

HORNUFF

DENKEN DESIGNEN

*»Skepsis gegen den mit
Vorliebe erhobenen Einwand,
ein Text, eine Formulierung sei
>zu schön<.«*

THEODOR W. ADORNO 1945

DANIEL
HORNUFF

**DENKEN
DESIGNEN**

**Zur Inszenierung
der Theorie**

Wilhelm Fink

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

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

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

© 2014 Wilhelm Fink, Paderborn
(Wilhelm Fink GmbH & Co. Verlags-KG, Jühenplatz 1, D-33098 Paderborn)

Internet: www.fink.de

Gestaltung und Satz: Sahar Aharoni, Karlsruhe

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

ISBN: 978-3-7705-5759-2

Vorwort	9
---------------	---

THEORIE: WAS HEISST DENKEN DESIGNEN?

1. DESIGN ENTSCHIEDET	17
2. DINGDESIGN UND GEDANKENDESIGN	20
3. FAKULTÄT FÜR GEDANKENDESIGN.....	22
4. GEDANKENDESIGN UNTER VERDACHT	25
5. EIN SCHMALER GRAT	30
6. HERKUNFT	33
7. AUSNAHMEN BESTÄTIGEN DIE REGEL.....	36
8. ZWEITE ORDNUNG ODER DAS PRINZIP ›ANGEMESSENHEIT‹.....	40
9. ZUGANG UND AUSWAHL	44
 ANMERKUNGEN	 50

PRAXIS: DESIGNFIGUREN DES DENKENS

KAPITEL 1

EXPERIMENTELLES DENKEN

»Welches Theoriedesign macht die Einsicht in die eigene Blindheit erträglich?«

NORBERT BOLZ: WELTKOMMUNIKATION (2001).

.....	57
-------	----

KAPITEL 2

THEORIE ALS ERLÖSUNGSLITERATUR

»Wir Informationsüberladenen sollten uns bekennen.«

FRANK SCHIRRMACHER: PAYBACK (2009).

.....	69
-------	----

KAPITEL 3

DIE KRITIK UND IHR KONDOM

»Daher sei dem Leser empfohlen, besonders aufmerksam auf die Entwicklung der Begriffe zu achten.«

WOLFGANG FRITZ HAUG: KRITIK DER WARENÄSTHETIK (1971).

.....	81
-------	----

KAPITEL 4**DER PUBLIKUMSTHERAPEUT**

»Die Sympathie der Zuschauer verpuffte in ein Gelächter.«

FRIEDRICH SCHILLER: ÜBER DAS GEGENWÄRTIGE TEUTSCHE
THEATER (1782).

..... 93

KAPITEL 5**AUS DEM GEIST DES CELEBRITY DESIGNS**

»Ich habe McLuhan vor dreißig Jahren kennengelernt.«

NEIL POSTMAN: WIR AMÜSIEREN UNS ZU TODE (1985).

..... 105

KAPITEL 6**DIE KUNST DES ADRESSIERENS**

»Man ordnet seine Sätze in Gedanken.«

CHRISTIAN FÜRCHTEGOTT GELLERT: GEDANKEN VON EINEM GUTEN
DEUTSCHEN BRIEFE (1742).

..... 115

KAPITEL 7**PARAGRAPHISIERUNG DES DENKENS**

»Übertreibung oder Erkenntnisverzicht.«

GÜNTHER ANDERS: DIE ANTIQUIERTHEIT DES MENSCHEN (1956).

..... 127

KAPITEL 8**WENN APOKALYPSE AUF DEN MAGEN SCHLÄGT**

»Der Appetit vergeth, der Schlaf wird verhindert.«

GOTTHARD HEIDEGGER: MYTHOSCOPIA ROMANTICA (1958).

..... 139

KAPITEL 9**ZIRKELTRAINING IM BOOT CAMP DER KRITIK**

»Niederschlag des Ungeistes, der den Geist töten will.«

FRITZ KARPFFEN: DER KITSCH (1924).

..... 151

KAPITEL 10**VOM BEHARRLICHEN GENIE**

»Zur Betrachtung von Photographien [...] ist der Gebrauch einer
Lupe zu empfehlen.«

WILLIAM HENRY FOX TALBOT: ZEICHENSTIFT DER NATUR (1844).

..... 161

KAPITEL 11**AUFBRUCH ZUM REICH DER IDEEN**

»Der Intellektuelle ist der Schuldige.«

MICHEL FOUCAULT: DER MASKIERTE PHILOSOPH (1980).

..... 173

KAPITEL 12**ÄSTHETIK DER EMPÖRUNG**

»Man greift sich an den Kopf.«

HANS MAGNUS ENZENSBERGER: DIE SPRACHE DES SPIEGEL (1957), DIE VOLLKOMMENE LEERE (1988) UND VOM TERROR DER REKLAME (2014).

..... 183

KAPITEL 13**VERSUCHE WAGEN**

»Zeitdiagnostik bedeutet gefährliches Denken als Beruf.«

PETER SLOTERDIJK: ESSAYISMUS IN UNSERER ZEIT (1993).

..... 195

KAPITEL 14**GESCHWINDIGKEITSDENKEN**

»Ich lasse auch die Theorie in den Hyperraum der Simulation eintreten.«

JEAN BAUDRILLARD: DAS JAHR 2000 FINDET NICHT STATT (1984).

..... 207

KAPITEL 15**ABRÜSTEN UND ENTSCHLACKEN**

»Aber wollen Menschen in Schrecken versetzt werden?«

SUSAN SONTAG: DAS LEIDEN ANDERER BETRACHTEN (2003).

..... 219

TEXTVORLAGEN UND -NACHWEISE..... 228

Vorwort

Für den Soziologen Niklas Luhmann war die Sache klar: Jede »Inszenierung von Theorie«, schreibt er 1992, biete Gelegenheit, »Probleme der Theoriearchitektur« zu erörtern. Zwar gäbe es etliche Versuche, Theorien miteinander zu vergleichen. Doch nach einer »Methodenlehre des Theoriedesigns« suche man vergebens.¹

Über zwanzig Jahre später verläuft die Suche noch immer Sand. Von einer »Methodenlehre des Theoriedesigns« ist weit und breit nichts zu sehen. Das vorliegende Buch ist eine Reaktion auf die landläufige Geringschätzung, die das Design des Denkens erfährt. Denn besonders für den deutschsprachigen Raum gilt: Die Marginalisierung des »Theoriedesigns« ist die Spezialausgabe eines generellen Vorbehalts gegenüber der Inszenierung des Denkens. Unter Verdacht steht, was bewusst in Form gebracht wird.

So raten noch im Jahr 2014 einige namhafte Wissenschaftler zu inszenatorischer Enthaltensamkeit. Im Bestreben, die *Gestaltung der Kommunikation zwischen Wissenschaft, Öffentlichkeit und den Medien* neu zu ordnen, wurde ein Richtlinienkatalog zur angemessenen Vermittlung akademischer Forschungen erstellt. Vertretbar sei ausschließlich eine »uneigennütige«, zudem »verantwortungsbewusste« und »wahrhaftige [...] Kommunikation wissenschaftlicher Erkenntnisse in die Öffentlichkeit«.²

Dringlich werde ein solches – spürbar moralisch gemeintes – Anraten durch eine Entfremdung, die zwischen der Öffentlichkeit und ihren »Experten« eingetreten sei. Daher habe die »Wissenschaft Kommunikationsformen« übernommen, »die die Techniken und die Sprache der Werbewirtschaft, des Marketing und der Public Relation verwenden«. Um »Vertrauen wiederherzustellen«, gelte es, »diese Formen zu vermeiden und nur [...] argumentative und kritisch reflektierende [...] zu wählen«.³

Nichts ist gegen solche Empfehlungen einzuwenden. Im Gegenteil: Ihre Absichten sollten zum Selbstverständnis jeder ernsthaften Geistesarbeit gehören. Problematisch allerdings ist die abgeleitete Konsequenz – angedeutet in jenem kleinen »nur«, das trotz seiner Unscheinbarkeit so ausschließlich klingt. Wo es um die öffentliche Darlegung geistiger Erzeugnisse geht, hat Design wenig bis nichts verloren.

Mit anderen Worten: Das Wahrheitspotenzial des Denkens muss vom Täuschungspotenzial seiner Gestaltung geschieden, ja muss vor ihm geschützt werden. Vorausgesetzt wird eine Trennbarkeit von Inhalt und Form, formuliert als Gebot, die Form dem Inhalt unterzuordnen.

Das Buch hält entgegen: Eine solche Abstufung ist ein Ding der Unmöglichkeit. Denn wer einem Inhalt die Form entziehen will, um sie ihm dienend zu unterstellen, verleiht dem Inhalt nichts anderes als eine neue Form. Formen lassen sich ebenso wenig unterdrücken wie Inhalten Bedeutungsvorzüge einzuräumen sind.

Das bedeutet aber auch: Gedanken sind ihrer Gestalt nicht zu entbergen. Zwar ist prinzipiell jede Gestaltung variabel. Doch in dem Augenblick, in dem die Gestalt eine Abwandlung erfährt, kommt es zur Umwandlung des gesamten Gedankens. Zwischen Form und Inhalt passt kein Blatt Papier. Die Machart ist der vertretenen Sache eingeschrieben.

Die Austreibung des Designs aus den Geisteswissenschaften nimmt ihren biografischen Anfang in den Frühstadien akademischer Lebensläufe. Bereits bei Eintritt in ein Studium – bei Erstbegegnungen mit wissenschaftlichen Denkkulturen – spielt der Ge-

staltungsspielraum geistiger Tätigkeiten schon kaum mehr eine Rolle.

Eine *Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten* bedeutet in der Regel: Entführung in das Regime der Formalia. In Vorgaben für Zeilenabstand und Breite der Seitenränder erschöpft sich die Frage nach der Gestalt einer guten wissenschaftlichen Arbeit. Das Formen versiegt im Formatieren. Texte im Konfektionsmaß suggerieren, alle Anforderungen an einen überzeugend gestalteten Gedanken erfüllt, den Erwartungen an eine ›Theoriearchitektur‹ nachgekommen zu sein.

Dem umgekehrten Fall begegnet man in den Naturwissenschaften. Ganze Forscherkarrieren verdanken der Inszenierbarkeit gewonnener Erkenntnisse ihren Aufstieg. Ein Blick in die führenden Zeitschriften lässt keinen Zweifel: Die Überwindung von Inhaltsdemut durch eine Totalästhetik der Versinnlichung stieg zum Imperativ der Ergebnisdarlegung auf. Nur wer sich als Regisseur seiner Erkenntnisse, als Choreograf seiner Forschungen, als Stilist der Fakten begreift, wird diese auf die Bühnen der akademischen und öffentlichen Aufmerksamkeit stellen können.

Während Naturwissenschaftler einen überschießenden Willen zum Ästhetizismus kultivieren, habitualisieren Geisteswissenschaftler die Be- und Eingrenzung von Gestaltungsspielräumen. Naturwissenschaftlichen Überinszenierungen stehen geisteswissenschaftliche Unterinszenierungen gegenüber. Demnach veraten sich beide als ungeübt in Fragen der Gestaltung. Entweder sprechen sie dem Design des Denkens viel zu große oder aber viel zu geringe Wirkkräfte zu.

Aus diesem Mangelempfinden entstand das Buch. Doch trauert es, obwohl es dem Feld der Geisteswissenschaften entspringt, Verpasstem nicht nach. Vielmehr will es dafür werben, das Denken als Designpraxis ernst zu nehmen – und als solche wertzuschätzen! Das Buch tritt für eine aufgeschlossene Haltung gegenüber der oft vorschnell und meist mit Hingabe verschmähten Rhetorik ein.

Schließlich ist sie eines der wichtigsten Gestaltungsmittel, durch das sich das Denken gestalterisch vollzieht. Es mag eine Rheto-

rik ohne Denken geben. Jeder erlebt sie täglich vielfach. Aber wer meint, es gäbe ein Denken ohne Rhetorik, der täuscht sich selbst – liefert doch bereits diese Annahme ein Paradebeispiel angewandter Rhetorik.

Das Buch plädiert in zwei Abschnitten. Der erste enthält eine Zusammenschau einiger Theorien, die sich mit Aufgabe, Wirkung, Risiko und Überforderung des Gedankendesigns beschäftigt haben. An und mit ihnen wird diskutiert, wie Gedankengestaltung begrifflich zu fassen ist, in welchen (historischen) Verwandtschaftsbeziehungen sie steht, wo ihre Chancen liegen. Ein Schwerpunkt ist aber auch ihren Negativneigungen gewidmet: Verleitet das Inszenieren nicht immer auch dazu, Stoffe überstark aufzuladen, sie stets noch ein wenig kraftvoller, wichtiger, umfassender darzustellen?

Den zweiten, anwendenden Teil bilden fünfzehn Designfiguren des Denkens. Positionen aus der Geschichte des Denkens über Medien werden auf die Bauweise ihrer Argumentationen geprüft. Auf die Architektur ihrer Theorien richtet sich das Augenmerk. Denn Beobachter der Medien zeigen sich immer wieder als echte Medienprofis, als Arrangeure besonders prägnanter Gedankengestaltungen. Oft wissen sie wirkungsvoll einzusetzen, was sie zu studieren gewohnt sind. Einige bringen ihre Erkenntnisse sogar ganz gezielt für jenen Markt in Form, auf dem es um die Erzeugung von Überzeugungskraft geht.

Mögen ihnen Hinweise auf Eigenwert und Grenzen des Gedankendesigns zu entlocken sein! Ein wenig spielerisch darf es dabei durchaus zugehen. Denn ohne Lust auf Theater macht Gedankenarbeit doch nur halb so viel Spaß. Ihr Publikum sollte sie jedenfalls nie vergessen.

Daniel Hornuff

München, im August 2014.

THEORIE

**WAS HEISST
DENKEN DESIGNEN?**

1.

DESIGN ENTSCHEIDET

Niemand kann denken, ohne seine Gedanken zugleich in Form zu bringen. Das gilt, wenngleich sich darüber wohl nur spekulieren lässt, für das stumme Denken, für ein Denken, das sich als inneres Sprechen vollziehen mag. Ganz gewiss aber gilt es für dessen Pendant: für das geäußerte, veröffentlichte, vorgetragene, dargebotene, zur Debatte gestellte Denken; für das also, was Friedrich Schlegel einmal das »erscheinende Denken«⁴ genannt hat.

Von diesem zweiten Fall handelt das Buch, von Gedanken, die öffentlich präsentiert werden. Es geht allerdings nicht um das Denken an sich. ›Denken‹ dient hier lediglich als Dachbezeichnung. Es soll die Arbeit des Intellektuellen im Allgemeinen und jene des Geisteswissenschaftlers im Besonderen überspannen. Es liefert den begrifflichen Rahmen für ihre Tätigkeiten, für die Beschreibung von Phänomenen, das Ersinnen neuer Theorien und Thesen, die Führung von Argumenten, die Entfaltung von Begründungen und die Entwicklung ordnender Urteile.

Denken designen wirkt – als Buchtitel allemal! – tonnenschwer. Und nachgerade großspurig. Soll jetzt endlich das Wesen des Denkens aufgeschlossen werden? Um zugleich zu bestimmen, um was

1.

es sich beim Design eigentlich handelt? Und überdies noch dargelegt werden, in welcher Beziehung ›denken‹ und ›designen‹ zueinander stehen?

Die Begriffe glotzen wie zwei riesige Häuserblocks auf weiter Fläche. Es geht daher nicht darum, all den Eigentümern aus der Ideen- und Begriffsgeschichte, die diese Gebäude entworfen, errichtet und ausgebaut haben, durch intimes Kennenlernen gerecht werden zu wollen.

Dass eine solche Analogie ohnehin mangelbehaftet ist, zeigt sich daran, dass dieses Buch von den Gestaltungsmitteln handelt, die das Denken formen. ›Denken‹ und ›designen‹ sind nämlich nicht nebeneinander platziert. Stattdessen wird von einem Ineinander ausgegangen, davon, dass das Designen im Vorgang des Denkens bereits angelegt, dass die Ausformung eines Gedankens als dessen produktive Kraft ihm selbst eingewoben ist. Das Design verhilft dem Denken nicht nur zum Ausdruck, es veräußerlicht nicht bloß.

Vielmehr verleiht es dem Denken, aus ihm heraus wirkend, einen je eigenen Charakter, eine bestimmte Art und Weise, eine ihn auszeichnende Gestalt. Mit dem Philosophen Martin Seel gesprochen, der die Werkzeuge seiner Profession in den Blick nimmt: »Die Sprache der Philosophie ist kein Instrument, durch das ein präexistentes Denken seinen Ausdruck findet, sie ist das Element, in dem ein entstehendes Denken jenen Ausdruck findet, mit dem es seine Existenz *beginnt*«⁵.

Einen weiteren Aspekt ergänzt der Philosoph Norbert Bolz, wenn er festhält, dass »es [...] einem Denken nicht einfach frei[steht], sich mitzuteilen – es muß den rechten Adressaten finden«⁶. Schließlich gehe es »der Sprache nicht um Wahrheit«, denn: »[U]nseren Ausdrucksmittel dienen nur als Semiotik für Relationen«.⁷ Das ›erscheinende Denken‹ leistet Beziehungsarbeit. Es kann – wie jede andere soziale Handlung auch – die Frage nach seiner Form nicht einfach ignorieren.

Ähnlich argumentieren die Herausgeber eines unlängst erschienen Bandes über *Die Stile Martin Heideggers*, wenn sie konstatieren, »dass Denken und Sprache so innig miteinander verwoben

sind, dass die Gedanken von ihrem Ausdruck nicht zu trennen sind«. Erweise sich allein schon deshalb als schwierig, einen Gedanken »bruchlos in eine andere Sprache« zu übersetzen, so zeige sich darin vor allem, »dass der Stil zur Medialität des Gedankens gehört und dass umgekehrt sich jeder Gedanke durch eine bestimmte Form des Sprechens erst artikuliert«. Wer also »anders zu denken sucht«, der müsse sehen, dass das »Anders-sagen selbst zum Modus des Gedankens« gehöre.⁸

Bewusst wird in diesem Zug von einer Praxis der »Durchformungen« gesprochen. Mit ihr deute sich an, dass sich »Denkstile« in der gesamten »Performativität und Medialität des Sprechens« realisieren, ja dass »in einem vollzugshaften Denken« die Inszenierung als solche aufgesucht und eigens zum Thema gemacht werden könne.⁹

Die Rede vom In-Form-Bringen verweist freilich nicht nur auf den Gestaltungsanteil des Denkens. Zugleich dürften Fitnessdimensionen aufgerufen sein, erscheint doch etwas, das außer Form geraten ist, als weniger trainiert, möglicherweise schwerfällig oder gar behäbig, jedenfalls in seiner Leistungskraft gemindert. Die Gestaltungsarbeit des Intellektuellen ist von appellativem Charakter: Du musst zwar nicht gleich dein ganzes Leben ändern – aber zumindest doch nach Schwächen im Designapparat deines Denkens Ausschau halten!

Einmal aufgespürt, sind sie mit einem Mehr an Wendigkeit, Ausdauer und Wettkampfhärte zu versehen. Übungen sind dabei ebenso unerlässlich wie sich Rückschläge, Falschbelastung, Verspannungen und Übertraining kaum vermeiden lassen. Umso mehr gilt: Das Denkvermögen der Geisteskraft hängt wesentlich vom Fitnesszustand ihrer Ausdrucksmittel ab.

Das »erscheinende Denken« ist dem formenden Designen nicht zu entheben. Wer Gedanken öffentlich kundtut, wer eigene Theorien anderen Theorien beistellt, wer Thesen vorschlägt oder neue Begründungszusammenhänge knüpft, der gibt auch Auskunft über getroffene Designentscheidungen. Dass diese bewusst, halb bewusst oder gar nicht bewusst zustande kommen können – und welche Möglichkeiten und Risiken sich jeweils stellen –, auch davon handelt das Buch.

2.

DINGDESIGN UND GEDANKENDESIGN

Untersucht werden fünfzehn Designformen des Denkens; und zwar an Texten aus der Geschichte des Denkens über Medien. Intellektuelle und Wissenschaftler, die sich mit der Wirkungsweise von Medien, insbesondere jener der Massenmedien, beschäftigen, erweisen sich immer wieder als höchst gestaltungsfreudige Denker. Oft schlägt sich das, was sie an ihrem Material beobachtet haben, in gesteigerter Lust am eigenen Gedankendesign nieder. In der Darlegung ihrer Ergebnisse bemühen sie sich dann ihrerseits um avancierte Formen medialer Präsentation.

Auf Kommentatoren, Analytiker und Theoretiker der Medien trifft verschärft zu, was der Wissenschaftshistoriker Peter Weingart als Tendenz moderner Wissenschaft ausgemacht hat: »Indem sie auf die Erwartungen der Öffentlichkeit reagiert und sich anzupassen sucht, ›konstruiert‹ sie diese, ihre Öffentlichkeit«. Man könne »von einer *Wissenschaft der Öffentlichkeit*« insofern sprechen, als sich wissenschaftliches Denken »medialisiert«. Weingart arbeitet heraus, wie »zumindest in Ausnahmefällen [...] wissenschaftliche und mediale Kommunikationen miteinander« konkurrieren¹⁰ – bis dahin, dass das Gedankendesign des Theoretikers mit dem Displaydesign des Massenmediums um das »Aufmerksamkeitsmonopol« zu ringen beginne.¹¹

Dass sich nachfolgend Texte – und nicht etwa persönliche Auftritte in Vorträgen, auf Symposien, bei Interviews oder in bildlichen Selbstdarstellungen – als Anschauungsmaterial finden, hängt mit einem Umstand zusammen, den der Philosoph Hermann Gießing in einem 1967 erschienenen, wunderbar unaufgeregten Buch zum Thema *Denkstil. Beschreibung und Deutung der Denkformen* dargelegt hat: »In der Schreibe ist dem Anschauenden meist die Zeit gegeben, den Ausdruck sowohl nach gattungseigenen Stilformen als auch nach ästhetischen Prinzipien und in Richtung auf größtmögliche Deutlichkeit und Verständlichkeit für den Mitteilungspartner zu gestalten«. Da »in einer Rede [...] vieles ausgesprochen« werde, »was in einer Schreibe ungesagt bleibt«, erwiesen sich Texte in er-

höchtem Maß als geronnene, strategisch zugeschnittene Designstücke. Sie seien daher besonders geeignet, um »Formmerkmale der Anschauung« herauszufiltern und einer Prüfung zu unterziehen.¹²

Wo es um solche »Formmerkmale« geht, ist das Fach Kunstwissenschaft gefordert – und entsprechend betrachte ich das Thema als Kunstwissenschaftler. Denn aus Perspektive dieser Disziplin erscheint es mir wie von einem Zwiespalt durchzogen:

Auf der einen Seite beschäftigt sich die Kunstwissenschaft historisch versiert und methodisch ausgefeilt mit Formen. Kunstwissenschaftler studieren ästhetische Eigenheiten, Darstellungsweisen und Stilentwicklungen. Überwiegend konzentrieren sie sich auf Gemälde und Bauwerke, auf Skulpturen, Videoarbeiten und Performances, auf ganze Ausstellungs- oder Museumsprojekte, überdies auch auf populäre Bilder – und damit ebenso auf die Medien, über die sich Werke realisieren, materialisieren, in Wahrnehmbarkeit überführen lassen.

Zum Kern- und Tagesgeschäft von Kunstwissenschaftlern gehört also das Aufspüren und Vergleichen, Beschreiben und Kontextualisieren designter Oberflächen. Bei *Übungen vor Originalen* besuchen Studienanfänger des Fachs Museen, um an Ort und Stelle, in Konfrontation mit einem Objekt dessen Machart, handwerkliche Ausführung und räumliche Wirkung zu durchdringen. Sie trainieren ihr Urteil über Inszenierungen und lernen, wie der Einfluss verwendeter Mittel zu gewichten ist, ob sich mit ihnen Einsichten herstellen oder nur Erinnerungen an bekannte Muster verbinden lassen.

Doch was sie nicht besuchen können, das sind *Übungen am Gedankendesign*. Die Beschäftigung begleitender Texte erfahren sie als Nachvollzug bereitgestellter Inhalte. Wie diese aber gebaut und geformt, stilisiert und mit Effekten versehen, dramaturgisch lanciert und rhetorisch nuanciert werden, spielt entweder eine untergeordnete oder gar keine Rolle. In Texten hinterlegte Gedanken erscheinen als Reservoir des Sinns – und nur am Rande, in Ausnahmefällen als Resultate gestalterischer Aktivitäten.

Und hier öffnet sich der Zwiespalt: Warum werden materielle Dinge (die der Kunst etwa) ganz selbstverständlich als Objekte der

3.

Gestaltung gewürdigt? Die des Denkens hingegen oft noch nicht einmal als solche thematisiert? Käme es nicht gerade der Kunstwissenschaft gelegen, eine geschärfte Beobachtung für die Bauweise von Interpretationen auszubilden? Zu untersuchen, wie der Blick auf Dinge durch Formen ihrer Deutungen vorgeprägt ist? Dass also die Begutachtung von Objektgestaltungen auch Folge jener Gedankengestaltungen ist, welche die Dinge umgeben? Und die ihnen überhaupt erst eine Rezeptionsgeschichte verschaffen, ihnen eine Überlieferung sichern?

3.

FAKULTÄT FÜR GEDANKENDESIGN

Das Ausströmen dieser Fragen in das Feld der Erkenntnistheorie deutet an, dass die Kunstwissenschaft keinen Sonderfall darstellt. Denn nicht nur der wissenschaftlichen Beschäftigung mit Kunst und ihr nahestehender Bereiche mangelt es an einer ernsthaften und entsprechend breiten Auseinandersetzung mit der Inszenierung von Gedanken.

Nochmals an die eigene Nase gefasst: Vernachlässigen wir Geisteswissenschaftler nicht generell und allzu selbstgewiss die Überprüfung unserer Designaktivitäten? Jedenfalls verfügen wir über keine entwickelte Analysekultur, aus der heraus wir uns der Gestaltung von Theorien, dem Sound von Thesen, der Komposition von Argumenten, der Architektur unserer Erkenntnisbildungen widmen könnten.

Nahezu vollständig aus dem Blick geraten performative Sekundärtugenden, wie sie bei öffentlichen Auftritten zur Anwendung kommen: wie sich Vortragstechniken im Lauf ihrer Geschichte verändert haben¹³, wie die Buchpräsentation zum Designrepertoire von Geisteswissenschaftlern aufgestiegen ist, wie sich Lehr- und Vorlesungsstile¹⁴, Gelehrtenposen und andere Selbstdarstellungsformen entwickelt haben, ja welche Rolle der Körperlichkeit des Denkens in Hörsälen, auf Bildern und Podien, in Fernsehsendungen oder Hörfunkbeiträgen zufällt und wie all diese Gestaltungen die wechselvollen Images des ›erscheinenden Denkens‹ mitgeformt haben.¹⁵

Folglich liegt kein orientierendes Methodenspektrum vor, mit dessen Hilfe diesem ausgreifenden Thema beizukommen wäre. Trotz der nach wie vor steigenden Zahl jährlicher Neuerscheinungen aus dem Bereich der Geisteswissenschaften gönnen wir uns nur wenig Raum, um einen Schritt zurückzutreten und das Publizierte, Präsentierte, Vorgetragene, Interviewte, Gesendete und Dargestellte als Resultate kultivierter Gestaltungsimpulse zu betrachten.

»Meiner Ansicht nach«, beobachtet der Wissenschaftshistoriker Ernst Peter Fischer 1997 in einer Universitätsrede über die ästhetische Dimension einer *Wertvolle[n] Wissenschaft*, »steckt hier die Wurzel für die Schwierigkeiten, auf die Wissenschaft heute zunehmend trifft. Sie versucht, alle Erkenntnis durch Begriffe zu bekommen, ohne die sinnliche Erfahrung der Welt ernst zu nehmen, und zwar als Erfahrung«. ¹⁶ Und in einem jüngeren Beitrag zum Thema stellt er fest: »Tatsächlich haben wissenschaftliche Publikationen vor allen Dingen dann eine durchschlagende Wirkung auf die Forschung, wenn sie nicht nur inhaltlich von großer Bedeutung, sondern zugleich auch unter dem Aspekt der Form auffällig sind«. ¹⁷

Was nach einer neoromantischen Verklärung intuitiver Welter-schließungen klingt, ist für Fischer von methodischer Kohärenz: Vor der Ausprägung eines Forschungsinteresses steht die Begegnung des Theoretikers mit der Wirklichkeit. Aus seinen subjektiv geprägten Erfahrungen leitet er ab, was sich in seiner Arbeit als ein Umdeuten der »Wirklichkeit in eine Werttatsache« ¹⁸ beschreiben ließe.

Die Frage, wie Gedanken ausgeformt werden, weil sie Ausdruck eines interessegeleiteten Ichs – und nicht Produkte einer Objektivierungsmaschine – sind, ruht im blinden Fleck der Geisteswissenschaften. Ausnahmen (auf die zurückzuzukommen sein wird!) bestätigen die Regel. Hinter dem Wunsch, bestehende Inhalte zu erschließen, um neue generieren zu können, verkümmert das Bedürfnis, ihre Oberflächenbeschaffenheit zu beobachten. Bräuchte es also nicht die Gründung einer Fakultät zur Erforschung intellektuellen Gedankendesigns?

Eine solche Einrichtung könnte eine Reihe ideen- und begriffsgeschichtlicher, philosophischer, kunst- und medienwissenschaft-