

Social Design (Hamburg, 9–10 May 14)

Museum für Kunst und Gewerbe, Hamburg, 09.–10.05.2014

Eingabeschluss : 24.02.2014

www.gfdg.org

Prof. Dr. Siegfried Gronert

Call for Papers

Social Design: Geschichte, Praxis, Perspektiven

Eine Tagung der Gesellschaft für Designgeschichte und des Museums für Kunst und Gewerbe, Hamburg

Social Design hat in den letzten Jahren einen regelrechten Boom erfahren und erscheint omnipräsent. Aktuell wird Social Design geradezu inflationär als eine Art „greenwashing-Begriff“ für einen Großteil unspezifischer designerischer Aktivitäten und Produktion disqualifiziert. Social Design scheint in diesem Kontext einen kulturellen Mehrwert zu bieten, aus dem sich zugleich ein ökonomischer Gewinn abschöpfen lässt.

Diese Praxis verstellt den Blick auf die Tatsache, dass sich Design über seine funktional-ästhetische Wirkungsmacht hinauswachsend in den letzten Jahren weltweit zu einer immer wichtigeren Säule einer nachhaltigen, sozial-politischen Agenda entwickelt.

Aber was macht die soziale Dimension im Design aus? Welches Potenzial besitzt Social Design? Hat Social Design eine Geschichte? Können wir von einer Theorie des sozialen Designs sprechen?

Der Begriff des „Social Design“ konzentriert sich auf verschiedene Aspekte, die das Soziale des Designs betreffen. Seine heutige Relevanz erhielt der Begriff zuerst in den 1970er Jahren im Zusammenhang mit der Bürgerbeteiligung in der Architektur sowie in den Diskussionen um die Einbindung der Lebenswelt in die Gestaltung: „Sozio-Design ist also Entwurf und Realisation von Formen der Lebensorganisation für Einzelne und Gruppen von Mitgliedern unserer Gesellschaft.“ (Bazon Brock, 1977). Mittlerweile haben die theoretischen Konzepte zu den sozialen Wechselwirkungen zwischen Gegenständen und Menschen mit den „cultural studies“, der „material culture“ und der ANT (Akteur-Netzwerk-Theorie) eine enorme wissenschaftliche Vertiefung und Ausweitung erfahren. Gleichzeitig sind in der Praxis zunehmend Produzenten und Benutzer aktiv in den Designprozess einbezogen worden.

Historisch betrachtet hat das Soziale der gestalteten Dinge von Beginn an - seit den Reformbewegungen im 19. Jahrhundert - die Zielsetzungen des Designs geprägt. Somit lässt sich an den unterschiedlichen Vorstellungen bis heute eine Geschichte des Sozialen im Design rekonstruieren. Dabei wird häufig unterstellt, dass in der Vergangenheit die klassische Moderne das Soziale den Bedingungen der Produktion sowie einem ästhetischen Dogmatismus unterworfen habe.

Neben der Geschichte und Theorie des Sozialen im Design soll die aktuelle gestalterische Praxis

des Social Design einen weiteren Schwerpunkt der Tagung bilden (vgl. Kunstforum International, Bd. 207, März-April 2011). Das Spektrum reicht von den Gartenstädten des 19. Jahrhunderts über Victor Papaneks „Design for a real world“ bis zu aktuellen sozialen Designprojekten. Wir möchten in einem Dialog zwischen Wissenschaft und Gestaltung zu einer kritischen Diskussion über die gestalterischen Perspektiven eines sozial orientierten Designs beitragen.

Die Tagung Social Design. Geschichte. Praxis. Perspektiven unterzieht den Begriff einer inhaltlichen Revision und fragt nach der aktuellen Relevanz in der gesellschaftlichen Praxis. Die kritische historische und theoretisch fundierte Betrachtung soll dazu beitragen, die Perspektiven für ein sozial orientiertes Design besser einzuschätzen.

Die Beiträge sollten auf eines der folgenden Themen fokussieren:

1. Geschichte des Social Design
2. Theorie des Social Design: Social Design als Disziplin
3. Praxis des Social Design: Wie sehen die Handlungsfelder aus? Wo befinden sich die Inkubatoren? Welche Rolle spielt die Ausbildung, welche Rolle spielen die Designer, welche Rolle die Institutionen?
4. Perspektiven des Social Design: Welches sind die Wirkungsweisen von Social Design? Welchen Anteil kann Design als Katalysator gesellschaftlicher Transformationsprozesse haben? Welche Bedeutung besitzt Design in der internationalen politischen Agenda?
5. Wie kann Social Design ausgestellt werden? Ausstellungen sozial orientierter Gestaltungen erfordern andere Herangehensweisen als eine Schau der schönen Dinge, die in Vitrinen ihrer Betrachtung harren.

Die Beteiligung erfolgt in Form von Vorträgen sowie Arbeitsberichten aus der Praxis von ca. 30. Minuten.

Bitte senden Sie ein Abstract mit max. 1700 Zeichen und eine Kurzbiografie bis zum 24. Februar 2014 an: info@gfdg.org

Organisation: Claudia Banz (Museum für Kunst und Gewerbe); Siegfried Gronert, Wolfgang Schepers, Petra Eisele (Gesellschaft für Designgeschichte / GfDg)

Informationen zur Gesellschaft für Designgeschichte e. V. unter: www.gfdg.org

Informationen zum Museum für Kunst und Gewerbe in Hamburg unter: www.mkg-hamburg.de

Quellennachweis:

CFP: Social Design (Hamburg, 9-10 May 14). In: ArtHist.net, 09.01.2014. Letzter Zugriff 18.12.2025.

<<https://arthist.net/archive/6738>>.