

Die Designwissenschaft – ein Momentum der Performanz der Sozioökonomie

Harald Teves

**Die Designwissenschaft – ein Momentum
der Performanz der Sozioökonomie**

Bibliografische Informationen der Deutschen Nationalbibliothek

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



Qualität für Menschen

Die vorliegende Forschungsarbeit inkludiert die Designwissenschaftslehre der Universität Essen Gesamthochschule – und ist vom Landschaftsverband Rheinland, Dezernat Kultur und Landschaftliche Kulturpflege gefördert worden.

ISBN 978-3-96138-148-7

© 2019 Wissenschaftlicher Verlag Berlin

Olaf Gaudig & Peter Veit GbR

www.wvberlin.de / www.wvberlin.com

Alle Rechte vorbehalten.

Dieses Werk ist urheberrechtlich geschützt.

Jede Verwertung, auch einzelner Teile, ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig. Dies gilt insbesondere für fotomechanische Vervielfältigung sowie Übernahme und Verarbeitung in EDV-Systemen.

Druck und Bindung: SDL – Digitaler Buchdruck, Berlin

Printed in Germany

€ 24,00

Inhaltsübersicht

Die Zusammenfassung	9
1. Die Einleitung.....	11
2. Die Sozioökonomie	15
2.1 Die Formate der Gesellschaft und der Wirtschaft – Korrelate der Sozioökonomie	16
2.2 Die Attribute der Formate der Gesellschaft und der Wirtschaft.....	18
2.2.1 Das Grundmuster der sozioökonomischen Ordnung	20
2.2.2 Die Formate der Gesellschaft und der Wirtschaft als korrelierende Fraktale eines Ganzen	21
2.2.3 Die Innovationsorientierung.....	22
2.2.4 Die Zukunftsorientierung	24
2.2.5 Die Ganzheitlichkeitsorientierung	25
2.2.6 Die akkumulativ-systemische Funktion.....	27
2.2.7 Die bereichsübergreifende Interaktion.....	29
2.2.8 Die Sozioökonomie 4.0	31
2.3 Die validierten Indikationen der Attribute der Formate der Gesellschaft und der Wirtschaft.....	33
2.4 Die evaluierten Kriterien der Attribute der Formate der Gesellschaft und der Wirtschaft.....	35
2.5 Die Deduktion in Kohärenz der validierten Indikationen und der evaluierten Kriterien der Attribute der Formate der Gesellschaft und der Wirtschaft.....	37
2.6 Die kohärente Bibliografie	38
3. Die Wissenschaftsorientierung.....	41
3.1 Die Wissenschaftsorientierung der Sozioökonomie	42
3.2 Die Attribute der Wissenschaftsorientierung der Sozioökonomie.....	43
3.2.1 Das wissenschaftsorientierte Agieren	45
3.2.2 Das Spannungsfeld des divergent motivierten und des konvergent orientierten Denken und Handelns	46

3.2.3	Die Notwendigkeit der ständigen Transformationsfähigkeit der Sozioökonomie.....	47
3.2.4	Die ganzheitlich orientierte Identifikation und Interpretation der Potenziale des Fortschritts.....	49
3.2.5	Traditionelle und innovative Wissenspotenziale in der Konstellation des Wirkens der freien Kräfte des Wettbewerbs.....	51
3.2.6	Das Wissen schaffende und Wissen anwendende Agieren und Interagieren	52
3.2.7	Die digitale Wissensgesellschaft	53
3.3	Die validierten Indikationen der Attribute der Wissenschaftsorientierung der Sozioökonomie.....	54
3.4	Die evaluierten Kriterien der Attribute der Wissenschaftsorientierung der Sozioökonomie.....	56
3.5	Die Deduktion in Kohärenz der validierten Indikationen und der evaluierten Kriterien der Attribute der Wissenschaftsorientierung der Sozioökonomie.....	58
3.6	Die kohärente Bibliografie	59
4.	Die Kreativität	61
4.1	Der Beginn der modernen Kreativitätsforschung	62
4.2	Die Attribute der Entwicklung von Kreativitätspotenzialen	63
4.2.1	Die Synektik.....	65
4.2.2	Die soziale Kreativität	66
4.2.3	Die Vier-Phasen-Methodik.....	67
4.2.4	Die Antizipation	68
4.2.5	Die multidimensionale Wahrnehmung.....	69
4.2.6	Die morphologisch orientierte Analytik	71
4.2.7	Die Bisoziation.....	71
4.2.8	Die virtuell erweiterte Wahrnehmung	73
4.2.9	Die synergetische Orientierung	73
4.3	Die validierten Indikationen der Attribute der Entwicklung von Kreativitätspotenzialen.....	75
4.4	Die evaluierten Kriterien der Attribute der Entwicklung von Kreativitätspotenzialen.....	77

4.5	Die Deduktion in Kohärenz der validierten Indikationen und der evaluierten Kriterien der Attribute der Entwicklung von Kreativitätspotenzialen	80
4.6	Die kohärente Bibliografie.....	82
5.	Die Designwissenschaft / die Designphilosophie.....	85
5.1	Die Designwissenschaftslehre.....	86
5.2	Die Attribute der Designwissenschaft / der Designphilosophie	90
5.2.1	Die semiotische Qualität des Design.....	91
5.2.2	Design als Form	92
5.2.3	Das Selbstverständnis des Design.....	94
5.2.4	Design als soziokulturelles Phänomen.....	96
5.2.5	Konzept und Form	98
5.2.6	Konzept und Dialog	99
5.2.7	Design als sozioökonomisches Momentum	100
5.3	Die validierten Indikationen der Attribute der Designwissenschaft / der Designphilosophie	101
5.4	Die evaluierten Kriterien der Attribute der Designwissenschaft / der Designphilosophie	102
5.5	Die Deduktion in Kohärenz der validierten Indikationen und der evaluierten Kriterien der Attribute der Designwissenschaft / der Designphilosophie	103
5.6	Die kohärente Bibliografie	105
6.	Die Designwissenschaft / das Designmanagement.....	107
6.1	Die Attribute der Designwissenschaft / des Designmanagements.....	108
6.1.1	Corporate Identity	110
6.1.2	Marketing.....	112
6.1.3	Die multidisziplinär orientierte Designprozessgestaltung	113
6.1.4	Das archetypische Leitbild der multidisziplinär orientierten Designprozessgestaltung	116
6.1.5	Das zweite Leitbild der multidisziplinär orientierten Designprozessgestaltung	121
6.1.6	Das dritte Leitbild der multidisziplinär orientierten Designprozessgestaltung	126

6.1.7	Die symbiotische Reflexion der Leitbilder der multi- disziplinär orientierten Designprozessgestaltung	129
6.2	Die validierten Indikationen der Attribute der Designwissenschaft / des Designmanagements	132
6.3	Die evaluierten Kriterien der Attribute der Designwissenschaft / des Designmanagements	133
6.4	Die Deduktion in Kohärenz der validierten Indikationen und der evaluierten Kriterien der Attribute der Designwissenschaft / des Designmanagements	135
6.5	Die kohärente Bibliografie	138
7.	Die Schlussbetrachtung	139
8.	Die Bibliografie	145