

INGO OFFERMANN

Vereindeutigen vs. Übersetzen

Gestaltung trotz Komplexität

Beim Übersetzen muss man bis ans
Unübersetzliche herangehen;
alsdann wird man aber erst die fremde
Nation und die fremde Sprache gewahr.¹

(Johann Wolfgang von Goethe)

Wandern und Spaziergangswissenschaft² war gestern. Surfen ist Gegenwart, und nur Gegenwart. Dabei sind Komplexität und Krise wie Wasser und Wind, und Sieger ist, wer die Welle am längsten und smartesten reitet, ohne von ihr verschlungen zu werden. Es gilt also nicht im Wasser zu sein, sondern auf der Welle. Und es gilt genau die Bucht bzw. Nische zu finden, die eine perfekte Inszenierung erlaubt. Zeitgenössisches Grafikdesign folgt diesem Beispiel. In diesem Sinne gleicht Gestaltung in ihrer Auseinandersetzung mit komplexen Sujets eher einem smarten Gleiten auf der Oberfläche von Verwirbelungen als einem entschleunigten und (selbst-)reflexiven Begehen und Durchdringen von Widersprüchen. Hat Sloterdijk also recht, wenn er sagt, dass Design nichts anderes sei als eine »Souveränitäts-simulation«, die helfe, »in Form zu bleiben inmitten des Formzersetzenden«³? Schließlich liefert Design uns die Mittel, um Geräte und Situationen (oberflächlich) zu beherrschen, deren strukturelle Komplexität die Kompetenz der meisten Individuen überfordert. Ein Angebot, das wir alle gerne annehmen, da wir modernen Könnern in diversifizierten Spezialengesellschaften immer weniger immer besser können, und darum Mittel und Gesten (Interfaces, Style Coaches, Küchenmaschinen, Rhetorik-Trainer, Art Advisors, ...) benötigen, um dem Nichtgekonnten nicht ohnmächtig, sondern beschleunigt und mit Handlungsanweisungen begegnen zu können.

Wir erleben eine Welt, die kaum noch weiter globalisiert werden kann, in der es kein Außerhalb mehr gibt, und das Miteinander angesichts eines selbstbezüglichen Produktions- und Wachstumsrausches zunehmend erodiert. Die kommerzialisierte Vernetzung (analog und digital) führt zu einer ebenso uniformen wie wuchernden Akkumulation von Daten und Produkten, und (Grafik-)Design hilft diese gleich-gültige Akkumulation nicht als Unberechenbarkeit und/also Überforderung, sondern als Genuss zu empfinden. Unberechenbarkeit, und damit einhergehend Reibungs- und Zeitverlust, passen nämlich nicht in ein System, das Produktivität zur höchsten Tugend erhebt. Darum ist jedes Gleitmittel willkommen.

Genuss und Entspannung entsteht, wenn eine Balance aus Reiz und Geschmeidigkeit erreicht wird, die kalkulierbare Affekte stimuliert und das Fremde in Bekanntes (Uniformes) assimiliert. Aber ist damit die Aufgabe von zeitgenössischem (Grafik-)Design schon beschrieben? Oder ist dies nur eine der Möglichkeiten, die die Disziplin zwar bietet, die aber ihr Potenzial für sinnstiftende visuelle Kommunikation nicht ausschöpft?

1 Goethe, Johann Wolfgang von: Maximen und Reflexionen, Wiesbaden 2012, S. 172.

2 Vgl. Burckhardt, Lucius: Warum ist Landschaft schön? Die Spaziergangs-wissenschaft, Berlin 2006

3 Sloterdijk, Peter: Der ästhetische Imperativ. In: Schriften zur Kunst, Berlin 2014, S. 144

Grafikdesign (oder Kommunikationsdesign, oder visuelle Kommunikation) nimmt für sich in Anspruch, durch den professionellen Einsatz einer visuellen Sprache zu vermitteln, zu werben und zu verführen. Für sich genommen ist es zunächst weder gut noch schlecht zu vermitteln, zu werben und zu verführen, auch wenn Letzterem der Moment der Unaufrichtigkeit anhaftet. Eine (moralische) Bewertung – wenn man sich die Mühe überhaupt machen will – greift erst, wenn klar wird, in wessen Dienst übertragen, geworben und verführt wird, bzw. wie sich dieser Dienst zur Gesellschaft verhält, in der man agiert. Eine Bewertung sollte aber – so meine These – ebenso sehr Logos wie Pathos und Ethos miteinschließen, da »ein richtig verstandenes Grafikdesign keineswegs den Zwecken äußerlich ist; vielmehr gilt: Die Gegenstände des Grafikdesigns arbeiten an den Konturen der Zwecke selbst mit.«⁴ Hier wird nicht nur funktional (›wortgetreu‹) vermittelt, sondern hier werden Übersetzungen innerhalb und zwischen Gesellschaften entwickelt und umgesetzt, aus denen eine Verantwortung erwächst, die mit einer Logik standardisierter Arbeitsprozesse (Sensation, Omnipräsenz, Lautstärke, Trend, Exklusivität, Lesbarkeit) nicht zu erfassen ist. Übersetzungen sind nämlich immer auch Interpretationen, da sie versuchen durch Rede und Gegenrede, durch Exploration, Analyse, Kritik und Erfindung fremden Logos zur Gesellschaft und die Gesellschaft zu diesem Logos zu bringen, wie der Schriftsteller und Übersetzer Karl Dedecius in seinem Buch »Vom Übersetzen« ausführt.⁵

Andersmöglichsein durch Übersetzung

Der Architekt und Designtheoretiker Friedrich von Borries spricht dem Design ein politisches, also kritisches und interventionistisches Potenzial zu, das aus dem »dem Design immanenten Spannungsfeld zwischen Verwurzelung im sozialen und ökonomischen Alltag, spekulativer Wunschproduktion und künstlerischer Imaginationskraft«⁶ erwächst. Ich verstehe das im Sinne des Entwerfens eines ›Andersmöglichseins‹, wie es die Designtheoretikerin Annette Geiger in ihrem Buch »Andersmöglichsein. Zur Ästhetik des Designs« beschreibt:

Designästhetik ist weniger eine Theorie der schönen Dinge, als eine Theorie des reflektierten Lebens mit Dingen. [...] Sie fragt, wie Menschen durch den ästhetischen Umgang mit Artefakten und Szenarien das Andersmöglichsein von Welt entwerfen. [...] Kritik und Widerstand gehören per Definition dazu, denn jede gute Form zielt auf die Reform des Gegebenen im Sinne des Menschen.⁷

4 Feige, Daniel Martin: Ästhetik des Grafikdesigns. In: Ingo Offermanns (Hg.), *Graphic Design Is (...)* Not Innocent, Amsterdam 2021, [im Erscheinen].

5 Vgl. Dedecius, Karl: *Vom Übersetzen*, Frankfurt am Main 1986, S.45 f.

6 Borries, Friedrich von: *Weltentwerfen*, Berlin 2016, S.136.

7 Geiger, Annette: *Andersmöglichsein. Zur Ästhetik des Designs*, Bielefeld 2018, S.100 f.

Zeitgenössisches Grafikdesign scheint mir oft weniger gegenwärtig zu sein. Schauen Sie mir nämlich eine Vielzahl von Grafikdesignforen (Festivals, Biennalen, Symposien, Preise, Blogs) an, bekomme ich es eher mit individuellen Leistungsschauen zu tun, ähnlich denen bei Messeauftritten, wo es zu selten um Befragung, Analyse oder Kritik geht, sondern um Machtbehauptungen innerhalb eines Berufsfeldes mithilfe ausgefeilter Inszenierungstechniken. Mir drängt sich der Eindruck auf, dass sich die Kräfte von Wunschproduktion und Imaginationskraft vor allem auf das von Defizit- und Versagensängsten getriebene Selbstdesign⁸, also das persönliche Überleben im ökonomischen Alltag richten, und nicht auf ein Andersmöglichsein des individuellen und gesellschaftlichen Strebens. Es werden primär Kräfte mobilisiert, um kompetitiv Aufmerksamkeit, Individuation und Begehren für Gestalter*in und Auftraggeber*in zu erreichen, statt – im Bezug auf Grafikdesign – in der Übersetzung Positionen spekulativ aufzubrechen, und statt eines monologischen Schlagabtauschs das Experiment im Dialog zu suchen.

Übersetzung zielt auf ein dynamisches und nicht präzise zu identifizierendes Zwischen. Es ist dialogisch⁹ und befasst sich mit dem Abstand statt mit der Differenz zwischen verschiedenen Parteien, um Gemeinsamkeiten auszumachen, die Parteien in Spannung zu halten

8 Friedrich von Borries macht einen Unterschied zwischen dem befreienden bzw. >entwerfenden< und dem >unterwerfenden< Potenzial von Selbstdesign. Unterwerfendes Selbstdesign, das ich hier im Blick habe, beschreibt er so: »Selbstdesign, das Selbstoptimierung ist, gehorcht der Wachstumslogik des Kapitalismus. Auch das Ich soll in seinen Möglichkeiten wachsen, seine Potenziale ausschöpfen und Profit – welcher Art auch immer – generieren. So droht ein Selbstdesign, in dem und durch das der Mensch sich selbst zum Produkt macht, sich in Produktentwicklungszyklen neu interpretiert, der Marktlage anpasst und versucht, sich durch Design auf den verschiedenen Absatzmärkten optimal zu positionieren.« (von Borries 2016, S.103 f.)

9 »Im Griechischen bezeichnet *dia* sowohl einen Abstand als auch einen Verlauf. Ein *Dia-log*, dass wussten bereits die Griechen, ist umso ergiebiger, wenn dabei ein Abstand im Spiel ist [...]. Wenn beide Parteien mehr oder weniger dasselbe sagen, ist der Dialog nichts als ein zu zweit geführter Monolog, und der Geist kommt dabei keinen Schritt voran. *Dia* bezeichnet jedoch den

einen Raum durchquerenden Weg, wobei der Raum sich als widerständig erweisen kann. Ein Dialog ereignet sich nicht unmittelbar, sondern er braucht Zeit: Ein Dialog ist ein Verlauf. [...] Angesichts dessen bezeichnet *logos* das Gemeinsame des Intelligiblen, das paradoxerweise zugleich die Bedingung und das Ziel dieses Dialogs darstellt. Das heißt, durch diese Abstände hindurch wird ein Gemeinsames geboren, indem jede Sprache, jeder Gedanke, jede Position sich durch die andere ergänzen lässt, so dass in diesem nun aktiven Zwischen ein gemeinsames Verständnis auftauchen kann – selbst wenn dieses nie vollständig realisiert werden wird (das Intelligible ist insofern ein Potenzial). Bei diesem Gemeinsamen handelt es sich weder um eine Resorption der Abstände noch um erzwungene Assimilation, sondern um etwas, das durch die interne Spannung zwischen nun operativen Abständen produziert wird: Es wird nicht aufgezwungen, nicht von vornherein als gegeben angenommen, es wird vielmehr befördert.« (Jullien, François: Es gibt keine kulturelle Identität, Berlin 2017, S.89 f.)

und zugleich ihre Positionen wechselseitig aufzubrechen und zueinander zu bringen. Der Philosoph und Sinologe François Jullien präzisiert dieses Verhältnis so:

[...] die Differenz setzt [...] auf eine Unterscheidung, während der Abstand den Blick auf eine Entfernung richtet. Daraus folgt, dass die Differenz klassifikatorisch ist, die Analyse funktioniert über Ähnlichkeiten und Unterschiede; zugleich ist sie identifizierend: Indem man von ›Unterschied zu Unterschied‹ voranschreitet, wie Aristoteles sagt, gelangt man zu einem letzten Unterschied, der das in seiner Definition ausgedrückte Wesen des Dings zu erkennen gibt. Demgegenüber erweist sich der Abstand als eine Denkfigur nicht der Identifikation, sondern der Exploration, die andere Möglichkeiten zutage fördert. Folglich hat der Abstand keine klassifikatorische Funktion, anders als bei der Klassifikation werden keine Typologien erstellt, vielmehr besteht das Ziel gerade darin, über diese hinauszugehen: Mit dem Abstand verbindet sich kein Zurechtrücken, sondern ein Verrücken.¹⁰

Werbung zielt demgegenüber primär auf klassifikatorische Vereindeutigung, um mithilfe eines Brands (bzw. einer visuellen Identität) Exklusivität zu erreichen und (vermeintliche) Bedürfnisse in Nachfrage zu verwandeln. Dabei speist sich die Exklusivität aus Variationen von Ähnlichem statt aus heterogener Diversität, um der Effizienz- und Verwertungslogik des globalisierten Kapitalismus zu genügen.¹¹ Im Verdrängungswettbewerb um Aufmerksamkeit sind Sensation, Omnipräsenz, Lautstärke, Trend, Exklusivität und Lesbarkeit ihre Referenzen – alles berechenbare Größen¹² –, und manipulative Affektproduktion ist ihr Ziel. Das ist zwar auch eine Form von Vermittlung, aber eine Vermittlung in Form einer Einbahnstraße ohne Abwege.

Da die Geschichte des Grafikdesigns eng mit der Entstehung unserer heutigen ökonomischen Prinzipien verknüpft ist, stellt sich aber die Frage, inwieweit sich Grafikdesign das von von Borries und Geiger skizzierte Spannungsfeld überhaupt zu eigen machen kann? Schließlich ist Grafikdesign eine Gestaltungsdisziplin, die größtenteils von (kommerzieller) Beauftragung abhängig ist, überwiegend mit (präzisen) wortsprachlichen Aussagen anderer arbeitet, immer in (Wort-)Sprache eingebettet ist und deren Artefakte sich durch ihre Nutzer*innen in einem deutlich geringeren Maße aneignen lassen als beispielsweise die

10 Jullien 2017, S. 36.

11 Der Islamwissenschaftler Thomas Bauer beobachtet dasselbe in Bezug auf industriell produzierte Popmusik, die Logos durch Pathos ersetzt: »Ähnlich, wie der zunehmenden Anzahl von Schokoriegelsorten keine wirkliche Steigerung der Lebensmittelvielfalt entspricht, sind auch diese industriell verfertigten Popsongs eher ein Symptom für Vereindeutigung der Welt als für künstlerische Vielfalt.« (Bauer, Thomas: Die Vereindeutigung

der Welt. Über den Verlust an Mehrdeutigkeit und Vielfalt, Ditzingen 2018, S. 73)

12 Wie selbst einfache Algorithmen schon heute diese Referenzen bedienen können, kann man hier sehen: <https://www.brandcrowd.com> (Abruf: 18.12.2020), https://placeit.net/online-poster-maker?gclid=EAIaIQobChMIoLaShM_16QIViMmyCh30-AUgEAYASAAEgJbevD_BwE (Abruf: 18.12.2020). Und die KI-Forschung steht erst am Anfang.

der Mode oder Architektur. Außerdem sollte man sich nichts vormachen: Der Zweck der (visuellen) Rhetorik besteht in der effizienten Verwendung seduktiver Heuristiken, um Einstellungen zu bilden und Handlungen zu beeinflussen.¹³ Dennoch setzt Persuasion Wahlmöglichkeiten voraus. Und hier sehe ich das Potenzial für eine verstärkte Hinwendung zu einem Andersmöglichsein: Gestalten bedeutet nicht vermeintlichen Zwangsläufigkeiten zu folgen, sondern Wahlmöglichkeiten zu erkunden, wahrzunehmen und offenzulegen. Es bedeutet (kommunikative) Spielräume aus Sicht der unterschiedlichen Autor*innen auszuloten und durchlässig zu machen – wobei eben auch der/die Gestalter*in durch die Übersetzung und/also Interpretation zum/zur Autor*in wird.

Autorschaft, Dialog und Diversität

Nun kann man sich fragen, wie viel Autorschaft Grafikdesigner*innen hervorbringen können und sollen? Schließlich steht meist die von ›außen‹ an sie herangetragene Aussage im Zentrum des kommunikativen Spielraums. Sie ist die narrative Zündung und bleibt wichtigste Referenz. Die Übersetzung und/also Interpretation der Aussage fordert dann aber sogleich Autorschaft, die sich subjektiv zwischen Aussage und Rezipient*innen bewegt. Denn jede Aussage kann auf sehr unterschiedliche Weise interpretiert werden, ähnlich wie man das aus Theater oder Musik kennt. Die (visuell) zu kommunizierende Aussage ist also Verhandlungsgegenstand.

Im besten Fall steht die Interpretation im durchlässigen Dialog mit dem grundlegenden inhaltlichen Impuls, den Auftraggeber*innen (deren Impulse, z. B. im Fall einer Beauftragung durch eine/n Verleger*in oder eine/n Galerist*in, nicht notwendigerweise deckungsgleich mit dem grundlegenden inhaltlichen Impuls sein müssen), den Gestalter*innen, sowie dem Interesse der Rezipienten. Im schlimmsten Fall verzerrt die Übersetzung durch den/die Gestalter*in die Wahrnehmung des ursprünglichen Impulses derart, dass die Interpretation etwas völlig anderes als die ursprüngliche Aussage behauptet, und die Kommunikation dominiert.

Grafikdesigner*innen analysieren das Narrativ der an sie herangetragenen Aussage, inventarisieren ihr erzählerisches Potenzial und akzentuieren bestimmte Aspekte der Aussage bzw. geben diesen einen Charakter, um sie zugänglich und durchlässig zu machen, und so das Zwischen von grundlegendem inhaltlichen Impuls, Auftraggeber*in, Gestalter*in und Vierten zu aktivieren. Geht man davon aus, dass in unserer differenzierten und vernetzten Welt Inhalte potenziell divers sind, sollte man annehmen, dass die eben beschriebene Verfahrensweise zu ebenso diversem (visuellen) Ausdruck führt. Schließlich sollte Übersetzung – wie eingangs gesagt – mit der Stimme (und der Autorschaft) des/der Gestalter*in fremden Logos zur Gesellschaft und die Gesellschaft zu diesem Logos bringen. Übersetzung heißt in diesem Sinne nicht, Fremdes in Bekanntes zu zwingen, es bedeutet nicht

13 Vgl. Bonsiepe, Gui: *Visuell-Verbale Rhetorik*. In: Gesche Jost / Arne Scheuermann (Hg.), *Design als Rhetorik*, Berlin 2008, S.28 f.

Assimilation, nicht Fokussierung auf Ähnliches, sondern die Suche nach Gemeinsamem und das In-Spannung-Versetzen von jeweiliger Einzigartigkeit.

Schaue ich mir die international vielfach zu beobachtende visuelle Gleichförmigkeit [westlicher Prägung] des kommerziellen, sowie des ›Hipster‹-Mainstreams im Grafikdesign an, frage ich mich allerdings, wie viele Gestalter*innen diesem Anspruch wirklich folgen? Zu beobachten ist vielmehr das Bestreben entweder eine uniforme visuelle Sprache zu synthetisieren – zumindest eine, die für eine Zeit oder eine Generation imperativ und ›universell‹ funktioniert –, oder sich eskapistisch ins hermetisch Subjektivistische bzw. Identitäre zurückzuziehen. Nur, wo bleibt da das Bewusstsein für das Plurale, das Poröse, die Gleichzeitigkeit des Ungleichzeitigen – also dem, was globale Vernetzung potenziell eben auch hervorbringt? Wo bleiben da Resonanz, Exploration, Mehrsprachigkeit, Ambiguität, und Nuance? Es entsteht der Eindruck, dass sich viele Gestalter*innen eher den Zwängen des ökonomischen Alltags ergeben, als sich darauf einzulassen eine polyglotte übersetzerische Intelligenz zu entwickeln, die Diversität, Vielfalt und Polyphonie im Dialog betont.

Was ich für die heutige Zeit festzustellen glaube, ist schon am Beginn des 20. Jahrhunderts von dem Schriftsteller Stefan Zweig beschrieben worden:

Stärkster geistiger Eindruck von jeder Reise in den letzten Jahren [...]: ein leises Grauen vor der Monotonisierung der Welt. Alles wird gleichförmiger in den äußeren Lebensformen, alles nivelliert sich auf ein einheitliches kulturelles Schema. Die individuellen Gebräuche der Völker schleifen sich ab, die Trachten werden uniform, die Sitten international. Immer mehr scheinen die Länder gleichsam ineinandergeschoben, die Menschen nach einem Schema tätig und lebendig, immer mehr die Städte einander äußerlich ähnlich. [...] Nicht ungestraft gehen alle Menschen gleich angezogen [...]: die Monotonie muss notwendig nach innen dringen. Gesichter werden einander ähnlich durch gleiche Leidenschaft, Körper einander ähnlicher durch Sport, die Geister ähnlicher durch die gleichen Interessen. Unbewusst entsteht eine Gleichförmigkeit der Seelen, eine Massenseele durch den gesteigerten Uniformierungstrieb, eine Verkümmern der Nerven zugunsten der Muskeln, ein Absterben des Individuellen zugunsten des Typus.¹⁴

Interessanterweise sind inzwischen große Teile der Gesellschaft an anderer Stelle sehr um Vielfalt und Diversität bemüht, nämlich wenn es um biologische Artenvielfalt geht. Hier wird zunehmend erkannt, dass vielfältige Lebensräume stabiler und anpassungsfähiger sind als Monokulturen. Vielfalt bedeutet darum Vorsorge: Nur mit biologischer Vielfalt ist Evolution unter sich ändernden Bedingungen möglich.¹⁵ Wenn der Living Planet Index des WWF also

14 Zweig, Stefan: Die Monotonisierung der Welt. In: Zeiten und Schicksale. Aufsätze und Vorträge aus den Jahren 1902-1942, Frankfurt am Main 1990, S. 30 f.

15 Vgl. <https://murmman-magazin.de/society/2017/05/biologische-vielfalt-darum-ist-das-thema-wichtig/> (Abruf: 18.12.2020).

feststellt, dass die Artenvielfalt zwischen 1970 und 2005 um 27% abgenommen hat,¹⁶ werden in vielen Gesellschaften Gegenmaßnahmen gefordert.

Zeitgleich stellt die Gesellschaft für bedrohte Sprachen fest, dass fast ein Drittel der ca. 6500 weltweit gesprochenen Sprachen innerhalb der nächsten Jahrzehnte aussterben wird.¹⁷ Das Wissen um diesen kulturellen Verlust, den Verlust die Welt auf unterschiedliche Weise, also facettenreicher wahrzunehmen und zu erzählen, ist wahrscheinlich weniger verbreitet als das Wissen um den Verlust biologischer Artenvielfalt, und es ist zu vermuten, dass es auch weniger verbreitet ist, diesen Verlust zu problematisieren. Klammern sich doch viele an die Hoffnung einer universellen Sprache, die die Menschheit einfacher und effizienter miteinander kommunizieren lässt – auch wenn das eine Hegemonie dieser Sprache (bzw. eine Monokultur) bedeuten würde. Aber was geben wir dafür auf? François Jullien schreibt dazu:

Wenn wir nur noch eine Sprache sprechen, wenn die fruchtbaren Abstände zwischen den Sprachen verloren gehen, können diese sich nicht länger wechselseitig reflektieren. Sie werden ihre jeweiligen Ressourcen nicht mehr zu erkennen geben. Wir denken dann nur noch in standardisierten Begriffen, die uns dazu verleiten, das für universell zu halten, was eigentlich nur Stereotype des Denkens sind. ›Babel‹ ist in Wirklichkeit eine Chance für das Denken.¹⁸

Was für gesprochene Sprache gilt, gilt in meinen Augen ebenso für visuelle Sprache. Reagiert man aber auf Diversität und Ambiguität – gemäß der Effizienz- und Verwertungslogik des globalisierten Kapitalismus – mit dem Gestalten von visueller Uniformität (missverstanden als Gemeinsames), sowie exklusiven und gleich-gültigen visuellen Identitäten¹⁹, folgt man also dem Streben nach Vereindeutigung, Deutungshoheit und Alternativlosigkeit, erweist man dem (explorativen) Dialog einen Bärendienst, denn das Kulturelle zeichnet sich eben dadurch aus, dass es gleichzeitig vielfältig und einzigartig ist. Darum plädiere ich dafür, den Fokus verstärkt auf das Übersetzerische Potenzial von visueller Kommunikation zu richten. Dort sind nämlich Momente spekulativer Wunschproduktion und künstlerischer Imaginationskraft, dort ist also ein Andersmöglichsein auszumachen.

16 Vgl. Gesellschaft zur Erhaltung alter und gefährdeter Haustierrassen: Rote Liste der bedrohten Nutztierarten in Deutschland 2016. <http://www.g-e-h.de/images/stories/news/pdf/rotemliste.pdf>

17 Vgl. Gesellschaft für bedrohte Sprachen e. V. <http://www.uni-köln.de/gbs/> (Abruf: 18.12.2020).

18 Jullien 2017, S. 55.

19 »...wobei sich jede Kultur auf ihre angebliche Identität zurückzieht, so dass einem nichts anderes übrig bleibt, als diese Kulturen in ihre jeweiligen Welten einzusperren – das ist der sogenannte ›Kulturalismus‹, der einem denkfaulen Relativismus den Weg bereitet, der gar nicht erst versucht, seine eigenen Grenzen zu überwinden.« (Jullien 2017, S. 77)

Vermittlung, Übertragung, Nachdichtung und die Unlust an der eigenen Person

Gestalterische Übersetzer*innen sind Wanderer zwischen verschiedenen Arten zu denken, zu kommunizieren und zu leben. Sie anthologisieren, sammeln, suchen mehrere Antworten zugleich, in der Hoffnung, dass eine davon widerhallt. Es geht nicht um Überschreitung, Besitzergreifung, Unterwerfung oder Gleichschaltung, sondern um ein Hin und Her, ähnlich dem Dienst eines Fährmanns, der die Kommunikation zwischen Ufern ermöglicht.²⁰ Übersetzung ist keine monologische Einbahnstraße, sondern sie hält alle Impulsgeber dialogisch im Blick.²¹ Sie sucht auch das Universelle, aber sie sucht es im Gemeinsamen, und nicht im totalitär (essenzialistischen) Einen, oder im oberflächlich Ähnlichen, Assimilierbaren.²²

Übersetzung befasst sich mit dem Zwischen, mit dem Übergang. Sie ist kein Kompromiss, kein kleinster gemeinsamer Nenner, sondern ein In-Spannung-Versetzen, um die verschiedenen (visuellen) Sprachen zu öffnen, sie aus ihrem Konformismus herauszuholen und ihre Potenziale zu erproben. Dabei darf sich die kommunikative Leistung, die gestalterische Übersetzung, nicht in raffinierten Briefings, Brainstormings und (wortsprachlichen) Herleitungen bzw. Konzepten erschöpfen, sondern sie muss mindestens so sehr im endgültigen visuellen Artefakt zum Ausdruck kommen, denn genau dort findet die Namengebung an fremde, bislang namenlose (gesichtslose) Wesen statt, genau dort wird Fremdes beiderseits kenntlich und verständlich gemacht.²³ Das Artefakt macht Inhalte, Parameter und Prozesse erlebbar, ist sinnlicher Wiederhall und Nachhall dieser Aspekte, und ermöglicht somit ein Erschließen von Sinn durch die Sinne. Ambitionierten, komplexen kommunikativen Konzepten mit Variationen trendiger visueller Uniformität zu begegnen, würde die Ambitionen also ad absurdum führen.

Insofern geht es mindestens so sehr um das Wie wie um das Was. Die Schriftstellerin und Übersetzerin Esther Kinsky bemerkt dazu:

Jede Übersetzung ist in erster Linie das Ergebnis eines Gestaltungsprozesses von Sprache als Material, der nicht aus der Beschäftigung mit einem Gegenstand erwächst, sondern aus der Beschäftigung mit der Spannung zwischen zwei Arten der Behandlung eines Gegenstands. Das ist ein Prozess, in dem das ›Was‹ hinter dem ›Wie‹ zurücktritt. [...] Das ›Was‹ ist nur insofern interessant, als es Schichten des ›Wie‹ offenlegt, die weiter und tiefer reichen, als die meisten Leser vermuten.²⁴

20 Vgl. Dedecius 1986, S.27.

21 Augenfällig wird das z.B. bei der »Biblia Polyglotta« (Antwerpen, 1568-1573, von Christopher Plantin), einer Bibel in fünf Sprachen, die parallel zueinander laufen, um im Vergleich der Sprachen zu einem differenzierten Verständnis des Textes zu kommen.

22 Totalitäre (identitäre) Ideologien wollen erreichen, dass alles exakt

so ist, wie es sich die jeweilige Ideologie vorstellt. Im Diskurs der Authentizität ist darum dann alles gut, wenn alles so ist, wie ich mir das vorstelle, d. h. die Würde eines Menschen wird von dessen Ähnlichkeit zu einem selbst abhängig gemacht.

23 Vgl. Dedecius 1986, S.21.

24 Kinsky, Esther: Fremdsprechen, Berlin 2019, S.8 f.

Sprache ist kein Wert, den man berechnen oder besitzen kann, sondern eine nur bedingt zu zählende Ressource, aus der alle schöpfen können. Sprache ist ein System von Kürzungen, die in ihrer Gesamtheit ungenau ist. Sie läuft neben dem Was her, ist ihm auf der Spur, ihm manchmal voraus, doch selten mit ihm deckungsgleich.²⁵ Was Karl Dedecius für Wort- und Schriftsprache beschreibt, gilt in noch größerem Maße für die visuelle Sprache, da Grafikdesign Wort- und Schriftsprache in den retinalen Raum übersetzt. Aber auch sie birgt das Potenzial von Präzisierung einerseits und Durchlässigkeit andererseits. Auch dem/der visuellen Übersetzer*in stehen als Bezugsrahmen (visuelle) Sprache(n), Thema, Ideen, Zeit, Autor, Werk, Raum, Form, Deutung und Bedeutung zur Verfügung.

Sich auf die (visuelle) Sprache anderer einzulassen bedeutet geistige und symbolische Ressourcen zu inventarisieren und führt zum kulturellen In-Beziehung-Setzen. Dieses In-Beziehung-Setzen ist Übersetzung und sollte nach meinem Dafürhalten Augenmerk von Grafikdesign sein.²⁶ Das Streben nach einer sprachlichen Internationale, ebenso wie das nach identitärer Isolation, ist darum so idealistisch wie destruktiv:

Nur eine einzige Sprache zu haben wäre gewiss um vieles einfacher, allerdings würde das von Anfang an eine erzwungene Vereinheitlichung bedeuten. Der Austausch würde erleichtert, es gäbe jedoch nichts mehr auszutauschen, jedenfalls nichts wirklich Einzigartiges. Alles fände sich in einer Sprache geordnet, es gäbe keine Abweichungen mehr, die etwas durcheinanderbringen könnten, jedes Sprechen-Denken – jede Kultur – könnte dann, wie bereits gesagt, nur mehr in identitärer Weise und starrköpfig, auf seinen ›Unterschieden‹ beharren.²⁷

Im Sinne Karl Dedecius' möchte ich an dieser Stelle eine – zugegebenermaßen etwas grobe – Differenzierung des Begriffs Übersetzung vorschlagen, die für die gestalterische Praxis vielleicht hilfreich sein kann: die zwischen Vermittlung, Übertragung und Nachdichtung. Bei der Vermittlung geht es darum, Informationen genau (›wortgetreu‹), aber ohne kontextuelle und gegenwärtige Erweiterung wiederzugeben. Bei der inhaltlichen Übertragung setzt demgegenüber eine solche, also spekulative Erweiterung ein. Bei der Nachdichtung greift schließlich die künstlerische Imaginationskraft, die – genauso wie beim Verhältnis von Denken zu Nachdenken – Reflexion, Rede, Gegenrede, Dialog, Kritik, Interpretation und Integration miteinschließt. Das Künstlerische verstehe ich hier also als »eine ästhetische Praxis der Reflexion unserer selbst im Medium eigensinniger Formgebung«²⁸, die durch ihre Praxis ein gegenwärtiges (also kritisches) Moment zur gesellschaftlichen

25 Vgl. Dedecius 1986, S.35 f.

26 »Solange nicht die Fremdheit, sondern das Fremde gefühlt wird, hat die Uebersetzung ihre höchsten Zwecke erreicht, wo aber die Fremdheit an sich erscheint, und vielleicht gar das Fremde verdunkelt, da ver-räth der Uebersetzer, dass er seinem Original nicht gewachsen ist.«

(Humboldt, Wilhelm von: Einleitung zu Agamemnon. In: Aeschylus' Agamemnon metrisch Übers., Gesammelte Schriften, Abt. 1, Werke, Bd. VIII, Berlin 1903-1936, S.132)

27 Jullien 2017, S.89 f.

28 Feige, Daniel Martin: Design. Eine philosophische Analyse, Berlin 2005, S.18.

Realität hervorbringt. Diese Differenzierung des Begriffs Übersetzung soll aber kein Entweder-oder skizzieren, sondern drei Aspekte von Übersetzung aufzeigen, die bei jeder Übersetzung zum Tragen kommen, über deren Gewichtung bei jeder Übersetzung aber neu entschieden werden muss, um eine Koordination von Disziplin und Freiheit, Artverwandtschaft und Fremdheit, Sinn und Form zu erreichen.

Da, wie eingangs gesagt, kulturelle Symbolisierungen immer Teil gesellschaftlicher Verhältnisse sind, ebenso wie gesellschaftliche Verhältnisse nicht ohne kulturelle Symbolisierungen bestehen können, sollte in meinen Augen aber das exploratorische und künstlerische Moment besonders ernst genommen werden. Hier liegt das Potenzial den Zwängen des ökonomischen Alltags Alternativen, also ein Andersmöglichsein, abzutrotzen. Es geht darum – neben dem Bemühen um Vermittlung – das Operative, Offene und Ambige visueller Übersetzung miteinzubeziehen. Auf diese Weise könnte die selbstbestimmte, eigensinnige Aneignung eines Texts bzw. einer Information durch den/die Leser*in – ein produktives ›Wildern‹ – stimuliert werden.

Eine solche Durchlässigkeit würde unterschiedliche Wege des Geistes eröffnen, und es würde uns, im Gewähr-Werden von Diversität und Fremdheit, uns selbst und unsere Umwelt facettenreicher erkennen lassen:

Landläufige Information behandelt das Fremde klinisch, vordergründig, als ein Drittes. Die literarische Übersetzung bezweckt das, was Sigmund Freud im Gegensatz zur Schulmedizin schaffte, nämlich das Zwiegespräch des Arztes mit dem Patienten, sie beruht auf Partnerschaft. Ihr gilt das Fremde als ein Zweites. Die Übersetzung führt durch Zwiegespräche zu Hintergründen, die die Drittinformation verborgen lässt.²⁹

Das genaue Konturieren einer (visuellen) Sprachform kann darum nur ein Bemühen sein sich ›angreifbar‹ zu machen. Sie kann nur als temporäre Dialogsetzung sinnvoll sein, die sich mit der Antwort des Gegenübers ändern will. François Jullien begreift Übersetzung in diesem Sinne als inhärent ethisch.³⁰

Wenn Friedrich von Borries von der dem Design innewohnenden Wunschproduktion und Imaginationskraft spricht, die »Grenzen überschreitet und neue Möglichkeiten von Welt entwirft«³¹, sollten – so meine These – Grafikdesigner*innen die Aussagen, mit denen sie umgehen, nicht einem visuellen Stil – also entweder einer synthetisch- oder einer identitär-essenzialistischen visuellen Sprache der Welterschließung – unterwerfen, sondern das Andersmöglichsein in der Übersetzung (Nachdichtung), also der visuellen Sprache entwerfen. Sie sollten die Lust am Entwerfen und die Unlust an der eigenen Person kultivieren. Sie sollten die Lust an der Verwandlung kultivieren, an der Möglichkeit in einem Leben mehrere Leben zu leben.

29 Dedecius 1986, S.45.

31 von Borries 2016, S.136.

30 Vgl. Jullien 2017, S.131 f.

Will man das Gesagte ernst nehmen, sollte Grafikdesign widerhallen, statt aufzuzwingen und (intransparent) zu manipulieren. Mehrsprachigkeit, Resonanz, Ambiguität, Nuance, Exploration, Spekulation, Porösität, Imperfektion und Verwandlungswille könnten darum Schlüsselbegriffe einer gestalterischen Haltung sein, die einen Fokus auf das ihr innewohnende Potenzial von Übersetzung legt.

Will man das Gesagte ernst nehmen, muss man Individuation, den Darling vieler Auftraggeber*innen und Grafiker*innen, als Form eindimensionaler und monologischer Selbstabschottung kritisch hinterfragen, da Individuation der möglichen Öffnung auf das gesellschaftliche Außen und auf dessen Polyphonie im Wege steht. Es gilt den Mut zu haben, der neoliberal-egozentrischen Individuation den Willen zu plurilogischer und kulturtransversaler »Dividuation«³² entgegenzusetzen, wie sie von der Ästhetiktheoretikerin Michaela Ott als Begriff für ein neues Selbstverständnis angeboten wird. Geht es doch darum, das ›In‹ der In-Dividuation, welches auf ›Un-Geteiltheit‹ verweist, zu streichen und stattdessen das (Mit)Geteilte, die freiwilligen und unfreiwilligen Teilhaben zu akzentuieren und mit der Aufforderung zu verbinden, diese möglichst anzuerkennen und sinnvoll zu moderieren. Erst im Wissen um unsere unhintergehbare Eingelassenheit in transnationale Sprachgemeinschaften kann sich eine nicht-universalisierte, laterale, d. h. sich nach allen Seiten ausbreitende Übersetzungsgemeinschaft entwickeln, wie sie von jenen Philosophen erträumt wird, die in verschiedenen Kulturräumen zugleich zuhause sind:

Wenn jede Epoche ihre eigene Form des Widerstands kennt, so halten wir fest, worin er heute besteht: Wir müssen uns diesen beiden Bedrohungen – der Uniformisierung und dem Identitären – sorgfältig und beharrlich widersetzen. Und, gestützt auf die erfinderische Kraft des Abstands, den Weg zu einem intensiven Gemeinsamen eröffnen.³³

32 Vgl. Ott, Michaela: Dividuationen. Theorien der Teilhabe, Berlin 2015.

33 Jullien 2017, S.96 f.

Literatur

Bauer, Thomas: Die Vereindeutigung der Welt. Über den Verlust an Mehrdeutigkeit und Vielfalt, Ditzingen 2018.

Bonsiepe, Gui: Visuell-Verbale Rhetorik. In: Gesche Jost / Arne Scheuermann (Hg.), Design als Rhetorik, Berlin 2008.

Borries, Friedrich von: Weltentwerfen, Berlin 2016.

Burckhardt, Lucius: Warum ist Landschaft schön? Die Spaziergangswissenschaft, Berlin 2006.

Dedecius, Karl: Vom Übersetzen, Frankfurt am Main 1986.

Feige, Daniel Martin: Design. Eine philosophische Analyse, Berlin 2005.

Feige, Daniel Martin: Ästhetik des Grafikdesigns. In: Ingo Offermanns (Hg.), Graphic Design Is (...) Not Innocent, Amsterdam 2021. [im Erscheinen]

Geiger, Annette: Andersmöglichsein. Zur Ästhetik des Designs, Bielefeld 2018.

Gesellschaft zur Erhaltung alter und gefährdeter Haustierrassen: Rote Liste der bedrohten Nutzierrassen in Deutschland 2016. <http://www.g-e-h.de/images/stories/news/pdf/rotemliste.pdf> (Abruf: 18.12.2020).

Gesellschaft für bedrohte Sprachen e. V. <http://www.uni-koeln.de/gbs/> (Abruf: 18.12.2020).

Goethe, Johann Wolfgang von: Maximen und Reflexionen, Wiesbaden 2012.

Humboldt, Wilhelm von: Einleitung zu Agamemnon. In: Aeschylos' Agamemnon metrisch Übers., Gesammelte Schriften, Abt. 1, Werke, Bd. VIII, Berlin 1903-1936.

Jullien, François: Es gibt keine kulturelle Identität, Berlin 2017.

Karl, Alexander: Biologische Vielfalt. Darum ist das Thema wichtig, 2017. <https://murm-mann-magazin.de/society/2017/05/biologische-vielfalt-darum-ist-das-thema-wichtig/> (Abruf: 18.12.2020).

Kinsky, Esther: Fremdsprechen, Berlin 2019.

Ott, Michaela: Dividuationen. Theorien der Teilhabe, Berlin 2015.

Sloterdijk, Peter: Der ästhetische Imperativ. In: Schriften zur Kunst, Berlin 2014.

Zweig, Stefan: Die Monotonisierung der Welt. In: Zeiten und Schicksale. Aufsätze und Vorträge aus den Jahren 1902-1942, Frankfurt am Main 1990.

