

Lanig / Staudenrausch / Langner / Rauth / Sippel

Visuelle Wahrnehmung und Gestaltung

Verfasser*innen

Prof. Dr. Andreas Ken Lanig

Dipl.-Designer (FH), M.A.

Prof. Tilo Staudenrausch

Dipl.-Designer (FH)

Antje Langner

Dipl.-Designerin (FH)

Andreas Rauth

Dipl. Kommunikationswirt

Prof. Fabian Sippel

Dipl.-Redakteur, M.A.

Mit Einleitungen von

Prof. Dr. Andreas Ken Lanig für ‚Kommunikationsdesign‘

Dipl.-Designer (FH), M.A.

Karina Michaelis für ‚Craft Design‘

M.A. Produktdesign

Prof. Fabian Sippel für ‚Technische Redaktion und Informationsdesign‘

Dipl.-Redakteur, M.A.

© by DIPLOMA Private Hochschulgesellschaft mbH

Das Werk ist urheberrechtlich geschützt. Die dadurch begründeten Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung und Verbreitung sowie der Übersetzung und des Nachdrucks, bleiben, auch bei nur auszugsweiser Verwertung, vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form ohne schriftliche Genehmigung reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

DIPLOMA Hochschule

University of Applied Sciences

Am Hegeberg 2

37242 Bad Sooden-Allendorf

Tel. +49 (0) 56 52 58 77 70, Fax +49 (0) 56 52 58 77 729

Der Inhalt dieses Studienheftes unterscheidet sich von einem Lehrbuch dadurch, dass er für das Selbststudium besonders aufgearbeitet ist.

Die Bearbeitung eines Studienheftes beginnt in der Regel mit einer Information über den Inhalt des Lehrstoffes. Diese Auskunft gibt Ihnen das Inhaltsverzeichnis.

Bei dem Vertrautmachen mit neuen Inhalten finden Sie immer Begriffe, die Ihnen bisher unbekannt sind. Die wichtigsten Fachbegriffe dieses Studienheftes werden Ihnen übersichtsmäßig in einem dem Inhaltsverzeichnis nachgestellten Glossar erläutert.

Dem Inhalt dieses Studienheftes bzw. größerer Lernabschnitte sind Lernziele vorangestellt. Sie dienen als Orientierungshilfe und ermöglichen Ihnen nach Durcharbeitung des Materials, Ihren eigenen Lernerfolg zu überprüfen.

Setzen Sie sich aktiv mit dem Text auseinander, indem Sie sich wichtiges und weniger wichtiges mit farbigen Stiften kennzeichnen. Betrachten Sie dieses Studienheft nicht als „schönes Buch“, das nicht verändert werden darf. Es ist ein Arbeitsheft, mit dem und in dem Sie arbeiten sollen.

Zur schnelleren Orientierung haben wir Merksätze bzw. besonders wichtige Aussagen durch Fettdruck und / oder Einzug hervorgehoben.

Lassen Sie sich nicht beunruhigen, wenn Sie Sachverhalte finden, die zunächst für Sie noch unverständlich sind. Diese Probleme sind bei einer ersten Begegnung mit einem neuen Stoff ganz normal.

Nach jedem größeren Lernabschnitt haben wir Übungsaufgaben, die mit „SK = Selbstkontrolle“ gekennzeichnet sind, eingearbeitet. Sie sollen der Vertiefung und Festigung der Lerninhalte und vor allem der Selbstkontrolle dienen.

Versuchen Sie, die ersten Aufgaben zu lösen bzw. die Fragen zu beantworten. Dabei werden Sie teilweise feststellen, dass das dazu erforderliche Wissen nach der ersten Durcharbeit des Lehrstoffes noch nicht vorhanden ist. Gehen Sie nun nochmals diesen Inhalten nach, d.

h., durchsuchen Sie das Studienheft gezielt nach den erforderlichen Informationen.

Bereits während der Bearbeitung einer Frage sollten Sie die eigene Antwort schriftlich festhalten. Lösungsangebote werden im Rahmen der Präsenzveranstaltungen diskutiert und ggf. im Online-Campus (unter der betreffenden Kursbezeichnung) bekannt gegeben.

Stellen Sie dabei fest, dass Ihre eigene Antwort unvollständig oder sogar falsch ist, müssen Sie sich nochmals um die Aufgabe bemühen. Versuchen Sie, jedes Thema dieses Studienheftes zu verstehen. Es bringt nichts, Wissenslücken durch Umblättern zu beseitigen. In vielen Studienfächern baut der spätere Stoff auf vorhergehendem auf. Kleine Lücken in den Grundlagen verursachen deshalb große Lücken in den Anwendungen.

Jedes Studienheft enthält Literaturhinweise. Sie sollten diese Hinweise als ergänzende und vertiefende Literatur bei Bedarf zur Auseinandersetzung mit der jeweiligen Thematik betrachten. Finden Sie auch nach intensiver Durcharbeit keinen Weg zu befriedigenden Antworten auf Ihre Fragen, geben Sie nicht auf. In diesen Fällen wenden Sie sich schriftlich oder fernmündlich an uns. Wir stehen Ihnen mit Ratschlägen und fachlicher Anleitung stets zur Seite.

Wenn Sie ohne Zeitdruck studieren, sind Ihre Erfolge größer. Lassen Sie sich also nicht unter Zeitdruck setzen. Pausen sind wichtig für Ihren Lernfortschritt. Kein Mensch ist in der Lage, stundenlang ohne Pause konzentriert und nutzbringend zu arbeiten. Machen Sie also auch mal Pause! Es kann eine Kurzpause mit einer Tasse Kaffee sein, eventuell aber auch ein Spaziergang in frischer Luft, der Ihnen erst einmal wieder etwas Abstand von Ihren Studienthemen bringt.

Wir wünschen Ihnen viel Erfolg bei der Bearbeitung dieses Studienheftes.

Ihre

DIPLOMA Private Hochschulgesellschaft mbH

Grafik-Design ist die handwerkliche Basis des Kommunikationsdesigns. Wenn wir uns mit Grafik beschäftigen, geht es uns um die Grundelemente der visuellen Kommunikation, angefangen von dem Punkt, der Linie und der Fläche.

Aus diesem Grund ist „Visuelle Wahrnehmung und Gestaltung“ eine Lehrveranstaltung, die auf eigenes Wahrnehmen und Gestalten verwiesen ist. Es ist damit keine Theorieveranstaltung, sondern die erste und daher wohl wichtigste praktische Grundlagenveranstaltung.

Dieses Studienheft fällt in die Kategorie „Kompendium“. Das bedeutet, es stellt die literarischen Positionen, methodischen Handreichungen und Impulse für das selbstorganisierte Studium zur Verfügung. Es ist damit nicht in erster Linie ein in Lektionen aufgebauter Kurs, sondern eine für die Begleitung des Praxisseminars vorgesehene Textressource. Durch die unterschiedliche Herkunft dieser aus Sicht der Autorinnen und Autoren wertvollen Textressourcen kommen unterschiedliche literarische Stile zusammen. Es ist absehbar, dass Sie als Studentin oder Student in eine Spannung oder Reibung geführt werden. Begreifen Sie dies als Energie, die Sie in der praktischen Anwendung und Umsetzung entfalten sollen.

In diesem Punkt unterscheidet sich die erste, größere Lehrveranstaltung von der begleitenden Theorieveranstaltung „Zeichentheoretische Grundlagen des Kommunikationsdesigns“. Dort geht es stärker um die begrifflichen Kontexte der Kommunikations- und Bildtheorie dieser visuellen Zusammenhänge.

Gemeinsam ist diesen beiden Lehrveranstaltungen das Ziel, die visuelle Kommunikation als Kulturgeschichte des Sehens begreifbar zu machen. Einerseits aus der Richtung der eigenen Wahrnehmung und andererseits aus der Richtung der Geschichtlichkeit und der Begriffe.

Beide Lehrveranstaltungen arbeiten auf das Ziel hin, die Gestaltung selbst von einer intuitiven Basis ausgehend zu objektivieren und mit Konzepten aus der Kulturgeschichte sowie Lernergebnissen aus eigenen Experimenten anzureichern.

Zum besseren Verständnis ist in Kapitel 2 und 3 die Vermittlung einiger spezieller Zusammenhänge der Wahrnehmungspsychologie vorgesehen. Danach beginnt das Studienheft mit den kleinsten Einheiten der visuellen Kommunikation, den aus Punkt, Linie und Fläche gebildeten Zeichen (Kapitel 4), und entwickelt diese zu einer „visuellen Grammatik“ (Kapitel 5) weiter.

So schließt das Heft mit einer Begleittheorie, die auf die jeweiligen Übungen und Praxisprojekte bezogen ist und hat damit ganz bewusst das eigene „Zeichen machen“ (Kapitel 6) im Sinn.

So steht dieses Heft als Grundlagenwerk und als Impuls für das Zutrauen und Vertrauen in die eigene Empfindungsfähigkeit.

Daraus sollen Sie in den praktischen Übungen eine objektivierbare und damit professionalisierbare Kompetenz entwickeln, Zeichen aus ihrer Geschichtlichkeit zu verstehen, über Fachsprache darüber sprechen zu können und im Ergebnis Methoden anwenden, um eigene Zeichen zu schaffen.

Im Studiengang Craft Design B.A. an der DIPLOMA Hochschule ist das Modul „Visuelle Wahrnehmung und Gestaltung“ (vormals Semantik) ein essenzieller Bestandteil im Studienverlauf. Im ersten Semester bildet das Fach den Grundstein für wesentliche Themen, die über die gesamte akademische Ausbildung hinweg ihren Einsatz finden und stetig in Projekten ausgereift werden. Dazu gehört die Schulung der eigenen Wahrnehmung, die korrekte Anwendung von Merkmalen, Prinzipien und Gesetzen der Gestaltung sowie die Umsetzung der Zeichentheorie in die Praxis und die kontinuierliche Implementierung in Designprozesse.

Die Anforderungsbereiche des gestaltenden Handwerks sind umfassend. Insbesondere werden die Wirkung und die Qualität der erschaffenen Arbeiten aus den diversen Gewerken, z. B. des Tischlers/der Tischlerin, kritisch bewertet, da die Gesamterscheinung sowie die schlüssige Ausarbeitung an erster Stelle wahrgenommen werden. Letztendlich entscheiden der erste Eindruck und die Homogenität der einzelnen Bauelemente über die Wirtschaftlichkeit des realisierten Entwurfs und des Unternehmens. Der Wahrnehmungsprozess und die bewusste Verarbeitung von Informationen und Reizen sind grundlegende Entwurfskompetenz; dies schult die Genauigkeit und den sensiblen Umgang innerhalb des Gestaltungsprozesses – für ein figuratives Werkstück und weiterführend für dessen Marktauftritt.

Unumgänglich und nahezu in allen gestalterischen Fachbereichen wird die Thematik der „Grundformen“ in die Designlehre eingebunden. Uns begegnen u. a. Kreise, Dreiecke, Rechtecke in vielen Bereichen unseres Alltages und natürlich in der Designwelt. Grundformen sind in sich invariabel und besitzen ihren persönlichen semantischen Bedeutungsgehalt. In der Gestaltung, genauer in den handwerklichen Prozessen, kann dieser Bedeutungsgehalt bewusst als Wirkfaktor transformiert und eingesetzt werden. Die Auseinandersetzung ist daher von hoher Bedeutung für eine gute manuelle wie digitale gestalterische Umsetzung und hat ebenso

Einfluss auf das spätere Sentiment gegenüber dem Werkstück. Die Verbindung von handwerklicher und gestalterischer Qualifikation kann eben durch genau diese „einfachen“ Grundformen und Strukturen geerdet und je nach Auftrag in ihrer Komplexität gesteigert werden.

Eines der Studienziele des Craft Design Studiums und der späteren Absolvent:innen ist es, eine Schnittstelle zwischen Design und Handwerk zu bilden. Eine spannende Herausforderung für die Studierenden und heute mehr denn je eine zentral benötigte Konstante. Diese Verbindung bedeutet Verantwortung und die gekonnte Verwendung von Regeln der Gestaltung, – die so genannten Gestaltgesetze und Prinzipien in der Gestaltung. Diese finden u. a. Einsatz in der Kreation des eigenen Labels. Dazu gehören die Gestaltung eines überzeugenden Layouts für z. B. Flyer, die Schaffung eines eigenen Logos und darüber hinaus der repräsentative Webauftritt im Handwerk. Einige Gesetze haben nicht nur einen Bezug zu grafischen Ausarbeitungen, sondern ebenso zu plastischen Artefakten. Hier ist u. a. auch eine geschickte Reduktion auf das Wesentliche, die Organisation einer visuellen Ordnung sowie der überlegte Einsatz von Texturen und Kontrasten gefragt. Die Gestaltpsychologie ist in dem Studienheft „Visuelle Wahrnehmung und Gestaltung“ ein wichtiger Baustein für die akademische Ausbildung der Craft Designer:innen und baut sprichwörtlich Brücken zu themenübergreifenden Modulen und Kursen.

Resümierend ist damit nur ein kleiner Einblick in die Relevanz von Semantik in und nach dem Craft Design Studium aufgezeigt. Die Gestaltungskompetenz der Craft Designer:innen wird speziell durch die genannten Teilbereiche in der akademischen Bildung komplettiert und stellt das Fundament für eine bewusste Anwendung von Visualität und Wahrnehmung dar. Die maßgeblichen Bezüge, und da wird auch die Differenzierung zu den anderen Studiengängen sichtbar, umfassen zweidimensionale sowie dreidimensionale Projekte in Form von handwerklich gearbeiteten Werkstücken im Raum.

Im Studiengang Technische Redaktion und Informationsdesign B.A. an der DIPLOMA Hochschule ist das Modul „Visuelle Wahrnehmung und Gestaltung“ für den Studienverlauf ein essentieller Bestandteil der grafischen Entwicklung der Studierenden.

Das Studienfach bildet im ersten Semester einen von drei wichtigen Grundsteinen für die Realisierung zukünftiger Projekte. Die visuelle Ausgestaltung von Benutzerinformationen sowie die journalistischen und linguistischen Grundlagen der Textkommunikation und das naturwissenschaftlich-technische Überblickswissen und Verstehen von komplexen Sachverhalten sind die Basis einer erfolgreichen akademischen Ausbildung.

Das Modul Visuelle Wahrnehmung und Gestaltung fördert die individuelle Wahrnehmung, die korrekte Anwendung von Gestaltfaktoren und -prinzipien sowie die Realisierung von Zeichentheorie in der Praxis und die kontinuierliche Implementierung in das Informationsdesign im Rahmen der Anwendung in der technischen Redaktion.

Schon heute ist ein:e technische:r Redakteur:in nicht mehr nur jemand, der/die Bedienungsanleitungen für Produkte linguistisch aufbereitet. Heute sind technische Redakteur:innen Informationsarchitekt:innen. Sie jonglieren mit verschiedensten Medien, bewegen sich spielend zwischen Online- und Offline-Welten und haben stets die User Experience ihrer Zielgruppe im Blick.

Das Modul Visuelle Wahrnehmung und Gestaltung legt das wissenschaftliche Fundament unter anderem für das Entwickeln von Lösungen mit induktiven und deduktiven Methoden, die Reduktion von visuellen Informationen, die Konzeption eines userfreundlichen Web-Interfaces über die Entwicklung selbsterklärender Ikonografien und Signalisationen bis hin zur holistischen Bandbreite der medialen Schnittstellen zwischen Absender:in und Rezipient:in. Perspektivisch wird sich dieses Spektrum noch vergrößern. Ob VR oder AR, mobile only oder künstliche Intelligenz – die Entwicklungen im digitalen Sektor verlaufen rasant und ebenso schnell muss die visuelle Kommunikation sich anpassen.

Resümierend bildet das Modul Visuelle Wahrnehmung und Gestaltung das Fundament für die akademische Entwicklung der Studierenden im Rahmen der visuellen Semantik. Durch das erworbene Wissen ist es den zukünftigen technischen Redakteur:innen möglich, innovativ-visuelle mediendidaktische Konzepte zu entwickeln. Die relevante Differenzierung zu Studiengängen des Fachbereichs Gestaltung und Medien ist durch bewusste Anwendung innerhalb von Projektarbeiten in der Sphäre der technischen Redaktion und des Informationsdesigns evident.

Wir eruieren gemeinsam die visuelle Zukunft der technischen Redaktion und des Informationsdesigns.

Hinweise zur Arbeit mit diesem Studienheft	4
Glossar	12
1. Semantik als visuelle Theorie – Zielsetzung und berufspraktische Anwendung	15
2. Prinzipien der Wahrnehmung – Sehen ist ein Denkvorgang	17
2.1 Sehen ist aktives Erforschen	18
2.2 Visuelle Merkmale – das analytische Sehen ⁴	23
2.3 Visuelle Merkmale gestalterisch einsetzen ⁵	26
2.4 Umwelterfahrung ⁶	29
2.5 Sehen ist immer räumliches Sehen ⁷	34
3. Die Gestaltpsychologie	37
3.1 Die Gestaltprinzipien	38
3.1.1 Prinzip der einfachen Gestalt	38
3.1.2 Prinzip der Nähe	38
3.1.3 Prinzip der Gleichheit	38
3.1.4 Prinzip der Geschlossenheit	39
3.1.5 Prinzip der Erfahrung	39
3.1.6 Konstanzphänomene	40
3.1.7 Prinzip der Figur-Grund-Trennung	40
3.1.8 Prinzip der Prägnanz	41
4. Die Zeichen in der visuellen Kommunikation	43
4.1 Definition	44
4.1.1 Symbol	44
4.1.2 Ornament	44
4.1.3 Piktogramm	44
4.1.4 Icon / Ikon	44
4.1.5 Signet	44
4.1.6 Emblem	44
4.1.7 Logo	45
4.1.8 Markenzeichen	45
4.1.9 Warenzeichen	45
4.1.10 Index	45

4.2 Vom Piktogramm zum Icon	46
4.3 Das Logo	47
4.3.1 Bestandteile des Logos	47
4.3.2 Die Bedeutung der Grundformen	47
4.3.3 Semantische Bedeutung der Grundformen	50
4.4 Einteilung von Markenzeichen	54
Der Erinnerungswert von Logos	57
Was charakterisiert ein gutes und gelungenes Logo?	59
Checkliste „Was sollte man bei der Gestaltung der Logoform beachten?“	60
5. Die Welt der Zeichen	61
5.1 Grundbegriffe der Semiotik: Das Zeichen	62
5.1.1 Was ist Semiotik?	62
5.1.2 Was ist ein Zeichen?	62
5.1.3 Die Struktur des Zeichens	63
5.2 Die Zeichendimensionen nach Charles William Morris: Syntaktik, Semantik, Pragmatik	64
5.2.1 Der Prozess der Semiose	64
5.2.2 Denotation und Konnotation	65
5.3 Die Zeichenkategorien nach Charles S. Peirce: Ikon, Index, Symbol	66
5.3.1 Die Zeichenkategorien Ikon, Index und Symbol	66
5.4 Elemente des grafischen Zeichens – der Punkt	68
5.5 Elemente des grafischen Zeichens – die Linie	71
5.6 Elemente des grafischen Zeichens – die Fläche	74
5.7 Eine Klassifikation der grafischen Zeichen	75
6. Gestaltungsprozesse – Zeichen machen	85
6.1 Ideen- und Formfindung	86
6.1.1 Formfindungsprozess	86
6.1.2 Kriterien zur Formfindung	87
6.2 Rastersysteme	90
6.3 Kreativität	92

6.3.1 „Die kreative Fledermaus“ – eine Analogie über Kreativität	93
6.3.2 Allgemeines	94
6.3.3 Rahmenbedingungen	98
6.4 Techniken, die dabei helfen, Kreativität zu fördern	100
6.4.1 Assoziation	100
6.4.2 Die Bisoziation. Reizworttechnik	100
6.4.3 Brainstorming	101
6.4.4 ABC-LISTEN	102
6.4.5 Mind-Map	103
6.4.6 Analogien & Metaphernbildung	104
6.4.7 Synektik	104
6.4.8 Osbornsche Liste	106
6.4.9 Provokation/Blickwinkeländerung	109
6.4.10 Ton/Haptik	109
6.4.11 Morphologischer Kasten	110
6.4.11 Progressive Abstraktion	111
6.4.12 Ideensammlung	111
6.4.13 Six-Thinking-Hats (6-Hüte Methode)	111
7. Technische Redaktion und Informationsdesign	113
7.1 Visuelle Kommunikation im Rahmen der technischen Redaktion und des Informationsdesigns	114
7.1.1 Begriffe	115
7.1.2 Definitionen	117
7.1.3 Praxis	122
Literaturempfehlungen	127
Weblinks	129

Semantik als visuelle Theorie

Zielsetzung und berufspraktische Anwendung

Lernziele:

Sie haben einen Überblick über die zwei Dimensionen dieses Studienhefts:

- Die berufspraktische Relevanz der Semantik für Gestaltungsberufe
- Die kommunikationswissenschaftliche Einordnung des Begriffs Semantik

Im Ihrem Fernstudium Grafik Design (B.A.) oder Craft Design (B.A.) oder Technische Redaktion und Informationsdesign (B.A.) begegnet Ihnen mit diesem Studienheft ein gleichermaßen sehr theoretisches wie auch alltagsrelevantes Thema: Das Herstellen von Zeichen.

Dieses Herstellen ist eine zentrale Tätigkeit der/des Gestalter:in. Er steht im beruflichen Alltag regelmäßig vor der Aufgabe, für ein spezifisches Thema ein Zeichen zu entwickeln.

Gleichzeitig ist die Kulturgeschichte der Zeichen älter als die Geschichte der Schrift: Menschen erzeugten zuerst Bilder und anschließend die Schrift. Deshalb haben Gestalter:innen beim „Zeichen machen“ mit einer umfassenden Geschichtlichkeit umzugehen.

Die Zielsetzung dieses Studienheftes hat daher zwei Hauptrichtungen:

Zunächst geht es um eine grundsätzliche Analyse der Zeichengeschichte, die in prähistorischen Zeiten beginnt und deren Wirkung bis heute in der Interpretation von Zeichen spürbar ist. Ein wichtiger Aspekt dabei ist – neben der kulturellen – die visuelle, physiologische Dimension des Sehens. Diese Zusammenhänge gezielt in der praktischen Gestaltung einzusetzen, ist das berufspraktische Ziel.

Die zweite Hauptrichtung ist die gestaltungspraktische Anwendung der Analyse. Hier interessiert die Frage, wie Zeichen gestaltet werden müssen, damit sie ihre Aufgabe im jeweiligen kommunikativen Kontext übernehmen können. Ebenso wie wöchentlich neue Schriften entstehen, werden immer neue Zeichen gestaltet. Diese sind jedoch in ihrem visuellen Muster be-

kannt – sonst würden sie nicht erkannt. Aus diesem Grund geht der Zeichenschaffung (Genese) immer eine Analyse voraus, so dass das Zeichenschaffen immer „nur eine Synthese ist“.

Diese Zeichengestaltung unterliegt traditionellen handwerklichen Regeln, die gelernt werden sollen, um mit der Kenntnis auf neue formale Lösungen zu gelangen. Ziel ist dabei, Zeichensysteme zu entwerfen, die auch im internationalen Kontext eine effektive (zielgerichtete) und effiziente (schnelle, wortlose) Form der Kommunikation darstellen.

Zeichen sind im öffentlichen Raum in Form von Piktogrammen zentrale Orientierungshilfen. In diesem Sinne haben Gestalter:innen eine große Verantwortung, denn ein Erkennen oder Nichterkennen des „Fluchtweg-Schildes“ entscheidet im Extremfall über Leben und Tod.

Da Zeichen eine Repräsentanz der Kultur sind, aus der sie stammen, haben Gestalter:innen auch eine Verantwortung als Autor:innen. Diese Zeichen werden (das ist das Ziel jeder Zeichenentwicklung) als Phänomene des Zeitgeists in die Kulturgeschichte eingehen. Aus diesem Grund erwächst aus dem Studium der Semantik für Gestalter:innen eine wichtige geistige Haltung: Sie betont die Stellung von Gestalter:innen als visuelle:r Autor:in.

Die generelle Zielsetzung des Studienheftes ist eine sehr praktische, denn Gestalter:innen entwerfen eine Vielzahl von Zeichen für gewerbliche Nutzungen selbst oder sind gefordert, im unternehmerischen Kontext Entwürfe anderer zu beurteilen oder in Auftrag zu geben. Dies beginnt bei einfachen Wegweisern, über Elemente von Benutzeroberflächen auf Bildschirmen und endet beim inhaltlich hoch komplexen Entwurf von Unternehmenslogos.

KAPITEL 2

Prinzipien der Wahrnehmung – Sehen ist ein Denkvorgang

Das Sehen stellt sich als ein autonomer Wahrnehmungsprozess dar. Diese Vorgänge sind teilweise physiologisch strukturiert (Anatomie des Auges und des Gehirns) wie auch in unserer Umwelt erlernt. Beide Zusammenhänge ergeben unsere Hauptwahrnehmung, den Sehsinn.

Im Umkehrfall kann man erkennen, welche große Rolle dieser Sinn spielt: Bei Agnosie (einer neurologischen Ausfallerscheinung u. a. des visuellen Kortex) kann aufgrund eines Gehirnschadens die Fähigkeit verlorengehen, elementare Formen wie einen Kreis oder ein Dreieck mit einem Blick zu erkennen. Ein solcher Mensch kann aber trotzdem seiner Arbeit nachgehen und sich im täglichen Leben zurechtfinden. Wie kommt er auf der Straße zurecht? „Auf dem Gehweg sind alle Dinge dünn – das sind die Menschen; mitten auf der Straße ist alles sehr laut, dick und groß – das können Busse und Autos sein“. Seherfahrungen sind an wenige Merkmale geknüpft, die nicht allein mit elementarer „Einfachheit“ verbunden sind, sondern (neu) lernbar sind.

Sehen ist aktives Erforschen

Lernziele:

- Sie erfahren die anatomischen Grundlagen des Sehens.
- Das Sehen orientiert sich als aktiver Wahrnehmungsvorgang an spezifischen Merkmalen, die Sie hier erfahren.
- Sie erfahren den Paradigmenwandel des Sehens von einem induktiven zu einem deduktiven Vorgang.
- Sie erkennen, dass der Zeichnersteller eine möglichst eindeutige Reizstruktur gestalten muss, um die Wahrnehmung zu lenken.
- Sie lernen die Begriffe der „Einfachheit“ und „Ähnlichkeit“ als zentrale Ansätze kennen.

Physiker beschreiben den optischen Prozess wie folgt: Das Licht wird von umliegenden Gegenständen ausgestrahlt oder reflektiert. Die Augenslinsen projizieren Abbilder dieser Gegenstände auf die Netzhaut, die die Information dann ans Gehirn weiterleitet.

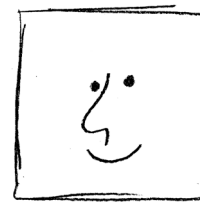
Wie sieht aber die dazugehörige psychologische Erfahrung aus? Man ist versucht, sich auf Analogien zu den physiologischen Vorgängen zu verlassen. Das optische Abbild auf der Netzhaut reizt annähernd 130 Millionen mikroskopisch kleiner Rezeptoren, von denen jede einzelne auf die Wellenlänge und Intensität des ankommenden Lichtes reagiert. Viele dieser Rezeptoren arbeiten nicht für sich allein. Durch Nervenstränge sind Rezeptoren zu Gruppen verbunden. Zumindest von den Augen bestimmter Tiere wissen wir, dass solche Gruppen von Netzhautrezeptoren bei der Reaktion auf gewisse Arten von Gegenständen, Bewegungen und scharfen Kanten zusammenwirken.

Trotzdem bedarf es gewisser Ordnungsprinzipien, um die unendlich vielen Einzelreize in die Objekte umzuwandeln, die wir sehen.

Diese Beschreibung der physiologischen Funktionsabläufe könnte zu dem Schluss verleiten, dass die entsprechenden Prozesse der Formwahrnehmung fast ganz passiv sind und vom Registrieren der kleinsten Elemente zum Zusammensetzen größerer Einheiten linear fortschreiten. Beide Annahmen sind irreführend. Zum einen prägt sich die Welt der Bilder nicht einfach einem getreulich aufnehmenden Organ ein. Vielmehr „greifen“ wir nach einem Objekt, wenn wir es ansehen. Mit einem imaginären Finger bewegen wir uns durch den Raum um uns her und gehen zu entfernten Orten, wo Dinge zu finden sind; wir „be-greifen“ sie, fangen sie ein, prüfen ihre Oberfläche, ertasten ihre Umrisse, erforschen ihre äußere Beschaffenheit. Das Wahrnehmen von Formen ist eine äußerst aktive Beschäftigung.

DAS ERFASSEN DES WESENTLICHEN¹

Sehen heißt, einige hervorstechende Merkmale von Objekten erfassen – das Blau des Himmels, die Rundung eines Schwanenhalses, die Rechteckigkeit eines Buches, den Glanz eines Stückes Metall, die Geradheit der Zigarette.



Ein paar einfache Striche und Punkte werden bereitwillig als „ein Gesicht“ akzeptiert, nicht nur von Angehörigen westlicher Kulturvölker, die sich un-

tereinander auf eine solche „Zeichensprache“ geeinigt haben könnten, sondern auch von Kleinkindern, Wilden und Tieren. Köhler versetzte seine Schimpansen in Schrecken, indem er ihnen ganz primitive Stoffpuppen mit schwarzen Knöpfen als Augen zeigte. Ein gewiegter Karikaturist kann mit wenigen, gut gewählten Strichen eine verblüffende Ähnlichkeit mit einem Menschen schaffen. Bekannte erkennen wir aus großer

¹ Entnommen aus: Wolfgang Metzger, Gesetze des Sehens, Dietmar Klotz Verlag.

Ferne schon an den elementarsten Proportionen oder Bewegungen.

Ein paar hervorstechende Merkmale bestimmen nicht nur die Identität eines Wahrnehmungsdinges, sondern lassen es auch als ein vollkommenes, einheitliches Muster erscheinen. Das gilt nicht nur für unser Anschauungsbild von dem Objekt als einer Ganzheit, sondern auch für jeden einzelnen Teil, auf den sich unsere Aufmerksamkeit richtet. Genau wie der ganze menschliche Körper wird auch ein menschliches Gesicht als eine Gesamtstruktur mit wesentlichen Bestandteilen Augen, Nase, Mund – erfasst, in das weitere Einzelheiten eingefügt werden können. Und wenn wir uns auf das Auge eines Menschen konzentrieren, nehmen wir auch dieses Auge als eine Ganzform wahr: die kreisrunde Iris mit der dunklen Pupille in der Mitte, eingerahmt von den bootförmigen, mit Wimpern versehenen Augenlidern.

Das heißt nicht, der Gesichtssinn vernachlässige Einzelheiten. Bereits kleine Kinder bemerken kleine Abweichungen im Erscheinungsbild von Dingen, die sie kennen. Die geringfügigen Veränderungen der Muskelspannung oder der Hautfarbe, die ein Gesicht müde oder verstört aussehen lassen, werden sofort bemerkt. Dabei kann der Betrachter oft nicht genau sagen, was die Veränderung im Gesamtbild bewirkt hat, da die einzelnen Merkmale in der einheitlichen Struktur aufgehen. Wenn dem Wahrnehmungsobjekt diese Einheitlichkeit fehlt, d. h., wenn es als eine Anhäufung von Einzelteilen gesehen wird, dann verlieren die Einzelheiten ihren Sinn, und das Ganze ist nicht mehr erkennbar. Das trifft oft auf Schnappschüsse oder Großaufnahmen zu, in denen keine Struktur aus auffallenden Formen die Masse der unbestimmten und vielförmigen Abstufungen ordnet.

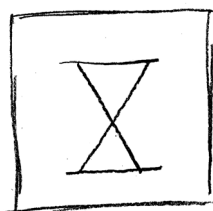
DIE WAHRNEHMUNG SUCHT DIE VISUELLEN MERKMALE²

Vieles weist darauf hin, dass die Wahrnehmung in der organischen Entwicklung damit beginnt, dass hervorragende Strukturmerkmale erfasst werden. Als zum Beispiel zweijährige Kinder und Schimpansen gelernt hatten, dass von zwei Kästen immer derjenige einen Leckerbissen enthielt, der mit einem Dreieck von bestimmter Form und Größe versehen war, fiel es ihnen nicht schwer, das Gelernte auf Dreiecke anzuwenden, die ganz anders aussahen: Das Dreieck wurde kleiner oder größer gemacht oder auf den Kopf gestellt. Ein schwarzes Dreieck auf weißem Grund (positive Darstellung) wurde durch ein weißes Dreieck auf schwarzem Grund (negative Darstellung) ersetzt, oder der Umriss eines Dreiecks durch ein mit Farbe ausgefülltes. Diese Veränderungen schienen das Wiedererkennen nicht zu erschweren.

DER EINFLUSS DER VERGANGENHEIT

Jede Seherfahrung ist in einen räumlichen und zeitlichen Zusammenhang gebettet. So wie die äußere Erscheinung von Objekten vom Aussehen räumlich naheliegender Objekte beeinflusst wird, so steht sie auch unter dem Einfluss zeitlich vorausgegangener Seherlebnisse.

Solche Experimente beweisen, dass Gedächtnisspuren vertrauter Objekte die Wahrnehmungsform beeinflussen können und dass sie diese ganz unterschiedlich erscheinen lassen können, falls die Struktur der Wahrnehmungsform das zulässt. Die meisten Reizstrukturen sind in irgendeiner Weise mehrdeutig. Für das Kreieren eines neuen Objektes oder eines visuellen Reizes ist es unumgänglich, die Zielgruppe und deren rekognitionsheuristisches Verhalten zu kennen (siehe hier zu auch Kapitel 7).



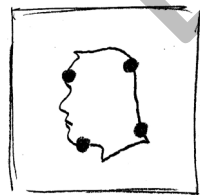
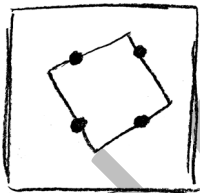
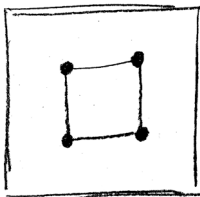
Die nebenstehende Skizze kann unterschiedlich aufgefasst werden, da sie uns einen Spielraum lässt, in dem die Erfah-

² Entnommen aus: Gerhard Braun, Grundlagen der visuellen Kommunikation, F. Bruckmann KG, München.

rungen der Vergangenheit und die Erwartung bestimmen können, ob wir eine Sanduhr oder einen Tisch sehen.

GESTALTSEHEN

Niemand mit einem gesunden Nervensystem begreift Gestalt in der Weise, dass er ihren Teilen nachspürt und diese dann „zusammenflickt“. Bei der bereits erwähnten visuellen Agnosie handelt es sich um eine pathologische Unfähigkeit, ein Muster als eine Ganzfigur zu erfassen. Wer darunter leidet, kann mit Kopf- oder Fingerbewegungen einen Umriss nachzeichnen und dann aus der Summe seiner Untersuchungen folgern, dass das Ganze – um ein Beispiel zu nennen – ein Dreieck sein muss. Aber er ist außerstande, ein Dreieck zu sehen.



Der normale Gesichtssinn begreift eine Gesamtstruktur. Wenn der auf die Netzhaut projizierte Reiz und das Nervensystem, das diese Projektion weiterentwickelt, zusammen treffen, was sorgt dann für die Gestalt, die im Bewusstsein erscheint?

Phänomene dieser Art finden ihre Erklärung in jener Gesetzmäßigkeit, die Gestaltpsychologen das Grundgesetz der Gesichtswahrnehmung nennen: Jedes Reizmuster strebt

danach, so gesehen zu werden, dass die sich ergebende Struktur so einfach ist, wie es die gegebenen Umstände zulassen.

EINFACHHEIT³

Julian Hochberg hat versucht, Einfachheit (er zog den vorbelasteten Begriff der „guten Gestalt“ vor) mit Hilfe der Informationstheorie zu definieren: „Je kleiner die Informationsmenge, die man braucht, um eine gegebene Gliederung im Vergleich zu anderen Alternativen zu definieren, desto größer ist die Wahrscheinlichkeit, dass die Figur auch so wahrgenommen werden wird“.

Später grenzte er die erforderliche Information genau ab und nannte drei quantitative Merkmale:

- die Zahl der in der Figur enthaltenen Winkel
- die Zahl der verschiedenen Winkel, geteilt durch die Gesamtzahl der Winkel
- die Zahl der durchgehenden Linien.

Es ist dabei zu beachten, dass die fraglichen Merkmale nicht die tatsächlich auf das Papier gezeichneten sind, sondern diejenigen, die in der Zeichnung wahrgenommen werden. Ein in zentraler Perspektive gezeichneter Drahtwürfel enthält zum Beispiel, wenn man ihn als regelmäßigen Würfel wahrnimmt, nur eine einzige Winkelgröße und eine einzige Seitenlänge; in der tatsächlichen Zeichnung enthält er jedoch mindestens neun verschiedene Winkel und zehn verschiedenen lange Seiten. Aus genau dem Grund hält man den dreidimensionalen Würfel für einfacher als seine zweidimensionale Projektion.

Wenn ein solches Zählen von Strukturfaktoren einen ausreichenden Bezug zum Grad der Einfachheit in Wahrnehmungsmustern herstellt, dann genügt das für eine wissenschaftliche Messung. Doch der Psychologe und der Grafiker müssen sich darüber klar sein, dass man das Wahrnehmungserlebnis beim Betrachten einer Figur nicht als Summe der wahrgenommenen Bestandteile beschreiben kann.

3 Entnommen aus: Rudolf Arnheim, Kunst und Sehen, Walter de Gruyter GmbH & Co. KG, Berlin.

OBER- UND UNTERGRENZEN DER EINFACHHEIT

Wenn Gestalter:innen eine Aussage oder eine Funktion mit einem Zeichen erfüllen wollen, müssen sie sich mit zwei Fragen auseinandersetzen:

- Welches ist die einfachste zweckdienliche Struktur (Sparsamkeit oder ökonomisches Prinzip)
- Wie lässt sich diese Struktur am einfachsten organisieren (Ordnung)?

Einfache Objekte mögen uns gefallen und zusa-
gen, wenn sie begrenzte Funktionen angemessen
erfüllen, aber alle guten Zeichen sind wie Kunst-
werke vielschichtig, auch wenn sie „einfach“ aus-
sehen.

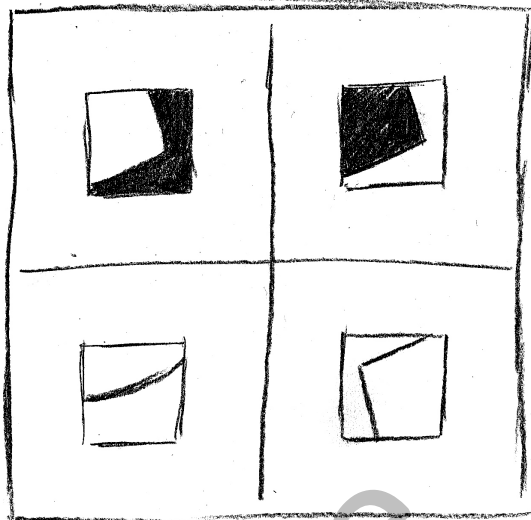
Das ökonomische Prinzip, das sich Wissenschaft-
ler zu eigen gemacht haben, verlangt, von mehre-
ren zu den Tatsachen passenden Hypothesen die
einfachste zu akzeptieren. Nach Cohen und Nagel
„gilt von zwei Hypothesen diejenige als die eina-
fachere, in der die Zahl der unabhängigen Grundele-
mente kleiner ist“.

Das ökonomische Prinzip ist insofern auf den äs-
thetischen Bereich anwendbar, als auch der Gra-
fiker nicht über das hinausgehen soll, was er zu
seinem Zweck braucht. Er folgt dem Beispiel der
Natur, die nach den Worten Isaac Newtons „nichts
vergeblich tut, und ein Mehr ist vergeblich, wenn
weniger genügt; denn die Natur schätzt die Ein-
fachheit und findet keinen Gefallen am Pomp
überflüssiger Ursachen“.

Einfachheit erfordert eine strukturelle Überein-
stimmung zwischen der Bedeutung und der sicht-
baren Gestalt. Gestaltpsychologen nennen diese
strukturelle Übereinstimmung „Isomorphismus“.

DIE FIGUR-GRUND-TRENNUNG ALS ERGEBNIS DER EVOLUTION

Die Unterteilung von Formen ist von größtem
biologischen Wert, da sie eine Hauptvorausset-
zung für das Erkennen von Objekten ist. Goethe
bemerkte: „Erscheinen und Entzweien sind syno-
nym“.



Damit das Auge in der obigen Skizze Rechteck-
und Kreissegmente wahrnehmen kann, muss der
Sehsinn die Figur (Ist sie schwarz? Ist sie weiß?)
vom Grund trennen.

Aber Formen zu sehen, reicht nicht aus. Wenn
Sehformen nützlich sein sollen, müssen sie den
Objekten draußen in der physikalischen Welt
entsprechen. Wertheimer führt das Beispiel einer
Brücke an, die mit ihrem eigenen Spiegelbild im
Wasser ein überzeugendes Ganzes bildet.

Einfache Form – vor allem Symmetrie – trägt zum
physikalischen Gleichgewicht bei. Sie verhindert,
dass Mauern und Bäume und Flaschen umfallen,
und wird deshalb sowohl von der Natur als auch
vom Menschen bei Bauarbeiten bevorzugt. Es
kommt zwischen der Art und Weise, in der wir
die Dinge sehen, und dem Zustand, in dem sie
tatsächlich sind, deshalb zur nützlichen Übere-
einstimmung, weil das Sehen als eine Spiegelung
physischer Vorgänge im Gehirn dem gleichen Or-
ganisationsprinzip unterworfen ist wie die Dinge
der Natur.

ÄHNLICHKEIT UND UNTERSCHIED

Wertheimer stellte in seiner Studie von 1923
einige der Eigenschaften dar, die Elemente mit-
einander verbinden. Ein paar Jahre später wies
Cesare L. Musatti nach, dass sich Wertheimers
Regeln auf eine einzige zurückführen lassen, auf
das Prinzip der Gleichartigkeit oder Ähnlichkeit.

ÄHNLICHKEIT UND UNTERTEILUNG BILDEN ENTGEGENGESETZTE POLE:

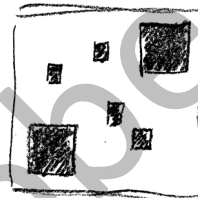
- Gleichartigkeit ist der Grenzzustand, in dem, wie einige moderne Maler vorgeführt haben, das Sehen der Strukturlosigkeit nahekommt oder sie gar erreicht.
- Ähnlichkeit fungiert als Strukturprinzip nur, wenn Trennung gegeben ist; sie ist dann eine Anziehungskraft für getrennt angeordnete Dinge.

Jeder Aspekt im Wahrnehmungsbild – Gestalt, Helligkeit, Farbe, Raumlage, Bewegung usw. – kann eine Gruppenbildung nach Ähnlichkeit auslösen. Ein allgemeines Prinzip muss man dabei beachten: Obwohl sich alle Dinge in bestimmten Hinsichten unterscheiden und in anderen ähnlich sind, haben Vergleiche nur einen Sinn, wenn sie von einer gemeinsamen Grundlage ausgehen.

ÄHNLICHKEIT IST EINE VORAUSSETZUNG FÜR DAS ERKENNEN VON UNTERSCHIEDEN

Form, Raumorientierung und Helligkeit ist bei allen Figuren gleich. Diese Ähnlichkeiten verknüpfen all die Quadrate und weisen gleichzeitig eindringlich auf ihre unterschiedliche Größe hin. Der Größenunterschied ergibt seinerseits eine Unterteilung, die auf einer zweiten Ebene die zwei großen Quadrate miteinander verbindet und von den vier kleinen abhebt. Dies ist ein Beispiel für die Gruppenbildung nach Ähnlichkeit der Größe.

Hier führen andere Wahrnehmungsmerkmale



zu Gruppenbildung und Unterteilung. Die Gruppenbildung nach Formunterschieden zeigt: Helligkeitsunterschiede verbinden die schwarzen

Scheiben gegen die weißen. Wir stellen fest, dass Ähnlichkeiten in Größe, Form oder Farbe Einzelstücke verbindet, die räumlich weit voneinander entfernt sind.

Aufgaben zur Vertiefung, Reflexion und Selbstkontrolle

4. Recherchieren Sie nach Piktogrammen, die das Gesichtsschema einsetzen. Sammeln und analysieren Sie diese Gestaltungen.
5. Warum ist die Funktion eines Piktogramms wichtiger als dessen ästhetische Ebene?
6. Erörtern Sie gestalterische Methoden, um visuelle Gruppen zu bilden.
7. Recherchieren Sie nach drei „typischen“ Piktogrammen aus dem Bereich der technischen Kommunikation.

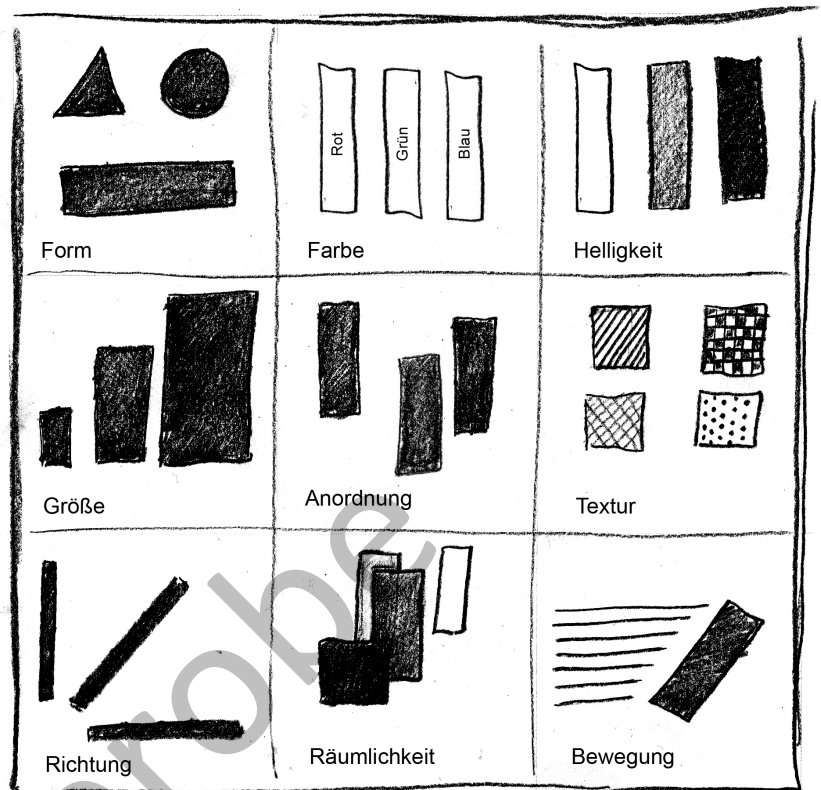
Visuelle Merkmale – das analytische Sehen⁴

Lernziele:

- Sie kennen die visuellen Einzelmerkmale, über die visuelle Wahrnehmung geschieht.
- Sie können diese Merkmale in einer Analyse bestehender Zeichen erkennen und in ihrer Funktion beschreiben.
- Sie verstehen die grundsätzlichen Gemeinsamkeiten des physiologischen Sehens und dessen Abbild in der zweidimensionalen Grafik.

Die physikalischen Gesetze unserer Welt und die biologischen Bedingungen, unter denen wir diese Welt wahrnehmen, erleben wir alltäglich als etwas Selbstverständliches. Die Frage, wie das Wahrnehmen der Welt zustande kommt, wird ohne besonderen Anlass kaum gestellt. Das trifft sicher auch auf das Wahrnehmen der sichtbaren Welt, auf das Sehen, zu. Der Wahrnehmungsforscher Richard L. Gregory sagt hierzu: „Die Vertrautheit des Sehvorganges verbirgt zunächst seine Problematik“.

Beim analytischen Beobachten der sichtbaren Umwelt – insbesondere in allen Gestaltungsberufen – ist Sehen das Bemühen, das Blickfeld in seine Bestandteile, seine Merkmale zu gliedern. Daher sprechen wir hier von den „Merkmale des Blickfeldes“. Diese Empfindungen sind gewissermaßen das Rohmaterial unserer visuellen Wahrnehmung.



⁴ Entnommen aus: Gerhard Braun, Grundlagen der visuellen Kommunikation, F. Bruckmann KG, München.

Nach Gerhard Braun sind die ursprünglichen Merkmale des Blickfeldes:

- Farbe und Helligkeit
- Anordnung und somit Bewegung
- Form
- Größe und Richtung
- Textur
- Aus der Zusammenwirkung entsteht die Räumlichkeit

Wie einleitend skizziert, soll der Katalog der visuellen Merkmale dazu dienen, sowohl als Instrument analytischer Beobachtung als auch synthetischer Gestaltung hilfreich zu sein.

DIE ANORDNUNG

Im Blickfeld können wir die Position von etwas und diese wiederum zu etwas anderem bestimmen. Selbstverständlich sind solche Ordnungs- und Orientierungsbestimmungen nur aus der jeweils subjektiven und begrenzten Sicht des Beobachters verständlich. Relative Angaben wie rechts-links, oben-unten oder nah-fern haben bei objektiven Versuchen, die Wirklichkeit zu erfassen, eine nur eingeschränkte Bedeutung. Denn hierbei bedient man sich vorzugsweise objektiver Messinstrumente, um Entfernungen oder Richtungen zu bestimmen.

Im Bild hingegen lässt sich jede Position nach den Koordinaten rechts-links und oben-unten fixieren. Diese zweidimensionale Positionsbestimmung kann auch Information über die Räumlichkeit des Dargestellten vermitteln.

DIE FARBE

Unser Blickfeld ist ein ursprünglich farbiges. Das Farbspektrum und die Helligkeit des Lichts lassen uns eine immense Vielfalt von unterschiedlichen Farbtönen wahrnehmen. In der physikalischen Wirklichkeit ist das Licht der Farbträger; dennoch ist das Licht für uns farblos. Erst seine Brechung (etwa durch ein Prisma) macht die Farben des Spektrums sichtbar.

Die Oberflächenbeschaffenheit der Dinge nimmt einen Teil der Lichtfarbe auf und reflektiert den komplementären übrigen Teil, der von uns als die Farbe der Dinge wahrgenommen wird.

DIE HELBIGKEIT

Im Blickfeld wird durch die Intensität des Lichts und die Art der Lichtquelle (konzentrisch-diffus) eine Vielzahl von Helligkeitsstufen mit unterschiedlichsten Übergängen wahrnehmbar. In der Wirklichkeit beeinflusst das Licht die Farbe der Dinge; Helligkeit erzeugt die Intensität der Farbe; Schatten oder Dämmerung ihre Trübung. Konzentrisches Licht schärft die Konturen von Licht und Schatten, diffuses Licht gibt Unschärfe.

Im Bild können mit der Farbmaterie vielstufige Hell-dunkel-Skalen durch Mischung von Weiß und Schwarz und durch Aufhellen oder Abdunkeln von so genannten „bunten“ Farben hergestellt werden. Der Helligkeitswert ist mit dem Kontrast hell-dunkel bestimmbar. Obwohl die Merkmale Farbe und Helligkeit von ein und demselben Lichtreiz transportiert werden, nehmen wir Farbe und Beleuchtung getrennt wahr.

DIE FORM

Das Blickfeld bietet uns in seiner mehr oder weniger großen Vielfalt von Farb- und Helligkeitsreizen sich voneinander abgrenzende Gruppierungen; die Formen. Die Form ist bestimmbar nach den Proportionen ihres Umrisses und ihrer Ausdehnung.

Im Bild sind Formen vergleichbar mit denen des Blickfeldes organisiert. Sie können flächig dargestellt werden; aber auch mittels Punkten und Linien lassen sich Formen markieren. Die Eigenart der Form ist mit vielerlei Kontrasten beschreibbar: rund – eckig, schmal – breit, einfach – kompliziert u. a.

DIE TEXTUR

Im Blickfeld zeigen sich Texturen als natürliche Strukturen von Körperoberflächen – sei es als

gewachsene „Zeichnung“ oder reliefhafte Gliederung der Fläche mit Ecken und Kanten – und als künstlich hergestellte Muster. Texturen machen vielfach Dinge für uns erkennbar, besonders wenn dies durch andere visuelle Merkmale nicht ausreichend möglich ist. Sie dienen als Mittel der Darstellung u. a. dazu, im Bild die Stofflichkeit der Dinge zu vertreten. Der Vielfalt von Texturen entsprechen die zahlreichen Kontraste, mit denen sie bestimmt werden können: glatt – gekörnt, grob – fein, offen – dicht, matt – glänzend, regelmäßig – unregelmäßig, transparent – nicht transparent u. a.

DIE RICHTUNG

Unsere Orientierung im Umfeld ist auf Hinweise der Richtung angewiesen. Im Bild haben Formen, die Darstellung von Licht und Schatten, von Raumentiefe und Bewegung ihre Richtung.

DIE GRÖSSE

In der Wirklichkeit sind wahrgenommene Größenunterschiede die Entsprechung für größere oder kleinere Dinge oder Entfernungen; sie können aber auch für gleichgroße Dinge in unterschiedlichen Entfernungen der Raumentiefe stehen. Vergleichbares lässt sich bei der Darstellung der Wirklichkeit im Bild erkennen. Auch hier werden Unterschiede der Größe entweder als Größenunterschiede der dargestellten Dinge zu deuten sein oder als deren perspektivische Verjüngung, als Anzeichen der Bildtiefe.

DIE RÄUMLICHKEIT

Das Blickfeld hat seine Tiefe auf der Waagerechten in Augenhöhe – im Horizont. Auf dem Weg zum Horizont verliert die Form an Größe und die Kontur der Form an Schärfe, die Farbe der Formen an Intensität, das Hell-Dunkel an Kontrast, und die Textur verdichtet sich oder löst sich auf. Im Bild wird die Darstellung der oben genannten Veränderungen der visuellen Merkmale als Räumlichkeit interpretiert. Da die Gesamtheit unserer sinnlichen Wahrnehmung auch immer räumliches

Wahrnehmen ist, stellt sich unser Sehen auch bei flächiger Darbietung auf räumliche Deutung ein.

DIE BEWEGUNG

In der Wirklichkeit haben wir es mit bewegten und unbewegten Dingen zu tun. Man erfährt die Bewegung an der räumlichen Veränderung eines Körpers zu seinem Umfeld. Das starre Bild – selbst also physikalisch unbewegt – kann uns durchaus Bewegung vermitteln, wenn dies zum Verständnis des Dargestellten beiträgt.

Die konkrete bildnerische Gestaltung der Bewegung innerhalb der Geschwindigkeits-Kontraste schnell-langsam und gleichmäßig-ungleichmäßig erfordert jedoch die zeitliche Dimension des Mediums – wie die schnelle Bildfolge des Films und das bewegte Fernsehbild.

Die hier dargestellten Merkmale beziehen sich aufeinander, sie ergänzen und erläutern sich und stehen oft genug in gegenseitiger Abhängigkeit.

Aufgaben zur Vertiefung, Reflexion und Selbstkontrolle

- 8a. Grafik Design (B. A.),
Craft Design (B. A.):
Stellen Sie die Begriffspaare
„Stille – Lärm“, „voll – leer“ und
„Liebe – Hass“ über folgende
visuelle Merkmale dar:

- Farbe und Helligkeit
- Form
- Größe und Position

Erstellen Sie jeweils 5 Varianten
und diskutieren Sie diese mit Ihren
Kommilitonen.

- 8b. Craft Design (B. A.):
Setzen Sie eine Variante in ein
dreidimensionales Objekt um.

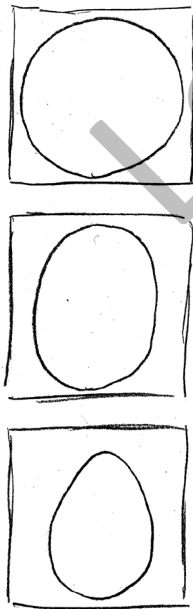
- 8c. Technische Redaktion und
Informationsdesign (B. A.):
Zeigen Sie zwei Beispiele für
Bewegung oder Richtung in
einem technischen Umfeld auf.

Visuelle Merkmale gestalterisch einsetzen⁵

Lernziele:

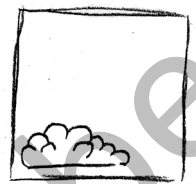
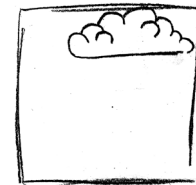
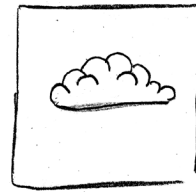
- Die Theorie der „visuellen Merkmale“ aus dem vorherigen Kapitel wird vertieft. Allerdings geht es weniger um die Analyse, sondern um die Anwendung in der praktischen Gestaltung.
- In diesem Kapitel sollen Sie eine Wahrnehmung für die visuellen Konventionen entwickeln.

Ein Bildzeichen erfüllt seine Aufgabe, wenn das, was es darstellen soll, vom Empfänger des Zeichens (wieder) erkannt wird. Das setzt voraus, dass Darstellung und dargestellter Gegenstand oder Sachverhalt eine sichtbare Gemeinsamkeit besitzen – mindestens ein gemeinsames visuelles Merkmal. Wenn ein Bildzeichen seine Information möglichst schnell, störungsfrei und einprägsam vermitteln soll, muss es sich auf das Wesentliche der visuellen Erscheinung des dargestellten Gegenstands konzentrieren. Das Bild eines Gegenstands formuliert dessen charakteristische visuelle Merkmale.



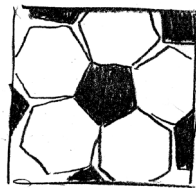
So stehen die Zeichen der Bilder in der linken Spalte zunächst nur für das, was sie selber sind; sie stehen für Klassen von Grundformen – für Kreis und Ellipse. Wobei die Ellipse durchaus etwas repräsentieren kann, was sie selber nicht ist: die räumliche Darstellung des Kreises. Trotz seiner offensichtlichen Formverwandtschaft mit den gezeigten Elementarformen deuten wir das Bild unten links nicht nach seiner bloßen Form, sondern nach dem charakteristischen Formmerkmal einer Klasse von Gegenständen: Es steht für Ei.

Verzichten wir nun bei der Darstellung dieser



sich ständig wandelnden Dinge auf die Einbeziehung ihres Umfelds, können wir – wie bei dieser Umrisszeichnung einer Wolke in der Mitte – auf Deutungsschwierigkeiten stoßen. Die Zufälligkeit der momentanen Erscheinung einer Wolke, die uns bekannterweise allerlei Gegenstandsvorstellung suggerieren kann, wird in der Darstellung der hier gezeigten Umrisslineatur möglicherweise als „Fleck“, „Kleck“, „Pfütze“ oder „Busch“ gedeutet. Die Position der Wolke innerhalb des Quadrats klärt die Deutungsungewissheit.

Hat bei den bisherigen Bildbeispielen das Merkmal Räumlichkeit nur eine unter- bzw. beigeordnete Rolle gespielt, so wird das anders, wenn wir Dinge darstellen, deren charakteristisches Merkmal ihre Räumlichkeit ist – etwa eine Kugel. Die Darstellung des Kugel-Umrisses reicht nicht aus, den Körper einer Kugel erkennbar zu machen. Gerade seine allseitige kreisförmige Kontur erfordert die Darstellung seiner gewölbten Oberfläche, um im zweidimensionalen Zeichen den dreidimensionalen Gegenstand erfahren zu können.

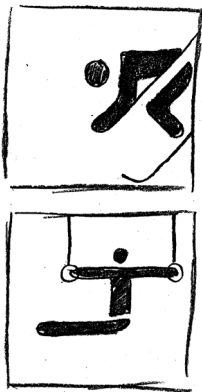


Eine räumliche Wirkung, die bei einer anderen Kugel-Darstellung – dem Fußballbild – durch die Formulierung der für den Fußball charakteristischen Textur erreicht wird. Da die Kugel weder in der Wirklichkeit noch als Bildzeichen eine perspektivische Veränderung ihrer Umrissform zulässt – diese ist immer kreisförmig –, müssen wir

⁵ Entnommen aus: Gerhard Braun, Grundlagen der visuellen Kommunikation, F. Bruckmann KG, München, 1993.

die räumliche Wirkung in der Formulierung des Wabenmusters suchen. Das Körperhafte der Kugel ist bedingt durch die perspektivische Projektion der wabenförmigen Textur. Die dargestellten Merkmale von Form, Farbe, Textur und Räumlichkeit bedingen sich in gegenseitiger Abhängigkeit.

Das Zeichen repräsentiert demnach etwas, was es selber nicht ist, und das heißt gerade nicht, dass



es etwas (zum Schein) vortäuscht. So steht das Piktogramm für die sportliche Tätigkeit des Skilaufens (und täuscht kein Skilaufen vor). Eines der charakteristischen Merkmale dieses Sports ist die Schnelligkeit der Bewegung. Wie aber können wir in diesem Zeichen das

Merkmal der Bewegung herausfinden?

Hier spielt bei der Interpretation dieses Zeichens unsere Schwerkraft-Erfahrung eine gewichtige Rolle. Nämlich die, dass die menschliche Figur in der extremen diagonalen Lage nur durch tempostarke Bewegung ihr Gleichgewicht halten kann. In diesem Zusammenhang ist bemerkenswert, dass die Piktogramme der olympischen Sportarten zur Darstellung der charakteristischen Bewegungen der jeweiligen Körperteile des Sportlers stets die Diagonale benutzen.

Die bis hierher behandelten Beispiele sollten gezeigt haben; dass es die Gestaltung der charakteristischen visuellen Merkmale des Darzustellenden erfordert, diese Merkmale im Zeichen hervorzuheben und die weniger oder nicht charakteristischen zurückzustellen. Wird die Hervorhebung der Besonderheiten eines Gegenstands oder eines Sachverhalts pointiert dargestellt – also auf die Spitze getrieben –, spricht man von einer „Karikatur“.

durch Vereinbarung (Konvention) zwischen den Partnern der Kommunikation die für ihr Funktionieren nötige Deutungshilfe erlangen. Die Geschichte der Schriftentstehung – von der Höhlenmalerei bis hin zur Findung des Alphabets – lässt uns auf anschauliche Weise nachvollziehen, wie die Verknüpfung von Zeichen und Bezeichnetem von der Übereinstimmung ihrer charakteristischen Merkmale bis zu ihrer Konventionalisierung entwickelt wurde in einer über mehrere Jahrtausende währenden Kulturgeschichte vom Bildzeichen bis zum Schriftzeichen. Beispielhaft für eine Phase dieser Entwicklung steht die Darstellungskraft der Sumerer und Ägypter.

ZUSAMMENFASSUNG

Die Frage, wie die visuelle Wahrnehmung der Umwelt zustande kommt, wird ohne besonderen Anlass kaum gestellt. Denn obwohl das menschliche Auge nur Farbflecken als Träger von Umweltdaten aufnimmt, sehen wir nicht eine Anordnung von Farbflecken, sondern die Welt der Dinge.

Gestalter:innen hingegen, die diese Welt ins Bild setzen, analysieren sie. Das analytische Sehen ist zu verstehen als eine Gliederung des Blickfeldes in visuelle Merkmale. Die Definition des „ikonischen Zeichens“ sagt, und das betrifft die hier behandelten starren, flächigen Bildzeichen, dass sie wenigstens ein Merkmal mit den von ihnen bezeichneten Objekten gemein haben. Die visuellen Merkmale sind die Bestandteile des Blickfeldes; als solche lassen sie sich sowohl auf die Erscheinungen der Wirklichkeit als auch auf deren Darstellung im Bildzeichen beziehen.

So ist der Katalog der neun visuellen Merkmale geeignet, als Methodeninstrument zur Beschreibung und Analyse der Zeichen-Objekt-Beziehung und zur Herstellung von Bildzeichen benutzt zu werden. Die Herstellung von Bildzeichen und deren Verständlichkeit setzt die Kenntnis der charakteristischen visuellen Merkmale des Darzustellenden voraus.

Die sprachlichen Begriffe für Abstraktes können

Je ambivalenter aber die Erscheinungen von Din-

gen und Sachverhalten sind oder je abstrakter die darzustellenden Objekte wie Ordnungsbegriffe, Symbole, Metaphern, desto mehr bedarf es der Konventionalisierung des Bildzeichens. Doch selbst die konventionellen Schriftzeichen bedienen sich in Fällen, die eine besondere Veranschaulichung erfordern, der visuellen Merkmale der von ihnen bezeichneten Objekte.

Aufgaben zur Vertiefung, Reflexion und Selbstkontrolle

9. Ihre grafische Produktion ist stark von Ihrer Fähigkeit zur gezielten Wahrnehmung abhängig. Recherchieren Sie nach Zeichen, die folgende Bedingungen erfüllen:
- Das Zeichen teilt dem Betrachter eine spezifische Botschaft im Sinne einer Handlungsanweisung mit.
 - Das Zeichen ist eine visuelle Konvention, denn sie funktioniert auch ohne Text.
- Analysieren Sie die gefundenen Zeichen schriftlich, indem Sie erklären, nach welchem grafischen Konzept diese funktionieren.

Sehen ist immer räumliches Sehen⁷**Lernziele:**

- Für die Arbeit des Gestalters, der Zeichenherstellung, wird der wichtige Begriff der Figur-Grund-Beziehung diskutiert.
- Anhand von so genannten optischen Täuschungen lernen Sie die Funktionsprinzipien des Zeichenlesens kennen.
- Sie erkennen den Sehvorgang als einen in der Zeit angelegten Erkenntnisvorgang.

Das teilweise Verdecken einer Form durch eine andere ist uns ein untrügliches Anzeichen dafür, dass sich die „Unvollständige“ vom Standpunkt unserer Betrachtung hinter der vollständig sichtbaren befindet.

So tendieren die Formen mit den geschlosseneren und einfacheren Umrissen dazu, im Vordergrund des visuellen Feldes erfahren zu werden, während die vergleichbaren, aber komplexeren Umrisse in den Hintergrund treten.

Die Symptome einer räumlichen Welt lassen sich zwar durch die bildlichen Darstellungen nur simulierend andeuten, doch ist dies bereits hinreichender Nachweis dafür, dass die räumliche Wirkung der visuellen Merkmale auch bei der Herstellung und Deutung der Bildzeichen funktioniert.

BINOKULARES SEHEN

Das zweiäugige Sehen verschafft uns „umfassende“ Information über die in der Nähe befindlichen Körper und die Entfernungen zwischen diesen. Bei einem derartigen Sehvorgang erhalten wir von divergierenden Positionen beider Augen (Querdisparation) zwei Stereobilder, die zu einem verschmolzen werden (binoculare Fusion).

Für Entfernungen von mehr als etwa 6 m sind wir effektiv einäugig wegen der Konvergenz der Augachsen.

RÄUMLICHES SEHEN FLÄCHIGER BILDER

Wenn also Sehen immer räumliches Sehen ist, dann macht auch das Sehen eines flächigen Zeichens keine Ausnahme von dieser Regel der räumlichen Erfahrung. Das Bild ist nicht nur in der Lage, Räumlichkeit darzustellen, es hat auch kaum eine Chance, sich der Tiefenwahrnehmung zu entziehen.

So kann eine vom Hersteller des Bildes nicht gewünschte oder auch zweideutige Räumlichkeit wirksam werden. Das Gestaltgesetz der Erfahrung lässt den unteren Teil der Bildfläche zum Vordergrund des Bildraumes werden und verweist damit den oberen Teil in den Hintergrund.

Wird die Figur-Grund-Problematik bei der Zeichenherstellung nicht ausreichend beachtet, kann dies zur Mehrdeutigkeit des Zeichens führen. Tritt die gewünschte Figur unversehens in den Hintergrund, während der ursprünglich passive Grund im Rollentausch zur Figur aktiviert wird, erhält das Zeichen einen neuen, vom Hersteller nicht beabsichtigten Sinn.

So unterliegen auch noch die Doppelfigurbilder



dem elementaren Drang zum Figur-Grund-Sehen, obwohl keiner der Partner völlig den anderen dominiert. Vergleichbares kann bei der Betrachtung

⁷ Entnommen aus: Rudolf Arnheim, Kunst und Sehen, Walter de Gruyter GmbH & Co. KG, Berlin.

des obigen Bildes „Catch“ von Victor Vasarely erfahren werden.

Die Art der Hell-Dunkel-Formulierung des Paares führt zur Figurbildung beider; was nicht verhindert, dass der eine oder andere Partner für einen kurzen Augenblick in den Hintergrund zu treten scheint.

Das Springen des Auges (Sakkaden) hat zur Folge, dass wir von Mal zu Mal die eine oder die andere Figur vorzugsweise fixieren und sie damit im Vordergrund des Bildes wahrnehmen. Das Umfeld der fixierten Figur wird unscharf und tritt zurück. Für dieses Konzentrieren auf einen Teilbereich unseres Blickfeldes gibt es – über unser jeweilig akutes Wahrnehmungsinteresse hinaus – eine zwingende physische Ursache: Nur die Rezeptoren im Zentrum der Netzhaut (Fovea centralis) vermitteln uns ein scharfes Bild, so dass unser Blickfeld von dem relativ kleinen Bereich des Scharfsehens aus zu den Rändern zunehmend unscharf wird. Wenn Sie einen Punkt im Blickfeld fixieren, werden Sie feststellen können, wie klein dieser Bereich schärfsten Sehens ist.

Die Gestaltpsychologie hat darum derartige Figur-Grund-Bilder als „Kippbilder“ bezeichnet.



Dieser Sehvorgang des Kippens von Bedeutungen ist wegen seiner Plötzlichkeit als Prozess schwer nachvollziehbar.

Den verhältnismäßig hohen Bekanntheitsgrad des Figur-Grund-Phänomens verdanken wir den

vielfach unterhaltsam gefassten Publikationen, die dieses Phänomen unter „optischen Täuschungen“ abhandeln.

Dieses Urphänomen des Sehens ermöglicht dem Menschen, aus der Fülle der Farb- und Helligkeitsreize, die mosaikartig von der Netzhaut aufgenommen werden, eine Welt der Dinge wahrzunehmen – Körper, Raum, Entfernung. Sicherlich ist dies eine im Laufe der Evolution des Menschen entwickelte Fähigkeit des visuellen Systems, die dem Menschen zu überleben half. So ist Sehen immer räumliches Sehen, auch – wie wir versucht haben, durch die Figur-Grund-Demonstration zu verdeutlichen – das Sehen des flächigen Bildes.

Kapitel 4

Die Zeichen in der visuellen Kommunikation

Die Zeichen in der visuellen Kommunikation haben in ihren Hierarchien unterschiedliche Bedeutungen und damit auch unterschiedliche Bezeichnungen. Zu Anfang dieses Kapitels erfolgt deshalb eine Definition der Begrifflichkeiten und Zuordnungen.

Leseprobe

4

Definition

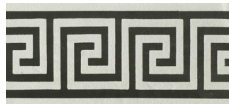
Zeichen sind Informationsträger. Sie sind vom Menschen geschaffen, um Informationen zu übermitteln. So wird jede visuelle Informationsübermittlung automatisch auch zum Zeichen. Zeichen ist also der Begriff, der die weiteren unten genannten Begriffe einschließt und somit als Oberbegriff verwendet werden kann.



4.1.1 SYMBOL

Ein Symbol ist ein Schrift- oder Bildzeichen, das eine verabredete Bedeutung hat (z. B. Friedenstaube).

In der Semiotik ist das Symbol ein Zeichen, mit dem eine Bedeutung verknüpft ist, welches aber im Gegensatz zum Ikon keinen abbildenden Charakter hat. Meist sollen nicht wahrnehmbare Begriffe durch Symbole wahrnehmbar dargestellt werden.



4.1.2 ORNAMENT

Ornamente haben in Anwendungen im Produktdesign und Kunsthandwerk häufig verzierenden Charakter, im Grafik Design dienen sie hauptsächlich der Strukturierung und Gliederung von überwiegend typografischer Gestaltung.



4.1.3 PIKTOGRAMM

Ein Piktogramm (von lat.: pictum = gemalt, Bild; griech: gráphein = schreiben) ist ein einzelnes Bild-

symbol, das eine Information durch vereinfachte grafische Darstellung vermittelt. Es sollte immer einfach gestaltet und leicht erlernbar sein. Dadurch wird es zu einem sprachunabhängigen Kommunikationsmittel und wird in den meisten Kulturen richtig verstanden. Meist mit aufforderndem Charakter.



4.1.4 ICON/IKON

Ein Ikon ist in der Semiotik ein Zeichen, das sich auf seinen bezeichneten Gegenstand durch das Merkmal der Ähnlichkeit

bezieht. Diese kann visueller, klanglicher oder anderer Art sein, ist in jedem Falle aber von einer rein willkürlichen Bezeichnung (siehe Symbol) zu unterscheiden. Typische Beispiele für ikonische Zeichen sind Bilder, insbesondere Fotografien, auf denen Motive abgebildet sind, die realen Objekten visuell ähnlich sind (z. B. Porträts). Weiterhin wird es in der Computertechnik als Sinnbild oder Symbol verwendet.



4.1.5 SIGNET

Ein Signet ist ein reines Bildzeichen. Es wird ebenso wie das Logo zur Kennzeichnung eines Produktes oder eines Unternehmens verwendet.

Es handelt sich sozusagen um die ursprüngliche Bezeichnung für Zeichen mit meinungsbildendem werblichem Inhalt. Teilweise wird der Begriff Signet auch für die komplette Marke verwendet, ganz gleich woraus diese nun im Einzelnen besteht. Ein Signet unterliegt in der Gestaltung und im Aufbau ähnlichen Kriterien wie Piktogramme.

4.1.6 EMBLEM



Mit Emblem bezeichnet man die Wappenbilder in der Heraldik. Sie wurden im Mittelalter hauptsächlich verwendet, um den Herrschaftsbereich eines

Adligen oder Herrschers zu markieren. Embleme werden auch heute noch in Vereinen und Organisationen verwendet und meist auch auf der Kleidung getragen. Beispielsweise werden die Vereinsfarben bei Sportvereinen für die Sportkleidung verwendet und die Embleme appliziert.



4.1.7 LOGO

Der Begriff „Logo“ stammt vom griechischen „logos“ (das Wort). Als Logo bezeichnete man ursprünglich

ein in der Satztechnik häufig wiederkehrendes Wort in Form von zusammengeegossenen Bleitypen. Der Begriff Logo bezeichnet somit ursprünglich die reine Wortmarke. Unter den Begriff Logo fallen heute

- Buchstabenzeichen
- Zahlzeichen
- Wortzeichen
- Kombiniertes Wortbildzeichen

Heute wird der Begriff „Logo“ aber meist auch für reine Bildzeichen verwendet. Er hat sich also im Sprachgebrauch zum allgemeinen Überbegriff für jegliche Art von Markenzeichen entwickelt. Und in dieser Bedeutung wird es auch im Grafik-Design und in der Marketingkommunikation verwendet.

4.1.8 MARKENZEICHEN

Ein Logo ist dann ein Markenzeichen, wenn es beim Patentamt eingetragen ist. Ein solches Zeichen ist geschützt und nur der Inhaber der Rechte darf es für werbliche Zwecke verwenden.

- siehe auch **BRANDING**⁸

4.1.9 WARENZEICHEN

Ein Logo wird dann als Warenzeichen bezeichnet, wenn es zur Kennzeichnung eines Produkts verwendet wird. Meist geht dies mit einer Eintragung in das Markenregister einher (eingetragenes Warenzeichen / Trademark) TM.

Website: www.dpma.de

4.1.10 INDEX

Ein indexikalisches Zeichen bezeichnet in der Semiotik ein hinweisendes Zeichen. Es steht mit dem Objekt selbst in einer realen, meist physikalischen Beziehung und „zeigt“ diesen Sachverhalt an: Nässe zum Beispiel ist ein Hinweis dafür, dass es geregnet hat; der Regen wird somit indirekt, im Sinne eines Hinweises auf den Regen, abgebildet, ohne selbst dargestellt zu werden. Ein Index hat die Funktion, die Aufmerksamkeit auf das Objekt zu lenken. Es kann selbst eine Bedeutung haben oder auch reinen Hinweischarakter haben, beispielsweise in Form eines Pfeils. Es ist örtlich an das Objekt gebunden, für das es steht. Es kann dabei kennzeichnenden Charakter haben oder ein Indikator für einen kausalen Zusammenhang sein.

⁸ Branding: Ursprünglich ein in die Haut gebranntes Zeichen zur Erkennung von Pferden und Rindern, heute ein Begriff für den Aufbau von Marken.



Abb.: Laub, Oelsner,
Publikationsreihe
Corporate Design,
HFG, 2007

Den meisten Logos, die wie freie Formen aussehen, liegen ebenfalls die Grundformen zugrunde und sie unterstützen die Aussage des Logos durch die spezifischen Formeigenschaften. Diese bestehen meist trotz ihrer Erscheinung aus geometrischen Grundformen. Diese Formen haben die Eigenschaft, Bildzeichen in eine kompakte Gesamtform zu bringen, ohne dass die Fernwirkung trotz komplexer und kleinteiliger Formen zerstört wird.

In vielen Fällen wird die Aussage des Bildzeichens durch die umgebende Form noch unterstützt. So springt der Puma der Firma Puma in der Form eines sehr spitzwinkligen Dreiecks über den Schriftzug, was ihm eine extreme Dynamik verleiht. Auch die Form des Pferdes beim „Ferrari“-Logo lässt erkennen, dass es sich in einer

Rautenform aufbäumt, was der ganzen Erscheinung noch zusätzliche Aggressivität und Sportlichkeit verleiht. Im Gegensatz zum Quadrat und Rechteck ist die Raute eine sehr dynamische Form. Dies nutzen Logos von Firmen wie Ferrari und Puma, um Dynamik und Schnelligkeit ausstrahlen.

Andere Firmen wollen andere Werte vermitteln, beispielsweise WWF. Der Pandabär, umschrieben von einem Kreis, vermittelt Geborgenheit und Schutzbedürfnis.

Nicht bei allen Logos kann man von der Außenform auf die Aussage und Bedeutung des Logos schließen. Besonders bei willkürlichen Bildzeichen, die selbst keine Bedeutung in Bezug auf das Objekt haben, für das sie stehen.



Abb.: Laub, Oelsner,
Publikationsreihe
Corporate Design,
HFG, 2007

Ein Beispiel dafür ist das Lacoste-Logo. Das Krokodil hat keinen Bezug zum Namen Lacoste oder dem Produkt Polohemd. Also ist auch die Außenform nicht von Bedeutung. Sie gibt dem ganzen einen rein formalen Rahmen. Ähnlich verhält es sich beim Playboy-Logo und bei der Baccardi-Fledermaus.

Aufgaben zur Vertiefung, Reflexion und Selbstkontrolle

19. Welche semantische Bedeutung haben unterschiedliche geometrische Grundformen?
- 20a. Grafik Design (B. A.):
Untersuchen Sie 10 beliebige Logos größerer und kleinerer Unternehmen aus unterschiedlichen Branchen auf ihre Bestandteile und ihre semantische Bedeutung.
- 20b. Craft Design (B. A.):
Untersuchen Sie 10 beliebige Logos größerer und kleinerer Betriebe Ihrer Handwerksbranche auf ihre Bestandteile und ihre semantische Bedeutung hin.
Vergleichen Sie diese mit beliebigen Logos anderer Branchen. Gibt es in Ihrer Berufssparte branchentypische Merkmale?
- 20c. Technische Redaktion und Informationsdesign (B. A.):
Untersuchen Sie fünf beliebige Gefahrenhinweise oder Handlungsanweisungen auf ihre Bestandteile. Vergleichen Sie diese mit anderen Anweisungen zum selben Sachverhalt.

CHECKLISTE „WAS SOLLTE MAN BEI DER GESTALTUNG DER LOGOFORM BEACHTEN?“¹⁹

- Wurden alle Möglichkeiten der Logogestaltung ausprobiert und durchdacht?
- Spiegelt das Logo das, was die Firma ausstrahlt, wider?
- Stehen die Formen des Logos im Bedeutungskonflikt mit dem, was die Firma aussagen möchte?
- Sagt das Logo etwas über das Leistungsangebot aus?
- Ist das Logo auch ohne Leistungszusatz werblich einsetzbar?
- Sind die Formen so reduziert wie möglich?
- Ist das Logo klar lesbar?
- Ist das Logo leicht merkfähig?
- Ist die Form gut erkennbar und prägnant? Auch von Weitem und in der Verkleinerung klar erkennbar?
- Bleibt die Lesbarkeit und vollständige Wirkung bei einer verkleinerten Reproduktion erhalten?
- Ist das Logo bei extremer Vergrößerung optisch gleichwertig?
- Bleibt die vollständige Wirkung und Aussagekraft bei einer monochromen Reproduktion (Schwarz/Weiß) erhalten? Ist es faxbar? Wichtig dabei sind die Helligkeitswerte der Teilelemente.
- Kann man das Logo in positiv/negativ umwandeln?
- Lassen sich die Farben des Logos auf das gesamte Corporate Design der Firma übertragen?
- Besteht innerhalb des Logos eine Trennung bzw. ein klarer Kontrast zwischen den einzelnen Teilelementen?
- Sind die Positiv- und Negativräume ausgeglichen und gleichwertig?
- Wie hoch ist das Aufmerksamkeitspotenzial / gibt es im Logo einen Eye-Catcher?
- Grenzt das Logo das Unternehmen klar von den Mitbewerbern ab? Ist eine Unverwechselbarkeit gegeben?
- Ist das Logo frei von drucktechnischen Schwierigkeiten?
- Lässt sich das Logo in allen Medien (Print, Web, Bürokommunikation, Außenwerbung, Fuhrpark, Werbemittel) umsetzen?
- Ist das Logo zeitgemäß, aber keine modische Erscheinung?
- Entspricht das Logo dem angestrebten Corporate Image?
- Ist das Logo wettbewerbsrechtlich anfechtbar?

Aufgaben zur Vertiefung, Reflexion und Selbstkontrolle

- 21a. Grafik Design (B.A.):
Erstellen Sie auf der Basis der obigen Methode eine Logoentwicklung und Logovariationen für den „Juwelier Ruckwied“ in Leipzig. Beachten Sie bei der Auswertung der Ergebnisse auch die Checkliste unter 4.4.3.
- 21b. Craft Design (B.A.):
Erstellen Sie auf der Basis der obigen Methoden eine Logoentwicklung und Logovariationen für einen Betrieb Ihrer Branche in Leipzig. Legen Sie den Schwerpunkt auf die Kombination von Wort- und Bildzeichen. Welche Schriftart passt zu der Branche Ihres Betriebes? Recherchieren Sie hierzu im Internet. Beachten Sie insbesondere die Ausführungen zur Kombination von Wort- und Bildzeichen und die Checkliste unter 4.4.3.
- 21c. Technische Redaktion und Informationsdesign (B.A.):
Kreieren Sie ein Logo (Wort-Bildzeichen) für den Studiengang BTR an einer fiktiven Hochschule. Beachten Sie bei der Auswertung der Ergebnisse auch die Checkliste unter 4.4.3.

19 Vgl. Hamann, S., Logodesign, S. 278, Checkliste bei der Erstellung eines Logos (modifiziert und überarbeitet).

KAPITEL 5

Die Welt der Zeichen

In diesem Studienheft haben wir das Thema recht knapp abgehandelt, eine ausführlichere Darstellung finden Sie im Studienheft Nr. 003 Zeichentheoretische Grundlagen im Kommunikationsdesign.

Grundbegriffe der Semiotik: Das Zeichen

Lernziele

- Sie verstehen, dass alle Kommunikation in Natur und Kultur auf Zeichen basiert.
- Die Struktur des Zeichens ist für Sie verständlich und nachvollziehbar.
- Sie verstehen die grundlegende Bedeutung der Vorstellung im Zeichen-gebrauch bzw. der Kommunikation

20. zu einer der bedeutendsten Wissenschaften, die in den 1960er und 1970er Jahren mit dem Strukturalismus ihre größte Blütezeit erlebt. Als eigentlicher Begründer der modernen Semiotik gilt der amerikanische Philosoph Charles Sanders Peirce (1839–1914). Die Semiotik erhebt den Anspruch, eine Grundlagenwissenschaft zu sein, die immer zur Anwendung kommt, wenn es um die Analyse kommunikativer Prozesse geht.

5.1.1 WAS IST SEMIOTIK?

Unter Semiotik (nach dem altgriechischen Wort *sēmeion* = Zeichen) verstehen wir die Wissenschaft von den Zeichenprozessen in Natur und Kultur. Der wichtigste Begriff der Semiotik ist »Zeichen«, weshalb man auch von Zeichentheorie spricht. Der „Prozess, in dem etwas als Zeichen fungiert, [wird] Zeichenprozess oder Semiose“ (Morris, 1972, S. 20) genannt.

Erste semiotische Theorien reichen bis in die antike abendländische Medizin und Philosophie zurück, die moderne Semiotik entsteht aber erst am Ende des 19. Jahrhunderts und entwickelt sich im

5.1.2 WAS IST EIN ZEICHEN?

Die allgemeinste Definition von Zeichen geht zurück auf den Heiligen Augustinus (354–430) und wurde von der mittelalterlichen Scholastik in die Formel (lat.) aliquid stat pro aliquo gegossen, auf deutsch also »etwas, das für etwas anderes steht«.

Neben den der Kommunikation dienenden Zeichensystemen wie der Sprache, den Gesten, Bildern, der Musik, der Architektur, dem Tanz usw. kann im Grunde alles zu einem Zeichen werden, wenn man es als Zeichen verwendet. Zu unterscheiden sind Zeichen von den naturphänome-

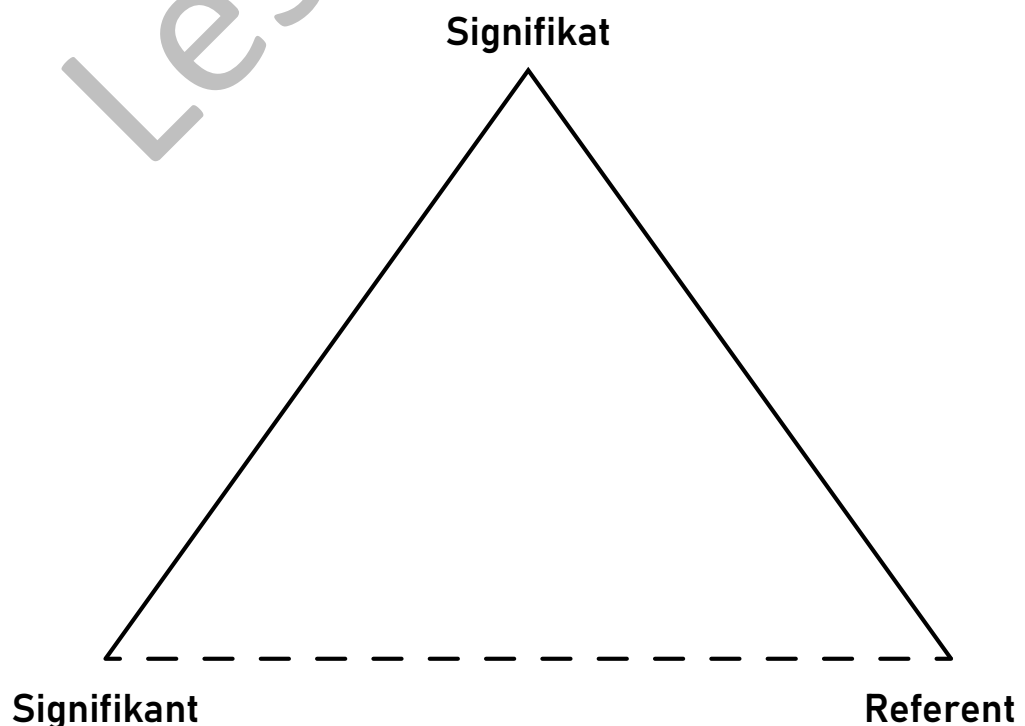
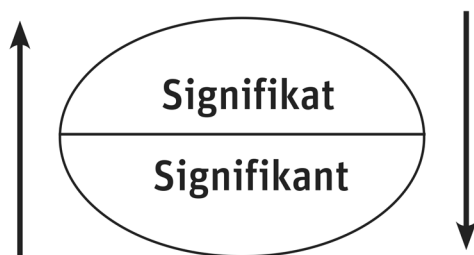


Abb.: Eigene Darstellung nach Eco.

nen, wie sie in der unmittelbaren Wahrnehmung gegeben sind, und zunächst gar nichts aussagen (Eco, 1977, S. 15). Sie werden zu Zeichen erst, wenn man beispielsweise von den in die Erde eingedrückten Spuren auf die Anwesenheit eines Tieres schließt. Oder wenn man sich bei einer Wegbeschreibung auf einen charakteristischen Baum, einen Felsen, die Mündung eines Flusses in einen anderen etc. bezieht und sagt: „Bei der alten Eiche rechts abbiegen“.

5.1.3 DIE STRUKTUR DES ZEICHENS

Im alltäglichen Sprachgebrauch wird unter Zeichen zumeist das verstanden, was eigentlich nur der Zeichenträger ist, beispielsweise ein Begriff wie ›Baum‹. Untersucht man das Zeichen genauer, so wird schnell klar, dass mindestens zwei Bestandteile zu unterscheiden sind: Der Zeichenträger – im Fall der Sprache wäre dies das Lautbild – und das, worauf er sich bezieht oder bezeichnet, nämlich die Vorstellung, die dadurch beim Benutzer hervorgerufen wird. Dieses dyadische Zeichenmodell wurde von dem Genfer Sprachwissenschaftler Ferdinand de Saussure (1857–1913) entwickelt. De Saussure benannte die Bestandteile, die zusammen das Zeichen bilden, Signifikant (Bezeichnendes) und Signifikat (Bezeichnetes). Beide Einheiten sind mentale Repräsentationen. Saussure versteht den Signifikanten (das Lautbild) als ein still gelesenes Wort und das Signifikat eben als dessen vorgestellte Bedeutung. Außerdem betonte er die grundlegende Arbitrarität (lat. *arbitrarius* – willkürlich) des Zeichens, da zu demselben Signifikat in jeder Sprache ein anderer Signifikant gehört: Pferd heißt im Englischen *horse*, im Italienischen *cavallo* usw.



Der bereits erwähnte Charles Sanders Peirce entwickelte hingegen ein triadisches Zeichenmodell, zu dem auch der Referent, also das Objekt in der äußeren Welt gehört. Im Allgemeinen nehmen wir an, dass dieses Objekt irgendwann mal Anlass gewesen ist, das Zeichen zu bilden, selbst wenn wir das Zeichen auch in Abwesenheit des Referenten verwenden können. Ein Pferd muss nicht anwesend sein, um darüber zu sprechen, man muss allerdings wissen, was ein Pferd ist. Dieses in der Semiotik häufiger verwendete triadische Modell wurde später von u. a. Max Bense (1910–1990) und Umberto Eco (1932–2016) aufgegriffen und in Form eines Dreiecks dargestellt. Wir folgen dem Modell von Eco, das in der nebenstehenden Abbildung zu sehen ist.

Hier fällt auf, dass die Verbindung zwischen Signifikant und Referent gestrichelt dargestellt ist. Damit wird angezeigt, dass es sich um eine häufig willkürliche (arbiträre) oder auch nicht notwendige Beziehung handelt: Die Arbitrarität von (sprachlichen) Zeichen wurde bereits erwähnt; es gibt, wie in Kapitel 5.3 gezeigt wird, aber auch Zeichen (z. B. Bilder), auf die das nicht zutrifft. Dass der Referent zudem nicht immer notwendig ist, wird an Zeichen deutlich, die nur fiktionale Inhalte haben: Für Signifikanten wie /Einhorn/, /Robinson Crusoe/ oder /Mickey Mouse/ gibt es zwar ein Signifikat, jedoch keinen Referenten.

Aufgaben zur Vertiefung, Reflexion und Selbstkontrolle

22. Recherchieren Sie nach Symbolen in Textilien (Waschanleitung). Wählen Sie drei Zeichen aus und erstellen Sie jeweils ein semiotisches Dreieck für die gewählten Zeichen.
23. Technische Redaktion und Informationsdesign (B.A.): Sind Ihre gewählten Symbole (Aufgabe 22. Waschanleitung) im Zusammenhang mit der Bedienung einer Waschmaschine ersichtlich?

GEGENSTÄNDE

Gegenstände des Alltags haben nur selten einen eigenständigen symbolischen Gehalt. So bekommen beispielsweise die gewöhnlichen Werkzeuge des Zimmermanns eine ungewöhnliche Bedeutung, indem sie – neben dem Christuskreuz dargestellt – zu Symbolen des Martyriums werden.

Alleinstehende Objekt-Symbole sind nur alle diejenigen Gegenstände, die mit den außerordentlichen Lebensabschnitten wie Geburt, Heirat, Tod usw. in Zusammenhang stehen. Auch die Waffenzeichen sind dadurch symbolhaltig, dass sie mit dem Todesakt in irgendeiner Verbindung stehen. Die Axt findet sich in fast allen Kulturen der Welt. Sie galt aber ebenso als heiliges Opferinstrument.

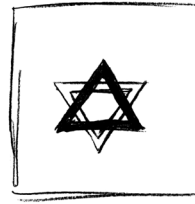
In einem weiteren Sinne wären den gegenständlichen Darstellungen alle Naturerscheinungen sowie die Urelemente beizufügen.

FABELWESEN

In der Mythologie finden sich eine Vielzahl von Lebewesen mit übernatürlichen Eigenschaften. Es sind in den meisten Fällen Tiere mit außergewöhnlichen Eigenschaften wie z. B. der Walfisch im „Jonas“ oder der Wolf im „Rotkäppchen“. Diese Gattung belebt Legenden und Märchen. Eine andere Art sind die Mischwesen, die nicht real existierende Lebewesen sind, sondern die aus Kombinationen von verschiedenen Gattungen fabuliert worden sind. In Mesopotamien finden sich Löwen-Menschen, in Ägypten sind es Götterbilder mit Tierköpfen. Die romanisch-gotische Baukunst ist geschmückt mit allerlei grotesken Geschöpfen, und selbst in der modernen Malerei (Chagall, Picasso usw.) finden sich Mischwesen jeglicher Art.

DIE WESENTLICHSTEN RELIGIONEN

Der Glaube an eine höhere Macht hat den Menschen von jeher dazu gedrängt, sich einen Gegenstand zur Anbetung zu schaffen. Die Gottheit



(Das Siegel Salomons.
Glaubszeichen
des Judentums)

selbst darzustellen war unvorstellbar. So hat er zur Anbetung eines überirdischen Wesens oft nur ein Zeichen auserkoren, sozusagen als Bild des Allmächtigen.

Das Symbolische im Bild ist ein unausgesprochener

Wert, es ist ein Mittler zwischen der erkennbaren Realität und dem mystischen, unsichtbaren Reich der Religion, der Philosophie und der Magie; sie reicht deshalb vom bewusst Verständlichen bis in den Bereich des Unbewussten.

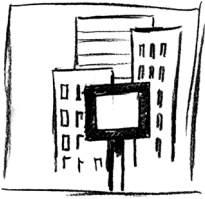
SIGNALZEICHEN:

ORIENTIERUNG IN DER UMWELT

Das Signal besteht aus drei komplementären Aussagen: einmal das Zeichen selbst, dann die Form des Schildes und schließlich die Farbe. Alle drei zusammen ergeben den Sinn des Hinweises.

Das Signalzeichen hat, im Gegensatz zu allen anderen Zeichen, weniger eine passiv vermittelnde oder informierende Funktion. Sein Zweck ist im Sinne eines Hinweises, eines Befehls, einer Warnung, eines Verbots, einer Instruktion nicht so sehr kommunikativer Art, sondern vielmehr auf unmittelbares Reagieren seitens des Betrachters gerichtet. In seiner äußeren Gestalt, etwa in Form einer Tafel, einer Inschrift usw., stellt sich das Signal sozusagen gegen den Willen des Menschen in dessen Blickfeld. Dagegen kann ein gedruckter Text vom Leser nach Belieben aufgenommen oder weggelegt, also aus seinem Blickfeld und somit aus seinem Gedankenbereich entfernt oder in dieses einbezogen werden. Das materialisierte Signal ist zum wesentlichen Bestandteil des Umweltbildes, des Lebensraumes geworden, und ein Ausweichen ist kaum möglich.

Mit der industriellen Revolution hat sich der Zeichenbegriff grundlegend gewandelt: War die Welt des Glaubens durch das Symbol, diejenige der aufklärenden Vernunft durch das Zeichen ge-



(Dem Umgebungsbild der Stadt zu ähnlich)

prägt, so wird unsere Welt der allseitigen Vermittlung und Kommunikation durch das Signal geregelt und strukturiert.

DEUTUNG UND BEDEUTUNG

DER SIGNALTAFEL IM VERKEHR

Das Verkehrssignal ist ein wesentlicher Bestandteil der modernen Zeit geworden, in der sich der Mensch mit Geschwindigkeiten fortbewegt, die eigentlich seiner physischen Morphologie nicht entsprechen. Die Zeitspanne bis zur Gefahrerkennung entspricht nicht mehr der Geschwindigkeit der für heutige Verhältnisse normalen Fortbewegung, die die natürliche Reaktionsfähigkeit bei weitem übersteigt.

Die Verkehrssignale haben die Struktur unserer Wahrnehmung entscheidend geprägt. Ihre Charakteristiken sind unterteilbar in eine gewisse Hierarchie der Gebotsstärken.

Folgende Abstufungen könnten dabei festgehalten werden:

- das absolute Verbot: Einbahnstraße, Stopp, Parkverbot usw.,
- das Einschränkungsverbot: nur für Lastwagen, Anlieger usw.,
- das Erklärungsverbot: Abbiegen, nach rechts nicht erlaubt, um die Verkehrsinsel fahren usw., das Anweisungssignal: einspurig, maximale Geschwindigkeit usw.,
- das Informationssignal: Kreuzung, scharfe Kurve usw., das Hinweissignal: Parkplätze, Distanzangaben, Richtungshinweise usw.

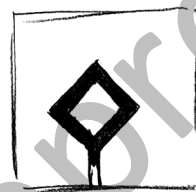
DIE SCHILDFORM

Die formale Bestimmung der Signalschilder wurde bewusst oder unbewusst im Hinblick auf die visuelle Eindrucksintensität ausgewählt. Runde Signaltafeln sind im Umfeld am deutlichsten

sichtbar, sie entsprechen etwa der aufgehobenen flachen Hand.

Im Gegensatz dazu gehen Quadrate oder Rechtecke im Stadtbild, das ja überwiegend durch solche Außenformen geprägt ist, unter. Der Kreis und die schräge Linie bilden einen viel stärkeren Kontrast zum Umweltbild der Stadt. Deshalb sind die meisten Signaltafeln mit verbotendem Inhalt auf Flächen mit prägnanten Außenformen angebracht. Es kann sich dabei um auf die Spitze gestellte Quadrate handeln oder, wie es hauptsächlich der Fall ist, um Dreieckstafeln.

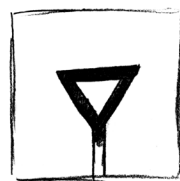
Es ist interessant zu beobachten, dass auf die Spitze gestellte Dreiecke, ähnlich der Kreistafel, eine stärker befehlende Aussage vermitteln, während das mit der Spitze nach oben gestellte Dreieck eher warnenden Informationsgehalt in sich trägt. Im Stadtbild ist es verständlich, dass Dreiecke mit der Spitze nach unten einen aggressiveren Ausdruck erzeugen als Dreiecke mit der Spitze nach oben. Einen Grund dafür zeigt das Stadtbild selbst mit seinen Dachsilhouetten, den Firsten nach oben. Dieses existiert im Unbewussten des Menschen als ein gewohntes Bild.



(Besserer Kontrast zum Umfeld)

(Aggressive

Dreiecksform.



(Verbotssignale)



(Das eigene Leben
ist in Gefahr)

DIE FARBE

Die primär rote Farbe wurde als signifikanteste aller Farbtöne ausgewählt: für Verbot, Anweisungs- und Gefahrenhinweise. Quantitativ ist das Rot in der Landschaft nur punkthaft,

nie flächenhaft vorhanden. Die Verwendung von Rot ist also abgeleitet von der Tatsache, dass in der Natur diese aufdringlichste aller Farben, wenn überhaupt, nur punkthaft, aber stets als Primärton (bei Blumen beispielsweise) vorhanden ist. Aus dem umgekehrten Grund ist die grüne Farbe, die in der Natur stets als große Fläche sichtbar ist, als Signalfarbe ungeeignet. Die blaue Farbe wird nur als Einladungs- oder Hinweisfarbe benutzt.

DIE REAKTION DES FAHRERS AUF DAS SIGNAL

Es wäre im Hinblick auf den sich ständig verdichtenden Verkehr und dessen vernünftige Regelung sicher von Interesse, darüber nachzudenken, dass bei den Verkehrsteilnehmern, hauptsächlich den Fahrern, mindestens drei grundsätzlich verschieden ausgeprägte Reaktionen im Hinblick auf die Verkehrstafeln zu beobachten sind.

In erster Linie reagieren sie bei Hinweisen auf Gefahr auf gewohnt egoistische Weise ihrer eigenen Person gegenüber. Sie werden beim Auftauchen des Signals „Steinschlag“ ihr Schiebedach automatisch schließen. Vor dem Signal „Bahnübergang“ oder „Gefälle“ werden sie die Geschwindigkeit reduzieren.

Dasselbe gilt als zweite Reaktion, wenn nicht direkt ihr Leben in Gefahr ist, aber mit Bußgeld unmittelbar gedroht wird: so etwa bei „Radar-kontrolle“ usw.

Als Drittes dagegen fällt es schwer, bei Hinweisen auf Rücksichtnahme wie „Baustelle“, „Verengte Fahrbahn“ usw. den Fuß vom Gaspedal zu nehmen.

DIE PIKTOGRAMME

Die so genannten Piktogramme der modernen Wegweisung und Information finden aus zwei Gründen immer häufigere Verwendung.

- Der erste besteht in der Forderung der Tafeldimension, die (ob nun rund, drei- oder viereckig) in ihrer Ausdehnung Träger einer punkthaften Erscheinung ist. Dieses Prinzip steht im Gegensatz zur geschriebenen Information, die der linearen Entwicklung der Wortzusammensetzung zu folgen hat und somit breite, mehr oder weniger lang gestreckte Tafeln benötigt, was für die Vereinheitlichung jedes Signalisationssystems ein Hindernis darstellt.
- Der zweite Grund des wachsenden Gebrauchs der Piktogramme ist die Sprache selbst. Straßen- und Schienennetze, Flug und Schifffahrtslinien reichen weit über Landes-, Sprach- und Völkergrenzen hinaus. Eine vielsprachige Wortbeschriftung würde überdimensionale Tafelgrößen erfordern, die Information an Klarheit verlieren. Als Ausnahme könnte der Flugverkehr gelten, in dem die Verständigung auf ein Zweisprachen-Informationssystem reduziert werden kann: die Landessprache in Verbindung mit Englisch, das sich überdies mehr und mehr zur alleinigen internationalen Flugverkehrssprache herausgebildet hat (Exit, Flight, Bus usw.).

Die Information durch Bildzeichen hat in den letzten Jahrzehnten zu einer Leseumstellung der Bevölkerung geführt, und es kann gesagt werden, dass die Wegweisung heute ohne eine bestimmte Anzahl von Piktogrammen nicht mehr möglich wäre.

Dabei muss unterstrichen werden, dass es mindestens drei verschiedene Arten der Bildinformation gibt:

- Die erste umfasst die Zeichen, die als naturalistische Bilder, meist in Form von Silhouetten, im Betrachter jeder Sprache oder Sitte

keinen Zweifel über die Aussage aufkommen lassen. Eine durchgestrichene Zigarette, die Silhouette eines Telefonhörers, die Kaffeetasse usw. sind zu weltweit verständlichen Hinweisen geworden. Um diese Zeichen zu verstehen, bedarf es keines Lernprozesses mehr, sie informieren unmittelbar.

- Die zweite Art der Bildinformation umfasst Schemata, deren Aussage nicht auf den ersten Blick verständlich ist und die eine gewisse gedankliche Anstrengung erfordern. Dies ist beispielsweise bei Fahrbahnzeichen der Fall: „Vorfahrt“, „Gegenverkehr“, „Gefälle“ usw.
- Die dritte Gruppe umfasst Zeichen, die weder aus Bildern noch aus Schemata, sondern aus abstrakten Zeichen abgeleitet sind und deshalb ein regelrechtes Anlernen erfordern. Wenn sie einmal wie die Alphabet-Zeichen im Unterbewussten erfasst sind, informieren sie spontan. Das prägnanteste Beispiel dafür ist das Einbahn- oder Fahrverbotszeichen, das heute jedermann (selbst im Gebrauch für Fußgänger) kennt und respektiert.

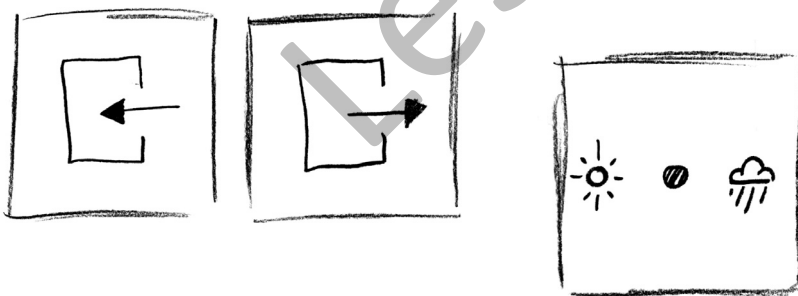
(Zu intellektuelle Piktogramme)

so dass der Ausdruck des „Knopfdrückens“ kaum mehr als Zukunftsscherz, sondern als Realität die „mechanisierte“ menschliche Tätigkeit prägt.

Es ist eine fast schon triviale Tatsache, dass die Instrumente von heute und morgen immer abstrakter werden und deshalb mit Bedienungsanleitungen versehen werden müssen. Die Gestaltung und Textbearbeitung von Bedienungsanweisungen für Maschinen und Geräte ist ein sehr heikles und nicht leicht zu lösendes Problem für jeden Hersteller. Als typisches Konfliktbeispiel erwähnen wir die Anweisungen durch Farben. Vom Verkehr her hat der Mensch gelernt, dass Rot „Stopp“ bedeutet und Grün „Gehen“ – auf einem elektrischen Apparat hingegen bedeutet das rote Licht „Kontakt“, also nicht „Stopp“, sondern Anlauf, Grün dagegen weist auf Ruhestand hin.

Im gleichen Sinn bereiten Knopf-Drehungs-Befehle für die meisten Apparatbesitzer immer noch Probleme, da die Anweisungen „links drehen“ und „rechts drehen“ nicht unbedingt für jeden in gleicher Weise klare und eindeutige Informationen sind.

(Auf einem Fotoapparat)



BEDIENUNGSSIGNALE

Unsere Generation hat es mit Werkzeugen, Haushaltsmaschinen, Beförderungsmitteln zu tun, deren Funktion – durch äußerlich modisch gestaltete Gehäuse und Verschaltungen verdeckt – nicht mehr sichtbar und begreifbar ist. Dies scheint auch nicht mehr notwendig, denn die Instrumente werden nicht mehr von Hand „geführt“, sondern „bedient“. Dazu kommt, dass die in das Privatleben eindringende Elektronik auch noch den Gedankenablauf der Arbeit selbst programmiert,

KAPITEL 6

Gestaltungsprozesse – Zeichen machen

Leseprobe

Ideen- und Formfindung

Mit dem Begriff Gestaltung ist im weitesten Sinn eine bewusste Veränderung der eigenen Person oder der Umwelt gemeint, wir sprechen dann beispielsweise von Lebensgestaltung, Umweltgestaltung oder von Gestaltungsspielräumen in der Politik. Im Kontext des Designs wird der Gestaltungsbegriff meist in einem engeren, auf die Ästhetik ausgerichteten Sinn verwendet. Konkret geht es im Zusammenhang mit Design um Einflussnahme auf die ästhetische Erscheinung von Objekten, Räumen, Kommunikationsmedien oder anderen Zusammenhängen, in denen sinnlich wahrnehmbare ästhetische Phänomene durch Gestaltung verändert werden können. Der Ansatz, dem man sich von der Formfindung her nähert, hängt von bestimmenden Thema ab. Er kann funktional, formal, von Material- und Konstruktionsmöglichkeiten her erfolgen. Manche Hochschulen nennen den entsprechenden Fachbereich explizit „Gestaltung“, um die umgangssprachlich verengende Assoziation von Design im Sinne von Styling zu vermeiden, z. B. HfG, DIPLOMA...

6.1.1 FORMFINDUNGSPROZESS

Beim Prozess der Formfindung erwacht den Gestalter:innen die Erkenntnis, dass sie nur über eine zeichnerische Annäherung die Sache begreifen können. Es geht im Wesentlichen darum, dass die Studierenden eine eigene Sprache finden, ein eigenes Anliegen entwickeln, also einen eigenen gestalterischen Ansatz entwickeln.

Die in den ersten Semestern stattfindenden Grundlagen der Gestaltung erörtern im Einzelnen die elementaren Methoden zur systematischen Formfindung auf der Basis planmäßiger, nachvollziehbarer und/oder serieller Prozesse.

Zu diesen gehören unter anderem Untersuchungen der geometrischen Grundformen Kreis, Quadrat, Dreieck, ebenso wie Methoden zur rationellen und logisch nachvollziehbaren Herstellung einer theoretisch beliebig großen Anzahl von Varianten und Kombinationen zu gegebenen oder gefundenen Formen, Zeichen und Strukturen. Diese Methoden bilden u. a. die Grundlage für die Entwicklung von Wort-/Bildmarken, Piktogrammen, Icons usw.,

oder auch weitergehenden Entwicklungsstufen beispielsweise Grafischen User Interfaces.

Durch die intensive Auseinandersetzung mit den Ergebnissen des eigenen Schaffens und deren anschließender Bewertung wird, quasi »en passant«, auch die Argumentationsfähigkeit und Urteilkraft der Entwerfer:innen herangebildet. Hierbei gilt es jedoch stets, die formalästhetische (subjektive) und die funktionale (objektive) Dimension der Beurteilung zu unterscheiden.

Methoden und Prozesse zur Formfindung sind: Kompositionsübungen, Parameter- und Eigenschaftsuntersuchungen, (lineare) Transformationen, Rastersysteme, Symmetrieoperationen, morphologische Kästen u. v. m. Die eigene Erfahrung steht hierbei im Zentrum. Durch den experimentellen Charakter der Übungen, durch die Beurteilung und Analyse des eigenen, aber auch »fremden« Tuns wird die individuelle gestalterische Kompetenz und Urteilkraft ausgebildet.

Neben der systematischen und planmäßigen Vorgehensweise findet sich auch die experimentelle und zufällige Formfindung. Diese geht meist von einer Uridee aus und bildet aus dieser weitere Varianten und Alternativen für den Formfindungsprozess. Ein hohes Maß an persönlicher Kreativität und Selbstkritik ist Voraussetzung für diesen Weg. Immer wieder müssen Entwerfer:innen die eigene Arbeit kritisch und mit Abstand betrachten. Auch eine zeitliche Entfernung der Entwurfsleistung schafft Distanz, oft werden Entwürfe mit entsprechendem zeitlichem Abstand neu gesehen.

Meist werden beide Methoden nicht wirklich unabhängig voneinander angewendet. Erst die Kombination aus Methodik und Experiment führt zu neuen, niveaureichen Entwürfen.

Die Polizeiarbeit kennt „Kommissar Zufall“. Ein ähnlicher Geselle findet sich auch in der gestalterischen Arbeit besonders während des Entwurfs- oder Formfindungsprozesses. Ich nenne diesen Vorgang „design by accident“. Beim Entwurf entsteht etwas vollkommen Anderes,

als das Geplante und führt so über die Technik

des Lateralen Denkens¹⁶ zu erstaunlichen, neuen Erkenntnissen. Hierbei hilft im Übrigen auch die klassische, von uns propagierte Vorgehensweise über Scribbles. Die Ungenauigkeiten und damit Interpretationsspielräume, die eine – noch so gute – Zeichnung mit sich bringt, machen diese im Formfindungsprozess konkurrenzlos. Ganz abgesehen von der Geschwindigkeit.

6.1.2 KRITERIEN ZUR FORMFINDUNG

Neben den grundsätzlichen Anforderungen, die der Kunde im Normalfall über ein Briefing stellt, sind formale Kriterien für den Entwurf ausschlaggebend. Zusätzlich – und hier spiegelt sich auch im Wesentlichen die Semantik wider – gehört natürlich auch die kontextuale Zuordnung der gewählten Formen und Farben dazu.

Die wichtigsten Kriterien bei der Gestaltung jedes Mediums sind Größenverhältnisse, formale Unterschiede, Farbunterschiede, Ordnungskriterien sowie Dynamik innerhalb von Bewegungsabläufen. Im Zusammenspiel mit den handwerklichen Prozessen in der Medienproduktion entsteht der ästhetische Gesamteindruck.

Nachfolgende Liste enthält eine Auswahl an Gestaltungsmitteln. Sie dient als Hilfsmittel zur Diskussion und Bewertung einzelner Arbeiten. Dabei erhebt die Aufzählung keinen Anspruch auf Vollständigkeit.

16 Laterales Denken vgl. Abschnitt Kreativitätstechniken

Abstand	Distanz zwischen zwei oder mehreren Objekten
Abstufung	Lineare oder dynamische Veränderung eines Gestaltungsparameters
Abwechslung	Vorhersehbare oder spontane Veränderung eines Gestaltungsparameters
Anordnung	Systematik der Platzierung von Elementen im Medium
Asymmetrie	Nicht symmetrische Anordnung von Elementen im Medium
Ballung	Gehäufte Verwendung eines oder mehrerer Elemente an einer bestimmten Stelle
Darstellung	Die Darstellung beschreibt den Zustand oder die ästhetische Qualität von Grafik im Medium
Detail	Mehr als ein Teil der Summe
Dimension	Ausdehnung einer Darstellung im medialen bzw. gesellschaftlichen Raum
Durchmesser	Optisches Maß, angelehnt an den messbaren Durchmesser
Drehung	Änderung des Blickwinkels
Duktus	Auf den handwerklichen Vorgang bezogene ästhetische Qualität einer Darstellung
Dynamik	Progressive oder regressive Veränderung eines Gestaltungselements innerhalb eines Mediums
Emotion	Bauch schlägt Kopf
Fläche	Formal abgegrenzter Bereich im zweidimensionalen Raum
Flächenaufteilung	Gliederung einer Fläche in optische Teilflächen
Flächenwirkung	Der Eindruck, den eine Fläche auf den Betrachter ausübt. Dieser kann objektiv (Offenheit bzw. Enge einer Fläche) oder subjektiv (angenehm, unangenehm) sein.

Format	Das Format definiert die grundlegenden Größen eines Mediums. Beim Papier werden in der Regel Breite und Länge angegeben. Darüber hinaus existiert eine große Anzahl weiterer Formate. Beim Screen-design werden oft absolute Breite und Höhe in Pixeln angegeben. Für den Gestaltungsprozess ist das relative Seitenverhältnis (Bildschirm 4:3, DIN-Formate 1:Ö2) zunächst wichtiger als das absolute Maß.
Freiraum	Werden Objekte innerhalb eines Mediums angeordnet, können in allen Dimensionen Bereiche entstehen, die weniger Inhalte zeigen als andere. Gegenteil: Ballung von Objekten.
Funktion	Außerhalb des elementaren Bereichs der Gestaltung besitzt jedes Element (falls es nicht rein illustrativ eingesetzt wird, was auch eine Funktion wäre) eine zugeordnete Aufgabe. So kann die Funktion einer Linie die Unterstreichung eines Wortes sein.
Genauigkeit	Präzision im sichtbaren Bereich
Gestaltungsmittel	Werkzeuge, Herstellungsprozesse oder Prinzipien, die bei der grafischen Gestaltung eines Mediums eine Rolle spielen.
Grauwert	Helligkeitswirkung eines Objektes oder Bereiches innerhalb eines Mediums, orientiert am Spektrum zwischen Schwarz und Weiß. Der Grauwert kann Einzelwirkung eines Objektes bei bestimmter Beleuchtung sein oder aus der Präsenz vieler Objekte in Relation zueinander entstehen (Grauwert von Texten).
Gruppen	In relativer Nähe zueinander stehende Elemente bilden Einheiten.
Interpretation	Sinnhafte Auslegung von Teilen oder der Gesamtheit grafischer Arbeiten
Komposition	Anordnung von Elementen in Relation zueinander und zum Medium selbst als Gesamtanordnung betrachtet >Raumaufteilung
Konzeption	Strategie, die Gestaltungsidee, -ausführung und -wirkung in einem Vorhaben formuliert bzw. zusammenfasst.
Licht	Helligkeit in Form von auftretendem Licht beeinflusst grafische Arbeit in jedem Medium grundlegend (Helligkeitskontraste, Farbwahrnehmung, ...).
Linienführung	Beschreibung von Bewegung, Richtung, Duktus oder Geschwindigkeit einer Linie
Linienqualität	Beurteilung einer Linie vor dem Hintergrund des Konzepts, welches zur Linie geführt hat
Linienstärke	Durchmesserwirkung einer Linie
Modulation	Sukzessive Veränderung eines Parameters
Platzierung	Anordnung innerhalb eines Formats
Position	Definition des Ortes, den ein Element innerhalb eines Mediums einnimmt
Progression	Modulation mit beschleunigender Wirkung bzw. sukzessive intensiver werdender Wirkung
Proportion	Verhältnis optischer Größen von Elementen zueinander
Raumaufteilung	Strukturierung eines medialen Bereiches -->Komposition
Raumwirkung	Beurteilung der Dreidimensionalität eines Objektes bzw. der Simulation einer Dreidimensionalität

Lineares Denken

Das lineare Denken orientiert sich, zielorientiert an einem Standard, der den exakten Vorgang Zwischen Ausgangspunkt (A) und Ziel (Z) beschreibt. Dabei sind kleinere Abweichungen von der Ideallinie normal und werden nicht weiter registriert. Anders sieht es aus bei einer starken Abweichung (F), die wir dann als Fehler identifizieren. Dieser Fehler ist eine entscheidende Größe. Denn Fehler dürfen bei diesem Denkmodell nicht gemacht werden. Der Fehler steht also für einen Mangel innerhalb des Standards oder aber für einen Mangel in der Effizienz (Konzentrationsschwäche etc). Das lineare Denkmodell strebt somit immer wieder in die Richtung der Ideallinie. Fehler sind zu vermeiden.

Laterales Denken

Ganz anders sieht die „Struktur“ beim lateralen Denkmodell aus. Als Gemeinsamkeit findet sich auch wieder der Ausgangspunkt (A). Von dort aus bewegt sich der Denkprozess aber nicht auf einer Ideallinie Richtung Ziel, sondern bildet eine Art „Denkansatzknäuel“, die entweder bei A starten, gerne aber auch irgendwo dazwischen. Es wird somit nicht eine Linie verfolgt, sondern mehrere Stränge. Der entscheidende Unterschied findet sich jetzt am Ende dieser Stränge. Dort werden nämlich nicht Ziele erreicht, sondern Optionen.

Das laterale Denken produziert mehrere Möglichkeiten, die alle mehr oder weniger in Ordnung sind. Die erste wirkliche Hürde entsteht jetzt bei der Entscheidung. So verlockend, wie all diese Optionen sind, wir werden uns in den meisten Fällen nur für eine Option entscheiden. Aber welche? Diesem Dilemma entkommen wir nicht. Wenn sie hier keine Entscheidung treffen,

fängt das laterale System an, sich um sich selbst zu drehen und letztendlich zu keinem Ergebnis kommen.²²

Die Ausbildung von Gestalter:innen baut aber nicht auf diesen lateralen oder linearen Denkmodellen²³ auf, sondern in der angewandten und reflektierten Kombination beider.

Kinder empfinden sich als kreativ. Wenn man heute in eine Grundschulklasse geht und die Frage „Wer von Euch ist kreativ?“ stellt, wird die Mehrheit der Kinder dies bejahen. Im Fortgang der Schulausbildung, insbesondere der weiterführenden Schulen, spielt diese Fähigkeit, die wir bewusst als „SPIELEN“²⁴ bezeichnen, keine entscheidende Rolle mehr. Hier sind überwiegend Fähigkeiten des linearen Denkens gefordert. So gerät die Fähigkeit des Kreativen, ergo Schaffenden immer mehr in den Hintergrund und wird somit auch nicht gefördert. Nachdem die Lehrer denselben Mechanismen unterlagen, geben sie diese, in den meisten Fällen, so weiter. So entsteht beim Einzelnen eine veränderte Selbstwahrnehmung. „Du bist nicht kreativ.“ Wenn man das oft genug gesagt bekommt, glaubt man es dann schließlich auch.

Meine Erfahrungen zeigen etwas anderes. Wenn wir die Menschen darin bestärken, dass sie kreativ sind und ihnen Werkzeuge an die Hand geben, die sie die Vorgänge verstehen lassen, dann glauben sie auch an ihre Kreativität und können dieses vergrabene Gut auch wieder aktivieren.²⁵

22 Staudenrausch, Organisierte Kreativität, Business Village Göttingen 2016.

23 Edward de Bono: Laterales Denken: ein Kursus zur Erschließung ihrer Kreativitätsreserven. Rowohlt, Reinbek 1971, ISBN 3-498-00431-X.

24 In jeder Sprache der Welt wird Musik „gespielt“, nie „gearbeitet“.

25 „Vor ein paar Jahren beklagte eine führende Ölgesellschaft, dass es einigen Mitarbeitern im Bereich Forschung und Entwicklung an Kreativität mangle. Die Firmenleitung setzte ein Psychologenteam ein. Es sollte herausfinden, worin sich die wenig kreativen Mitarbeiter von den Kreativen unterschieden. Nach drei Monaten kamen die Psychologen zu dem Ergebnis: der Hauptunterschied zwischen den kreativen und den weniger kreativen Mitarbeitern besteht schlicht darin, dass die kreativen Leute sich selbst als kreativ einschätzen und die weniger Kreativen genau das nicht tun.“ Richard L. Weaver.

Hierbei geht es um 3 verschiedene Stufen.

Level1:

Sie haben Handlungsanweisungen (so wie in diesem Studienheft) und führen diese Schritt für Schritt aus.

Level2:

Sie lernen die Mechanismen einzusetzen und gehen mit der reinen Technik spielerisch um. Die Ergebnisse werden deutlich besser werden.

Level3:

Die Meisterschaft. Die Regeln und Mechanismen sind Ihnen in Fleisch und Blut übergegangen. Wir denken jetzt nicht mehr über einzelne Techniken und deren Anwendung nach, sondern setzen sie intuitiv ein.

So soll dieses Kapitel auch verstanden sein. Die Kenntnis des Rezepts ist die erste Stufe. Hierbei sind noch keine herausragenden Ergebnisse zu erwarten. Vielmehr der virtuose Umgang mit unterschiedlichsten Rezepturen auf der Basis von Erfahrung und Freude führt zu den gewünschten Ergebnissen.

Oftmals sind diese auch mit Rückschlägen oder Fehlversuchen verbunden und das ist gut so. Denn immer wenn wir auf der Suche nach Sicherheit sind, greifen wir auf bekannte und bewährte Muster zurück; ergehen uns also in Beliebigkeit. Herausragende Gestaltung und damit verbunden herausragende Kreativität braucht das Risiko.

Um Kreativität auf eine einfache Formel zu bringen: „Kreativität ist die Verknüpfung von bislang Unverknüpftem.“

Im Alltag sind wir mit unterschiedlichen Komplexitäten von kreativem Denken und Handeln konfrontiert. In den meisten Fällen reichen einfache Kombinationen aus, um uns zu brauchbaren Lösungen zu führen. Werden die Aufgaben komplexer, reichen unsere einfachen Muster, wie Assoziation oder Brainstorming nicht mehr aus.

Die im folgenden beschriebenen Techniken sind

somit keine Kreativitätstechniken, sondern vielmehr Methoden, die uns dabei helfen, Kreativität freizusetzen, also andere Denkstrukturen zu entwickeln, damit andere Ideen entstehen können. Die Methoden sind nicht kreativ, besonders dann nicht, wenn sie von Ungeübten ausgeführt werden.

Kreativitätstechniken sind Werkzeuge. Sie helfen dabei, festgefahrene Wege zu verlassen und sich künstlich vom Problem zu entfernen. Kreative Ideen entstehen, wenn vorhandenes Wissen und Erfahrungen in bisher unbekannter Weise kombiniert und geordnet werden.

Das menschliche Gehirn programmiert wiederkehrende Verhaltensmuster. Treten gleiche oder ähnliche Situationen auf, wird normalerweise ohne Nachdenken (unreflektiert) das Bewährte wiederholt. Diese Fähigkeit ist ungeheuer wichtig und positiv, soweit der Mensch sich in gewohnten Bahnen bewegt. Bei der Suche nach Neuem führt dieses Verhalten jedoch zu Denkblockaden, die durch Kreativitätstechniken bewusst umgangen werden sollen. Aus einer riesigen Anzahl von Techniken werden hier exemplarisch die wichtigsten gezeigt.

Das Wichtigste hierbei ist, sich eine entsprechende Denkweise anzugewöhnen. Dies hilft in unserem Beruf ungemein und lässt sich dann auch ganz leicht auf andere Bereiche des Lebens übertragen.

Kreativitätstechniken liegen verschiedenen Wir-

kungsweisen zugrunde:

Teamarbeit (Schwarmintelligenz)

Man geht davon aus, dass Teams heterogen zusammengesetzt werden und dadurch eine deutlich höhere Anzahl an Lösungsvorschlägen generieren können als homogene Teams oder Einzelpersonen.

Neue Wege gehen

Menschen denken in Mustern. Und wie bei allen Tieren ist das System energiesparend. Es arbeitet nur, wenn es muss. Also ist es einfacher, gewohnte und erfolgreiche Strukturen beizubehalten. In alten Denkstrukturen erhalten wir aber nur alte oder gewohnte Lösungen. Die ungewohnten, neuen Lösungen liegen abseits des Weges.

Kreativität ist ganz stark geprägt von Arbeit. Hierbei können wir zahlreiche unterschiedliche Techniken einsetzen, die uns über Systemische Methoden zum Erfolg führen (Zwicky, Mollerup, Osborne, Gerstner...).

Dem Unbewusstsein vertrauen

Daneben ist das Unbewusste ein starker Partner, gerade dann, wenn wir feststecken und nicht mehr weiterwissen, arbeitet das Unbewusste, sozusagen im Hintergrund, für uns weiter. Spontane Einfälle am bestehenden Problem sind also keine Eingebungen, sondern Arbeit des Unbewussten im Hintergrund.

Die unterschiedlichen Kreativitätstechniken sind im Wesentlichen in zwei Bereiche zu unterteilen, in Intuitive und Systematische. Diese Unterteilung ist auch die Basis für die Reihenfolge der Auflistung.

Lösungen systematisch generieren

Intuitiv	Systematisch
Brainstorming	Morphologischer Kasten
Methode 635	Progressive Abstraktion
Mind-Map	Reizwortanalyse
Analogien	Ideensammlung
Synetik	
Laterales Denken	
Provokation	
Ton/Haptik	
6-Hüte-Methode	

KAPITEL 7

Technische Redaktion und Informationsdesign

Visuelle Kommunikation im Rahmen der technischen Redaktion und des Informationsdesigns

Lernziele:

- Ihnen ist bewusst, dass die notwendige Informationsvermittlung und die rezipientengerechte Kommunikation herausfordernd sind.
- Sie verstehen, dass die visuelle Kommunikation von komplexen (technischen) Sachverhalten im Rahmen der technischen Redaktion und des Informationsdesigns oft nur in Form vom Abstrakten über die Reduktion hin zum Konkretisieren von Informationen möglich ist (im Sinne der Verständlichkeit).

EINSTIEG

Dieses Kapitel richtet sich an die Studierenden des Studiengangs „Technische Redaktion und Informationsdesign“. In den vorherigen Kapiteln wurde der theoretische Grundstein für die visuelle Wahrnehmung und Gestaltung gelegt. Diese Basis unterstützt und fördert die Selbstentwicklung im Bereich der freien Gestaltung.

Im Berufsfeld der technischen Redaktion und des Informationsdesigns sind die Freiheitsgrade in der Gestaltung beschränkt durch die zentralen Punkte der Informationsvermittlung und Verständlichkeit bezogen auf das jeweilige Produkt beziehungsweise dessen Nutzung. Die vorherigen und die kommenden Kapitel werden hier weniger aus dem Blickwinkel der Selbstentwicklung, sondern im Praxisbezug betrachtet. Im Zentrum stehen nicht die Prägung und Entwicklung eines eigenen Stils oder ein hoher Kreativitätsgrad, sondern die verständlichen grafischen Informationen für die jeweilige Rezipient:innen.

Die vereinfachte oder einfache Darstellung von (technischen) komplexen Sachverhalten als rezipientengerechte Informationen stellt die Herausforderung in der visuellen Kommunikation im Bereich der Technischen Redaktion und des Informationsdesigns dar.

Die Herausforderung besteht darin, die tiefen wie breiten Handlungs- oder Bedienungsoptionen auf das jeweilige Verständnisniveau der Rezipient:innen anzupassen. Ziel ist eine Reduktion der Komplexität ohne oder mit geringem Informationsverlust. Je nach Gruppe von Rezipient:innen ist es die „Kunst“, die visuelle Information und das zu vermittelnde Wissen auf die notwendige Bedienung oder das gewünschte Handlungsverhalten anzupassen. Ein ständiger Perspektivwechsel mit den Rezipient:innen ist hierfür absolut notwendig.

Frei nach Petra Cnyrims Buchreihe „Erklär mir, als wäre ich 5“¹ wäre es jedoch zu weit gegriffen, jeden Sachverhalt für reduzierbar zu halten. Herausfordernde, komplexe (technische) Sachverhalte lassen sich eben nicht ohne einen (wesentlichen) Inhaltsverlust komplett auf ein zu geringes Niveau anpassen. Die Kunst liegt in der Mitte zwischen nötig (muss es sein) und notwendig (zwingend erforderlich). Um die Bedeutung der zuvor verwendeten Begriffe klar im Kontext der technischen Redaktion und des Informationsdesigns zu klären, ist es unumgänglich, diese zu definieren.

¹ Petra Cnyrim, „Erklär mir, als wäre ich 5“, 7. Auflage, riva Verlag, 2021.

7.1.1 BEGRIFFE

Im folgende Kapitel werden Begriffe alphabetisch und in Bezug auf die visuelle Informationsgestaltung und Kommunikation im Rahmen der technischen Redaktion und des Informationsdesigns definiert. Dies gilt als Ergänzung zu den Kapiteln 4.4.1 (Der Erinnerungswert von Logos), Kapiteln 6.1 (Ideen- und Formfindung) und dem Glossar.

ABSTRAKTION

Bei der Realisierung von Benutzendeninformationen ist es sinnvoll, (nicht didaktisch wertvolle) Einzelheiten wegzulassen und die notwendigen Informationen auf einfache, wesentliche Bestandteile zu beschränken. Unter Umständen ist es möglich, die Informationen allgemeingültig zu gestalten. Hier gilt der Ansatz eines induktiven Denkprozesses.

Die Abstraktion in der technischen Redaktion und des Informationsdesigns steht in Relation zur Konkretion.

BEKANNTHEIT

Wenn sich eine Gruppe von Nutzer:innen an (visuelle) Bedeutungsträger (Marken, Symbole, Icons, Piktogramme usw.) erinnert, wird von einer Bekanntheit ausgegangen. Im Bereich von Marken wird von brand recall (sich erinnern) und brand recognition (Wiedererkennen nach Unterstützung) gesprochen. Die Bekanntheit hängt eng mit der (visuellen) Penetration zusammen. Bekanntheit ist messbar.

In der Dokumentation und Kommunikation in der technischen Redaktion und des Informationsdesigns kann auf Bedeutungsträger zurückgegriffen werden, wenn dieser den Rezipient:innen bekannt ist. Die Gefahr einer Überschätzung der Bekanntheit des Bedeutungsträgers in einer Gruppe von Nutzer:innen besteht. Es sollte vorher entsprechend evaluiert werden, wie hoch der Bekanntheitsgrad tatsächlich ist.

EINDEUTIGKEIT

In der (visuellen) Kommunikation und Dokumentation im Rahmen der technischen Redaktion und des Informationsdesigns geht es grundsätzlich immer um Eindeutigkeit. Eine Eindeutigkeit ist gegeben, wenn ein Zeichen (zum Beispiel ein Wort oder Satz oder eine Grafik oder Piktogramm) genau eine Bedeutung hat und entsprechend einwandfrei zugeordnet ist. Die eine Bedeutung muss klar und scharf definiert sein, damit es sich um Eindeutigkeit handelt. Liegt eine unscharfe Bedeutung vor, spricht man von Unschärfe. Bei zwei Bedeutungen handelt es sich um eine Doppeldeutigkeit. Bei mehreren Bedeutungen handelt es sich um Mehrdeutigkeit. Es gilt Mehrdeutigkeit zu vermeiden.

Bei der Kreation (oder Verwendung) von visuellen Bedeutungsträgern ist darauf zu achten, dass diese in der Dokumentation klar und eindeutig sind und es nicht zu Unschärfen oder Mehrdeutigkeit bei den Rezipient:innen kommen kann. Die Gestaltung eindeutiger visueller Bedeutungsträger kann ein herausforderndes Unterfangen sein, da die gleiche Wahrnehmung durch die Heterogenität der Gruppe der Rezipient:innen gehemmt ist.

KONKRET

In der Darstellung von Vorgängen und Handlungsanweisungen gilt es, klar visuell zu formulieren. Eine klar ersichtliche und reduzierte Darstellung kann als konkret bezeichnet werden. Konkrete Informationen finden immer im „Hier und Jetzt“ statt. Es kann sich zum Beispiel um eine klare Handlungsanweisung handeln. Das Ausführen der Anweisung setzt eine Machbarkeit voraus und kann dann konkret von den Rezipient:innen umgesetzt werden. Es gilt, zielgerecht zu visualisieren bzw. zu beschreiben.

Die Vorgehensweise bei der Realisierung einer (visuellen) Dokumentation oder Kommunikation kann vom Abstrakten über die Reduktion hin zum Konkreten erfolgen.

PENETRATION

Bedeutungsträger (im Duktus der technischen Redaktion Marken, Symbole, Icons, Piktogramme usw.) erlangen Bekanntheit durch (visuelle) Penetration. Penetration ist die Marktdurchdringung zum Beispiel einer Marke. Durch eine hohe mediale (somit auch visuelle) Penetration steigt die Bekanntheit eines Bedeutungsträgers. Ob die Bekanntheit sinnhaft mit der Funktion im Zusammenhang steht, ist hintergründig. Bekanntheit entsteht durch Penetration und sagt nur bedingt etwas über die Qualität der Gestaltung oder die Funktion aus.



Abb.: Diskette, Sippel, Eigendarstellung

Die Schaltfläche „speichern“ wird zum Beispiel in Microsoft Word als ein Diskettensymbol dargestellt. Das Icon ist der Gruppe von Nutzer:innen (historisch) bekannt. Die Funktion „Daten auf ein externes Speichermedium in Form einer Diskette“ zu speichern, hat wenig mit dem eigentlichen Vorgang zu tun. Das Icon entspricht nicht der Funktion, wird aber als Symbol akzeptiert. Die Akzeptanz ist sowohl historisch als auch durch visuelle Penetration bedingt.

REDUKTION

Bei der Reduktion handelt es sich um einen Prozess vom Komplizierten zum Einfachen. Reduktion findet stetig statt, zum Beispiel täglich bei uns selbst. Die in unserem Lebensumfeld (Umwelt) auftretenden und wahrgenommenen Informationen sind massiv und mannigfaltig, so dass wir „automatisch“ eine Selektion der Informationen vornehmen. Ohne die Reduktion und Selektion der Informationen und Reize würde es zu einer Reizüberflutung kommen. In diesem Zusammenhang wird von einer Komplexitätsreduktion gesprochen.

Im Zusammenhang in der technische Redaktion und des Informationsdesigns steht die Reduktion für die Vereinfachung der Kommunikation mit den Rezipient:innen. Die visuelle Reduktion soll visuelle Reize verringern, um so auf das Wesentliche explizit hinzuweisen. Dieser Prozess der Reduktion (also das gezielte Weglassen von Informationsreizen) ist mit Informationsverlust verbunden. Die Herausforderung für die technischen Redakteur:innen besteht darin, zu wissen, welche (visuellen) Informationen unnötige Reize darstellen und welche Informationen wesentlich für die Dokumentation sind. Es gilt, das visuelle Grundrauschen zu reduzieren und um „die Kunst des Weglassens“².

SKALIERBARKEIT

Die (proportionale) Veränderbarkeit der Größe eines Bildes wird als Skalierbarkeit bezeichnet. Der Begriff der Skalierbarkeit findet sich auch in anderen Bereichen wieder (u. a. IT, Betriebswirtschaftslehre).

Visuelle Benutzendeninformationen (Zeichnungen, Grafik usw.) müssen problemlos skalierbar sein. Die Information und Lesbarkeit sowie die leichte Erfassung der Information müssen gegeben sein. Ist zum Beispiel ein Warnhinweis in Fingernagel- oder Verkehrsschildgröße gleich schnell zu verstehen bzw. genauso aufmerksamkeitsstark? Ist ein effizienter Einsatz über unterschiedliche Größen möglich (Vektor- vs. Pixelgrafik)? Diese Fragen müssen für die eingesetzten visuellen Informationen beantwortet werden.

² Antje Dohmann, Page Online, „Infografik: Wie viel Reduktion ist gut?“, <https://page-online.de/kreation/richtig-gute-infografiken/> Stand 17.03.2021

7.1.2 DEFINITIONEN

Im folgende Kapitel werden Definitionen alphabetisch und in Bezug auf die visuelle Informationsgestaltung und Kommunikation im Rahmen der technischen Redaktion und des Informationsdesigns definiert. Dies gilt als Ergänzung zu den Kapiteln 4.1 (Definition), Kapitel 4.4 (Einteilung von Markenzeichen), Kapiteln 5.6 (Eine Klassifikation der Zeichen) und dem Glossar.

EMOJI

Emojis sind Ideogramme und/oder Piktogramme (aber nicht im Sinne einer klassischen Reduktion). Emojis sind die Nachfolger der Emoticons (siehe hierzu Emoticon). Emojis werden vorwiegend in asynchronen Kommunikationsdiensten (zum Beispiel Messenger) eingesetzt. Auch in synchronen Kommunikationsdiensten (Chat) werden Emojis verwendet. Das selbe Emoji kann in verschiedenen Diensten und Betriebssystemen unterschiedlich dargestellt und interpretiert werden. Emojis werden über Unicode-Versionen definiert.³

Emojis sind Teil der regionalen, nationalen und globalen Kommunikation. Sie können Kommunikation vereinfachen. Bei der Verwendung von Emojis werden Nachrichten mit positivem wie auch mit negativem Inhalt verstärkt. Je mehr Emojis am Ende einer Textnachricht verwendet wurden, desto stärker wurde diese wahrgenommen.⁴

Emojis markieren Äußerungsabsichten hinter einem schriftlichen Beitrag und sie dienen der Beziehungspflege im Rahmen der Wertschätzung gegenüber der/dem Kommunikationspartner:innen.⁵

Emojis lassen sich sehr gut von künstlicher Intelligenz interpretieren.⁶

In der (visuellen) Dokumentation ist Eindeutigkeit ein wesentlicher Faktor. Emojis sind ein wesentlicher Faktor der derzeitigen Kommunikation. Somit stellt sich die berechnete Frage: Sind Emojis im Rahmen der technischen Redaktion und des Informationsdesigns zur Informationsvermittlung geeignet?

EMOTICON

Emoticons sind die Vorläufer der Emojis. Sie wurden bereits seit der Einführung des Typendrucktelegraphen durch David Edward Hughes im 19. Jhdt. verwendet.⁷

Die Bezeichnung Emoticon bildet sich aus Worten Emotion und Icon. Emoticons werden in der asynchronen Kommunikation (E-Mail, Messenger usw.) verwendet. Sie drücken Stimmungs- und Gefühlszustände aus.

Emoticons sind Zeichen oder Zeichenfolgen aus den ASCII-Zeichen (American Standard Code for Information Interchange).⁸

Emoticons werden derzeit von den meisten Softwareanwendungen automatisch in Emojis (siehe hierzu Emoji) umgewandelt.

GEFAHRENSYMBOL

Die Gefahrensymbole waren im europäischen Wirtschaftsraum und der Schweiz gültig und sind durch die international gültige Kennzeichnung des GHS – global harmonisierten Systems zur Einstufung und Kennzeichnung von Chemikalien (siehe auch GHS) abgelöst. Seit dem 01.12.2010 müssen Stoffe nach GHS gekennzeichnet werden.

Die alten Gefahrensymbole waren orangene

³ Vgl. <https://emojipedia.org/unicode-7.0/>

⁴ Monica A. Riordan, Emojis as Tools for Emotion Work: Communicating Affect in Text Messages, <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0261927X17704238>, first published online April 11, 2017.

⁵ Michael Beißwenger, Steffen Pappert, Handeln mit Emojis. Grundriss einer Linguistik kleiner Bildzeichen in der WhatsApp-Kommunikation, Duisburg: UVR. 146 S., Zeitschrift für Rezensionen zur germanistischen Sprachwissenschaft, <https://doi.org/10.1515/zrs-2020-2054>, <https://www.degruyter.com/document/doi/10.1515/zrs-2020-2054/html>, 2019.

⁶ Vgl. MIT – Massachusetts Institute of Technology, <https://deepmoji.mit.edu/>, 77 Massachusetts Avenue, Cambridge, MA, USA.

⁷ Vgl. <https://davidwardhughes.com/>

⁸ Vgl. <https://www.ansi.org/>, Information Systems - Coded Character Sets - 7-Bit American National Standard Code For Information Interchange (7-Bit ASCII), INCITS 4-1986[R2012], <https://webstore.ansi.org/Standards/INCITS/incits1986r2012>



Abb.: Hochentzündliche Stoffe

Quadrate, auf denen ein schwarzes Piktogramm für die entsprechende Gefahr bzw. den entsprechenden Gefahrenstoff dargestellt wurde.⁹

GHS

GHS steht für „Globally Harmonised System (of Classification, Labelling and Packaging of Chemicals)“ und ist ein global harmonisiertes System zur Einstufung und Kennzeichnung von Chemikalien. Das GHS ist ein weltweit einheitliches System zur Einstufung von Chemikalien und deren Kennzeichnung auf Verpackungen und in Sicherheitsdatenblättern.¹⁰ Das GHS hat die europäischen Gefahrensymbole abgelöst (siehe Gefahrensymbole). In der GHS sind Gefahrenklassen definiert. Innerhalb einer Gefahrenklasse wird die jeweilige Gefahr in Gefahrenkategorien abgestuft.



Abb.: Hochentzündliche Stoffe

Die verwendeten Gefahrenpiktogramme sind rot umrandete Rauten auf weißem Hintergrund. Zentral in der Raute steht ein schwarzes Piktogramm, das symbolisch Bilder der Gefährdung darstellt.¹¹

schrift sind Ideographien. Neben der abgebildeten Bedeutung können noch weitere übertragende Bedeutungen vorhanden sein. Im Folgendem werden drei Beispiele näher betrachtet:

- „reine Wolle“ Siegel
- „echtes Leder“ Siegel
- Logo der Automarke BMW

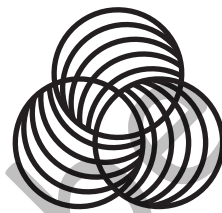


Abb.: reine Wolle, Sippel, Eigendarstellung

Das Siegel „reine Wolle“ weist neben der Funktion zu bestätigen, dass es sich bei der Wolle um reine Wolle (Naturprodukt) handelt, auch die stilisierte Abbildung von Wollknäulen auf.

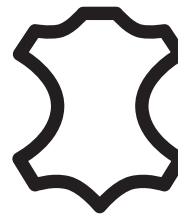


Abb.: reines Leder, Sippel, Eigendarstellung

Das Siegel „echtes Leder“ hat die Funktion, zu bestätigen, dass es sich bei dem Leder um echtes Leder (Tierhaut) handelt. Gleichheit zeigt die Ideographie eine aufgespannte Tierhaut.

IDEOGRAMM / IDEOGRAPHIE

Ein Ideogramm ist eine Begriffszeichen, das für ein ganze Wort oder einen Begriff steht, wie zum Beispiel das € Zeichen für die Währung Euro. Eine Untergruppe von Ideogrammen sind Piktogramme (siehe hierzu Piktogramme).

Eine Ideographie (auch Ideografie) ist ein stilisiertes Bild/Zeichen, das aber nicht für den abgebildeten Gegenstand steht, sondern für die damit verbundene Idee. Elemente der Hieroglyphen-



Abb.: BMW Flugmotoren-Nachrichten (Ausschnitt), BMW

Das Logo der Bayerischen Motoren Werke stellt die Marke des Autoherstellers dar. Ursprünglich wurde BMW als Bayerische Flugzeugwerke ge-

⁹ Vgl. Abbildung https://de.wikipedia.org/wiki/Hochentz%C3%BCndliche_Stoffe

¹⁰ Vgl. <https://unece.org/about-ghs>

¹¹ Vgl. Abbildung https://de.wikipedia.org/wiki/Hochentz%C3%BCndliche_Stoffe



Abb.: BMW Logo, BMW

BMW dar. Somit ist das Markenzeichen von BMW ein Logo und eine Ideographie.¹³

IKONOGRAMM

Ikonogramme (siehe hierzu auch Icon) versuchen Informationen stark vereinfacht darzustellen, zum Beispiel das Ampelzeichen für „gehen“ (Ampelmännchen) oder ein Quadrat für „Stopp/anhalten“ bei technischen Geräten/GUI (Grafic User Interface). Es kann zu Verständnisproblemen im Umgang mit Ikonogrammen kommen, da diese im Kontext betrachtet werden müssen.

Ikonogramme können in zwei Gruppe unterteilt werden: natürliche Zeichen und konventionelle Zeichen.

Natürliche Zeichen

Ikonogramme als natürliche Zeichen zeichnen sich durch ihren variierenden Ikonizitätsgrad (Ausprägung der naturgetreuen Abbildung einer Referenz) aus. Es ist also ein Versuch, die Wirklichkeit abzubilden. Ein hoher Ikonizitätsgrad führt dazu, dass das Zeichen naturgetreuer abgebildet ist und erleichtert den Rezipient:innen das Erkennen der Funktion. Das grüne Ampelmännchen stellt einen Menschen dar, der in Bewegung ist und signalisiert den Rezipient:innen, dass sie die Straße überqueren dürfen.

Konventionelle Zeichen

Ikonogramme als konventionelle Zeichen werden in einer (kontextbezogen) sozialen Übereinkunft (innerhalb einer Gruppe von Nutzer:innen) als Symbol für eine Funktion festgelegt. Die Symbole müssen erlernt werden, da sie nicht durch

einen hohen Ikonizitätsgrad abgeleitet werden können. Das Quadrat stellt auf einem Abspielgerät die Funktion Stopp dar. Dies ist jedoch nur im Kontext mit dem Abspielgerät und dessen Bedienung möglich. Das Quadrat kann beispielsweise auf einem Playstation-Controller eine völlig andere Funktion erfüllen. Die Interpretation und somit auch die Bedeutung und Funktion des Ikonogrammes variiert je nach Kontext. Hier entsteht ein Problem bei der Verwendung von Ikonogrammen als konventionelle Zeichen, wenn diese nicht korrekt erkannt bzw. erlernt wurden und folglich auch nicht verstanden werden. Dies kann zu einer Fehlbedienung führen.

Grundsätzlich sind Ikonogramme ein wichtiger Bestandteil eines Grafic User Interface (grafischen Benutzeroberflächen), ohne die die Bedienung von moderne Betriebssystemen kaum möglich ist.

Je komplizierter und abstrakter ein Ikonogramm dargestellt wird (dies gilt insbesondere in der Verwendung als konventionelles Zeichen), desto herausfordernder ist es, selbiges zu erkennen und die Funktion zu dekodieren. Die Gestaltung sollte weitgehend simpel und deutlich sein. Bei der Einführung eines neuen Ikonogrammes als konventionelles Zeichen ist es sinnvoll, dieses anfänglich nur in Verbindung mit erläuternden Textlabeln zu verwenden.

Checkliste bei der Entwicklung eines Ikonogrammes (als konventionelle Zeichen):

- Hat das Ikonogramm einen hohen Wiedererkennungswert?
- Ersetzt das Ikonogramm sinnvoll, das Lesen der kodierten Information?
- Hebt sich das Ikonogramm genügend ab? Und im Vergleich zu den bereits verwendeten Ikonogrammen nicht zu viel?
- Ist das Ikonogramm eindeutig? Weist es keine Mehrdeutigkeit auf?
- Hat das Ikonogramm einen hohen Erinnerungswert?

¹² Vgl. <https://www.bmw.com/de/automotive-life/bmw-logo-bedeutung-geschichte1.html>

¹³ Vgl. <https://www.bmw.com/de/automotive-life/bmw-logo-bedeutung-geschichte1.html>

DIPLOMA

Private staatlich anerkannte Hochschule
University of Applied Sciences

DIPLOMA Hochschule

Studienservice

Herminenstraße 17f
31675 Bückeburg

Tel.: +49 (0)40 228 988 240
meinstudium@diploma.de
diploma.de



Leseprobe



Du möchtest mehr erfahren?

Unser aktuelles Studienangebot und weitere Informationen sowie unsere Angebote zur Studienberatung findest Du auf **www.diploma.de**