

Renate Kübler / Julius Lengert

Semiotik in der Designpraxis

Die Anwendung der Semiotik im Rahmen einer Designtheorie basierte auf den Überlegungen von *Max Bense* in „Zeichen und Design“ (1971). Die dort begründeten theoretischen Aussagen über die Beziehung von Semiotik und Design an der praktischen Designarbeit zu verifizieren, war der Sinn der nachfolgend beschriebenen Arbeiten.

Im folgenden soll anhand exemplarischer Darstellung Einblick in die von uns bearbeiteten Problemkreise gegeben werden. Eine detaillierte Wiedergabe der Vorgehensweise kann auf Wunsch an einem Beispiel in der Fortsetzung gegeben werden. Im folgenden Aufsatz wollen wir die Entwicklung unserer Arbeit und die schrittweise Erweiterung unseres Ansatzes aufzeigen.

Erste Untersuchungen entstanden 1972 im Auftrag der Designabteilung der SIEMENS AG, München, deren Leiter, Herr Dipl.-Ing. *Edwin Schrickler*, die Autoren wegen seiner Offenheit für die Semiotik und seiner aktiven Förderung der semiotischen Arbeit zu Dank verpflichtet sind.

In einer ersten Studie wurden Designobjekte auf der Grundlage der *Peirceschen* Basistheorie und ihrer Erweiterung durch *Bense* auf ihren Zeichencharakter hin untersucht mit dem Ziel, Sollwerte für die Gestaltung von Designobjekten zu ermitteln. Diese Sollwerte sollten eine objektive Beurteilung von Designobjekten sowie eine exakte Formulierung etwaiger kritischer Punkte ermöglichen.

Gegenstand der Untersuchung war in diesem Falle das Designobjekt *Fernsprecher*.

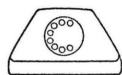
Methodisch wurde dabei folgendermaßen vorgegangen:

1. Semiotische Bestimmung des Fernsprechers als Superzeichen
2. Auflistung aller Einzelelemente und semiotische Beschreibung der Zeichenklassen nach Mittel-, Objekt- und Interpretantenbezug (I = Nutzer) entsprechend dem Tätigkeitsablauf bei der Bedienung des Gerätes.
3. Beschreibung der am realen Objekt vorhandenen Elemente anhand ihrer Zeichenklassen.
4. Vergleich der vorhandenen Zeichenklassen mit den semiotischen Anforderungen aus 2.
Markierung der Abweichungen und entsprechende Korrekturvorgaben für die Gestaltung.

Beispiel: Fernsprecher-Studie



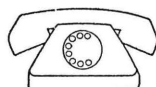
rhematisch Iconisches Sinzeichen Handapparat



rhematisch indexikalisches Sinzeichen Gehäuse



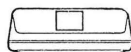
dicentisch indexikalisches Sinzeichen Wählscheibe



dicentisch indexikalisches Sinzeichen Fernsprechapparat



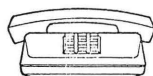
dicentisch indexikalisches Sinzeichen Handapparat



rhematisch indexikalisches Sinzeichen Gehäuse



rhematisch indexikalisches Legizeichen Tasten



dicentisch indexikalisches Sinzeichen Fernsprechapparat



rhematisch indexikalisches Sinzeichen Handapparat



rhematisch indexikalisches Sinzeichen Gehäuse



rhematisch indexikalisches Legizeichen Tasten



rhematisch indexikalisches Sinzeichen Fernsprechapparat

Die Ergebnisse dieser Untersuchung ermutigten zu einem weiteren Schritt. Die nächste Aufgabe lautete: „Erstellen eines Repertoires der Funktionsträger und der formalästhetischen Elemente für einen ‚Fernsprecher der achtziger Jahre‘. Ziel der Gestaltung ist ein Kompakttelefon mit optimaler Handhabung bei minimaler Ausdehnung. Die technischen Bedingungen für das Gerät sind vorgegeben.“

Mit anderen Worten, es mußte ein zukunftsorientiertes gestalterisches Grundkonzept gefunden werden, unter besonderer Berücksichtigung der Gebrauchsfunktion und der ästhetischen Funktion.

Auch in diesem Falle erwies sich der semiotische Ansatz als methodisch geeignet. Es konnten als Ergebnis genaue Anleitungen für die Gestaltung gemacht und die Realisierbarkeit der verschiedenen Forderungen objektiv beurteilt werden.

In einer weiteren Arbeit wurde die ebenfalls in Stuttgart entwickelte Methode der semiotischen Textanalyse verwendet.

Aufgabe war es hier, eine Anzeigenserie auf ihre Informationsqualität, d. h. auf ihre Werbewirksamkeit in bezug auf ihre Zielgruppe, zu untersuchen. Es sollte die Frage beantwortet werden „Ist das Werbemittel Anzeige seiner Intention entsprechend optimal gestaltet?“

Um diese Frage zu beantworten, war es allerdings notwendig, die erwähnte Textanalyse zu einer Kontextanalyse zu erweitern und zwar im Hinblick auf die Faktoren: Kompatibilität von Text und Bild, eigenständige Information von Text und Bild, Überschneiden von Text- und Bildinformation.

Die semiotische Methode erfüllte auch in diesem Falle die in sie gesetzten Erwartungen.

Die Ergebnisse der Studie deckten sich mit den Ergebnissen einer vorher von der Marketingabteilung durchgeführten – den Autoren nicht bekannten – empirischen Studie über die Wirkung der Anzeigenserie.

In einem anderen Falle wurden die Erläuterungstexte zu Exponaten eines Museums nach dieser Methode untersucht. Dabei wurde als Ergänzung die textstatistische Methode (*Bense, Fuchs, Teigeler*) herangezogen.

Die Ergebnisse dieser Untersuchung fanden ihren Niederschlag in einem Buch über neue Wege der Museumsdidaktik¹.

In der Architektur wurde die Semiotik bei einem speziellen Problem der Stadtplanung und Stadtgestaltung angewandt.

Das Problem:

Im Kern einer denkmalgeschützten Altstadt (Nürnberg) sollte ein modernes Kaufhaus errichtet werden.

Aufgabe des Architekten: ein gestalterisches Konzept für die Fassadengestaltung zu entwickeln, das sowohl die Anforderungen aus der städtebaulichen Situation wie auch die funktionalen Anforderungen des Bauwerkes (Kaufhaus) berücksichtigt.

¹ Vgl. *Jürgen Rohmeder: Museumsdidaktik, 1976*

Aufgabe der Semiotik:

Wissenschaftlich begründete Vorgaben für ein Gestaltungskonzept zu liefern.
Methode:

Für dieses städtebauliche Spezialproblem mußte eine neue Vorgehensweise entwickelt werden, dabei wurde der überzeugende methodische Ansatz von *Manfred Kiemle* zu Hilfe genommen und semiotisch erweitert:

1. Beschreibung und semiotische Bestimmung des architektonischen Umfeldes als Gesamtinformation und Superzeichen (Information: „Altstadt Nürnberg“).
2. Beschreibung der Einzelelemente und ihrer Zeichenklassen.
3. Beschreibung und semiotische Bestimmung der spezifischen Merkmale eines Kaufhauses.
4. Vergleich der spezifischen Merkmale eines Kaufhauses mit den charakteristischen Merkmalen des architektonischen Kontextes.
5. Erstellen eines Zeichenrepertoires für eine kompatible Gestaltung aufgrund der semiotischen Zeichenklassen.

Durch die Aufgabenstellung, ein Informationssystem für das Allgemeine Krankenhaus der Stadt Wien auf semiotischer Grundlage zu erarbeiten, erfolgte eine neue Problemstellung. Durch die baulichen Dimensionen des Krankenhauskomplexes bedingt, ergab sich die Notwendigkeit, den Krankenhausnutzern (Patienten, ambulant und stationär, Personal, Studenten und Dozenten der medizinischen Fakultät, Besucher, Zulieferer) über die Wegführung hinaus Orientierung im weitesten Sinne zu bieten. Orientierung als menschliches Grundbedürfnis wird auf verschiedenen Ebenen befriedigt: durch die allgemeine Atmosphäre, durch die Architektur und durch ein wegführendes Informationssystem. Alle drei Orientierungsmöglichkeiten können als Nachrichten betrachtet werden und konnten somit semiotisch erfaßt werden. Aufbauend auf den anthropologischen Grundbedingungen konnte ein Modell entwickelt werden, das sowohl die Wahrnehmungsphasen, als auch die Bewußtseins Ebenen und die Erlebnisdimensionen in ihrer chronologischen Abfolge beschrieb und die dafür notwendigen Informationen semiotisch klassifizierte.

Wir unterscheiden:

- atmosphärische Information
- architektonische Information
- wegführende Information.

Semiotisch handelte es sich dabei um:

- rhematisch-iconische Sinzeichen (Atmosphäre)
- dicentisch-indexikalische Sinzeichen (Architektur)
- argumentisch-symbolische Legizeichen (Infosystem)

Für alle drei Informationsarten wurde ein Repertoire-Katalog erstellt, der in seinen Eigenschaften von den Designern endgültig bestimmt wurde.

Mit Hilfe dieser Methode konnten Farbmaterialekonzepte präzise beschrieben und festgelegt werden, die die Gestaltung von menschbezogenen Erlebnisräumen ermöglichen.

Die an weiteren Krankenhausbauten erprobte Methode zeigte sich praktikabel nicht nur für die Gestaltung von Erlebnisräumen, sondern ließ sich unter Berücksichtigung der jeweiligen objektbezogenen Problematik auf Produkt- und Informationsdesign übertragen.

Dabei konnte sie in gleicher Weise als Hilfestellung im gestalterischen Designprozeß als auch in der Objektbewertung eingesetzt werden. Die ständige Zusammenarbeit mit den Gestaltern zeigte, daß eine Designtheorie ohne die Semiotik nicht mehr denkbar ist, da die Semiotik die präzise Deskription des Objektes und seiner Funktionen (Gebrauchsfunktionen, ästhetische Funktion, Fertigungsfunktion) erlaubt und somit für die praktische Arbeit zumindest bis heute geeigneter in der Anwendung erschien als verschiedene Ansätze einer normativen Designtheorie.

Bewußtseins- ebene	Wahr- nehmungs- phase	Erlebnis- qualität	Infor- mationsart	Realitäts- bezug	Zeichenklasse
sinnliche Wahrnehmung	selektiv	Erleben	Atmo- sphäre	Mittel	rhematisch- iconisches Sinzeichen
Erfahrung	synthetisch	Begreifen	Objekt	Objekt	dicentisch- indexikalische Sinzeichen
operationales Denken	analytisch	Verstehen	Detail	Interpretant	argumentisch- symbolisches Legizeichen

Résumé

La théorie sémiotique du *design* introduite par l'Ecole de Stuttgart, a été appliquée, au cours des quatre dernières années, aux produits de tous les domaines du *design*: architecture, produit-*design* + information-*design* (image + texte). La possibilité est alors apparue d'accorder une place plus considérable dans la description sémiotique à l'élément anthropologique qui est ici fondamental. Avec l'aide du vaste modèle sémiotique de la réception des objets-*design*, on a pu dresser un catalogue des conditions requises tant dans l'appréciation des produits-*design* que dans le processus formel du *design* comme aide importante pour le „*designer*“.

Summary

The semiotic design — theory initiated by the Stuttgart School has been applied, within the last four years, to the products of all the fields of design: architecture, product-design + information-design (image + text). It has thus been possible to give more room in the semiotic description to the essential part played by the anthropological element. With the assistance of the large semiotic model of the reception of design-objects, it has been possible to establish a catalogue of the conditions required as well in the appreciation of design-products as in the formal design-process as an important help for the designer.

SEMIOSIS 3

Inhalt

<i>Joëlle Réthoré: Sémiotique de la syntaxe et de la phonologie</i>	5
<i>Hans Michael Stiebing: Dreistelligkeit der Relationenlogik – Kommentierende Bemerkungen zu Peirces „The Logic of Relatives“</i>	20
<i>Manfred Schmalriede: Bemerkungen zu den Interpretanten bei C. S. Peirce</i>	26
<i>Elisabeth Walther: Die Haupteinteilungen der Zeichen von C. S. Peirce</i>	32
<i>Jarmila Hoensch: Fragen an die Filmsemiotologie</i>	42
<i>Bořek Šipek: Allgemeine Voraussetzungen zur Anwendung der Semiotik</i>	54
<i>Renate Kübler/Julius Lengert: Semiotik in der Designpraxis</i>	61
<i>Semiotica folclorului, Editura Academiei, Bucuresti, 1975, (Mihai Nadin)</i>	67
<i>II. Wiener Symposium über Semiotik (Barbara Wichelhaus/Angelika Karger)</i>	69
<i>C. S. Peirce Bicentennial International Congress (Barbara Wichelhaus)</i>	73
<i>Nachrichten</i>	75