unserem Alltag angekommen, beim Autofahren, beim Einkaufen. KI ist aktiv in den Magazinen der Internethändler wie Amazon. Wir nehmen ihre Hilfe gedankenlos in Anspruch. KI wird heute als Informationsquelle par excellence genutzt; es ist viel einfacher, eine direkte Frage an die KI zu richten; sie beantwortet diese sicherlich nicht eloquent, aber was sie sagt ist nüchtern und sachlich und, wenn auch nicht immer, häufig richtig. Aber es ist, letztendlich, selbstverschuldete Unmündigkeit (Kant)¹⁰.

KI wird in der Produktion von Bildern und Videos benutzt. Man kann mit KI im ›Gespräch‹ ein Logo entwerfen, das sie in Visitenkarten integriert. KI gibt die Möglichkeit, die Entwurfsdaten direkt für die Online-Druckerei vorzubereiten!

KI produziert Texte, die sich noch wie Bürokratie anfühlen, aber KI kann auch dichten. Befragungen über Gedichte von KI und von einem Dichter haben gezeigt, dass sogar manchmal KI-Poesie bevorzugt werden kann. KI produziert auch Stories. Sie gibt sogar verschiedene Wendepunkt-Möglichkeiten zur Auswahl – in Sekunden!

Viele junge Leute erstellen ihre kreativen Arbeiten mit KI, sie nennen dies »Inspiration«. Also, KI ist in der Lage, Menschen in kreativen Prozessen zu inspirieren. KI ist dabei, für uns zu denken, weil wir die Anstrengung des Denkens, mindestens teilweise, auslagern.

KI ist dabei, uns abhängig zu machen. Die ENTDENKLICHUNG ist im Gang. KI wird dafür benutzt, das Denken einzusparen. Auch das ist ein Verlust an Zivilisation. Wir können uns nicht weniger Zivilisiertheit leisten, weil wir unser Denken einer optimierten digitalen Intelligenz überlassen. Ein neues Design muss die Führung übernehmen. Ein DESIGN MIT BASIS SOZIOLOGIE, ein neues urbanes Design!

10 Kant, *Beantwortung der Frage: Was ist Aufklärung?*, 1784.

Im Moment haben wir mit KI ein Design ohne soziologische Basis, wie wir am Beispiel der beiden Städte gesehen haben. Ein Design, in dem durch die Begeisterung der Informatiker, eine bessere, optimierte Welt zu erschaffen, das Soziale nicht gesehen wurde. Auch die Informatik, wie das Design, muss sich durch kritische Soziologie verwandeln.

Urbane KI

Design muss den impliziten zivilisatorischen Level anheben, und die Indifferenz gegenüber dem Content zurückdrängen. Urbane KI darf nicht allein mit Statistik arbeiten. KI muss in Partizipation mit den Menschen treten, um ihnen denjenigen geistigen Wohlstand zu ermöglichen, den die Technologie prinzipiell bereithält.

Urbane KI sollte, so haben wir gesagt, zusammen mit dem Design im breiteren Sinne, den interessierten Leuten ermöglichen, an den sozial akzeptierten Constraints mitzuwirken. Urbanes Design, auch das betonten wir schon, dürfe nicht allein mit Statistik arbeiten, die es aus dem Internet ableitet. Das zugrunde liegende synchrone Sprachmodell muss um ein diachrones soziales Modell erweitert werden, an dem aber die Menschen partizipieren können. Dazu ist es erforderlich, einen semantischen Raum zu öffnen, in denen ein offener Dialog über Constraints autopoietisch geregelte Aktivitäten initiieren kann. Dafür muss die KI im Zusammenwirken mit dem Design eine nicht-dirigistische Plattform schaffen, in die die Leute nach Belieben ein- und austreten können. Die einzige Zensur über Inhalte (Constraints) ist die von den Followern selbst gemeinschaftlich geschaffene Begrenzung des Verhaltens. Die Partizipanten (Followers) definieren so selbst, was Zivilisation ist und was von der Zivilisation erwartet werden kann, wenn sie sich in Richtung Aufklärung entwickelt. Das ganze Internet müsste sich wie ein Parlament verhalten können, es müssten Debatten geführt werden können, in denen es um Konsens geht. Wobei die zivilisatorische Seite solcher Debatten eine systemische Eigenschaft im Sinne Luhmanns sein könnte.

Das soziale System Internet würde mit anderen sozialen Systemen im Sinne Luhmanns kommunizieren, d.h. eine Umwelt ihnen gegenüber bilden. Im Laufe der Zeit würden die sozialen Systeme eine Komplexitätsreduktion durch Kommunikation mit dem Internet erreichen, die man mit Recht eine neue Aufklärung nennen dürfte.

Das Ziel einer Aufklärung auf der Basis weltbürgerlicher, bildungsaffiner und zivilisierter Bürger würde ihren utopischen Charakter verlieren. Wir brauchen keine ›idealen‹ Städte, wir brauchen kein ›ideales‹ Design, wir brauchen eine Struktur, die es ermöglicht, in »autopoietischer« Prozessualität etwas zu erreichen, das die Menschheit schon einmal erträumte, Aufklärung. Dass dies allerdings nicht nach dem Geschmack der Multimilliardäre wäre, versteht sich von selbst.

Zunehmend gibt es KI-Systeme, die nicht mehr auf die KI des ChatGPT zurückgreifen. Dies kann negativ sein, aber auch positiv, wenn der Zweck ist, Urban-Design zu kreieren. Designinformatiker solcher Urban-Systeme sagen, sie versuchen damit die Information zu berücksichtigen, die nicht aus Statistik allein gefiltert wird, sondern andere wichtige Parameter hinzunimmt. Beispiel dafür sind viele iUrban-Projekte (intelligent Urban Projects) in verschiedenen Sektoren.

Eine solche Plattform wäre z.B. iUrban für Touristen in Spanien. Den Touristen werden nicht die ChatGPT-Routen angegeben, sondern bessere Wege, welche statistisch nicht wahrgenommen wären, weil sie nicht so bekannt sind. iUrban ist eine KI-gestaltete Plattform für Touristen, die in 90 Sprachen arbeitet. Ziel ist es, mit öffentlicher staatlicher Information verbunden zu sein. Damit möchte man zuverlässige, weil nicht-statistische Information bieten, um Touristen nicht in die Irre zu führen. iUrban ist angepasst an der Norm UNE 178503¹¹ mit der Semantik von Segittur (Sociedad Mercantil Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas). Ziel der Semantik von Segittur¹² ist ein »zivilisatorischer« Tourismus; wir hoben schon hervor, dass der »disneyfizierte« Tourismus den Bewohnern geschadet hat, und dies provoziert zurzeit Ablehnung den Touristen gegenüber und zahlreiche Demonstrationen, weil nur Wenige vom Tourismus profitieren aber Viele darunter leiden. Segittur arbeitet international und spricht über »gute Praktiken« im Tourismus. Das bezweckt Tourismus mit »competitividad, calidad y sostenibilidad en los ámbitos medioambiental, económico y social del turismo« (Wettbewerbsfähigkeit, Qualität und Nachhaltigkeit in Bereichen des Ökologischen, Ökonomischen und Sozialen.)

5.5. Eine Heuristik in zehn Postulaten

Postulat 1: VERANTWORTUNG. Designer und Informatiker sind aufgerufen, für jedes von ihnen entwickelte Design persönliche Verantwortung zu übernehmen.

Postulat 2: SEMANTIK. Es ist ein semantischer Raum zu schaffen, in dem das Internet zu einem sozialen System werden kann, das mit anderen sozialen Systemen in Koppelung eintritt.

Postulat 3: URBANE KI. Es werden algorithmische Strategien gebraucht, die den gesellschaftlichen Prozess der »Entsprachlichung« und der »Entdenklichung« in Richtung Aufklärung umkehren.

11 UNE 178503 definiert die Standards einer grundlegenden Semantik, die relevant für präzise touristische Ziele ist.

12 <https://www.segittur.es/ejes-de-actuacion>. Aufgerufen 18.7.25.

Postulat 4: URBANES MODELL. Design richtet sich an der Universalität des Zivilisatorischen aus. Das wird nur dann erreicht, wenn dem Design ein soziales Modell zugrunde gelegt wird.

Postulat 5: URBANES DESIGNDENKEN. Design Thinking kritisiert Projekte der ›McDonaldisierung‹, der ›Disneyfizierung‹ und der ›Gamifizierung‹ im Interesse aufgeklärter *volonté générale*.

Postulat 6: OFFENHEIT. Design gestaltet eine Kultur der offenen Horizonte, in Erweiterung der Zivilisation.

Postulat 7: NEUE AUFLÄRUNG. Design verlässt das Modell der Rhetorik und unterstützt das Weber-Habermas-Luhmann-Modell eines gesellschaftlichen Diskurses im Geist der Aufklärung.

Postulat 8: UNIVERSALITÄT. Design betont stets Universalität und Diversität, um der gesellschaftlichen Atomisierung entgegen zu treten.

Postulat 9: ENTSCHEUNIGUNG. Design steht im Dienst eines Joy of Life, einer mußevollen Entschleunigung, zum Vorteil der Lebensqualität.

Postulat 10: URBANE DESIGNPROJEKTE. Projekte stellen in den Mittelpunkt ein weltläufiges, bildungsaffines und zivilisiertes Denken. Damit könnten die sozial-autopoietischen Constraints von der großen Mehrheit akzeptiert werden.

Wichtige Autoren des Kapitels 5

JOHN BROCKMAN, *The Third Culture*, 1995. Brockman fordert eine dritte Kultur zur Schließung der Lücke zwischen den zwei Kulturen (1959) nach C. P. Snow.

GEORG WILHELM FRIEDRICH HEGEL (1770–1831), *Phänomenologie des Geistes*, 1807. Hegel erweitert den Bildungsbegriff um den Arbeitsbegriff. Damit könnten Arbeiter Wege finden, um ihre Arbeitsbedingungen zu verbessern.

NIKLAS LUHMANN (1927–1998) und JÜRGEN HABERMAS (geb. 1929) Werk: *Theorie der Gesellschaft oder Sozialtechnologie. Was leistet die Systemforschung?*, 1971. Beide Autoren suchen einen Konsens und stellen fest, die Grundkategorie der Soziologie sei Sinn und der Ausgangspunkt für die gesellschaftliche Semantik sei die sprachliche Kommunikation. Aber sie differieren im Konzept der Kommunikation. Diese dient für Habermas zum Konsens und für Luhmann für die System-Selbsterhaltung.