

Aus dem neuen Lehrheft «TypoTuning 4, Bildgestaltung» (Edition Publisher)

Die Gestaltungsgesetze

Uralte Überlieferungen, typografische Regeln und Gesetze machen das Gestalten nachvollziehbar, einleuchtend und wenig beliebig. Die wichtigsten Gestaltungsgesetze sind im neuen Band «Bildgestaltung» der Reihe «TypoTuning» festgehalten.

■ **RALF TURTSCHI** Die Praxis hat die Einzeldisziplinen Entwurf, Grafik, Satz, Layout und Reproduktion auf denselben Arbeitsplatz konzentriert. Die früheren «Schmalspurgestalter» sind heute nicht mehr gefragt. Breites Wissen von der Sprachkompetenz über die Kreativität und Typografie bis hin zur Bildkompetenz wird von den Kunden erwartet. Die Breite und die Dichte der Informationen in einer Lehrzeit zu erlernen, ist fast unmöglich geworden. Orientiert sich der Lehrstoff in die Breite, geht die Tiefe verloren und umgekehrt. Mit atemberaubender Geschwindigkeit schreitet die Technik voran, gestern Gelerntes ist morgen bereits veraltet. Zwischen Theorie und Praxis klafft eine immer grössere Lücke. Viele heute noch gültigen gestalterischen Regeln in der Formenlehre oder in der Typografie gründen auf Gestaltungsgesetze, die sich auch auf Bilder anwenden lassen. Gerade in unserer

medialen Welt, die zunehmend durch Bilder geprägt wird, ist das Grundwissen, wie Bilder funktionieren, unabdingbar. Wie soll man Bilder einsetzen, wenn man nicht weiss, wie Bilder funktionieren? Das würde sich so anfühlen, wie Arabisch zu setzen und die Sprache nicht zu kennen. Gewohnheiten in der Wahrnehmung dürfen nicht einfach so ignoriert werden, es gibt Regeln und Gesetze – wer sie kennt, kann sie nutzen.

Was leisten Bilder?

Bilder, so weit ist man sich wohl einig, sind für den schnellen und emotionalen Informationstransport besser geeignet als Texte. Bilder werden vor den Texten «gelesen», sie wirken durch den Bauch, man muss sich nicht minutenlang damit auseinandersetzen, um Bilder zu verstehen. Unser Sehapparat ist so konditioniert, dass wir Bilder ohne schulisches Wissen interkulturell

sehen und verstehen können. Der Pole versteht das Bild eines Friedhofes genauso wie der Sizilianer. Bilder sollten gezielt und dem Text gleichberechtigt eingesetzt werden, denn es gibt Inhalte, die lassen sich besser mittels Text transportieren (Jahresbericht eines Unternehmens), und solche, die lassen sich besser über Bilder vermitteln (Eisbär Knut). Ohne Bilder wäre Knut wohl nie zum Medienstar geworden. Trotzdem ist Bildkompetenz kein gewichtiges Lehrfach, weder bei Grafikern noch bei Polygraphen.

Die Gestaltungsgesetze

Auf dem Weg, Wahrnehmungs- und Bildkompetenz zu erlangen, stösst der Suchende auf die so genannten Gestaltungsgesetze, die sich aufgrund verschiedener Untersuchungen herausgeprägt und überliefert haben. Zum Teil sind die Gesetze über 100 Jahre alt und in vielen Büchern dokumentiert.

Oft sind im Internet zum Thema grafische Abbildungen zu sehen, welche die Theorie erläutern. Der praktische Nutzen bleibt jedoch bescheiden, weil die Brücke zur heutigen gesamtheitlichen Sicht der Gestaltung fehlt. Das heisst, die wenigsten Grafiker verstehen die Gestaltungsgesetze, die meisten sind nicht in der Lage, sie in ihrer täglichen Arbeit bewusst anzuwenden. Weshalb wohl werden so viele schlechte Plakate aufgehängt, die auf Distanz nicht funktionieren? So viele textdominante Anzeigen? Mit dem vierten Band «Bildgestaltung» kommt Bildkompetenz auf den Desktop. Diese Doppelseite zeigt einen Auszug aus den Gestaltungsgesetzen im Buch, das Werk ist auf Seite 78 vorgestellt.

Buchtipps



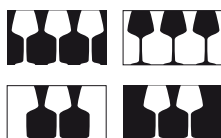
Ralf Turtschi, *TypoTuning 4, Bildgestaltung*, 72 S. A4, farbig, ISBN 3-905390-36-1, CHF 38.-/EUR 25,-

Bestellungen und Downloads: www.tyoptuning.ch

Gesetz der Prägnanz (Gesetz der guten Gestalt). Es werden bevorzugt Formen wahrgenommen, die sich von anderen durch ein bestimmtes Merkmal abheben.



Gesetz von Figur und Grund. Das Wahrnehmungsfeld wird nach unserer Erfahrung immer in einen Hintergrund und in sich darauf befindliche Figuren eingestellt.



Gläser oder Karaffen? Die geschlossene Fläche wird umso stärker als Figur empfunden, je kleiner sie ist und je weniger sie die Ecken besetzt.



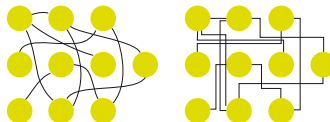
Vier Quadrate auf weissem Grund. Wenn sie wachsen, werden Figur und Grund im Auge umkehren. Rechts ist eine schwarze Fläche mit einem weissen Kreuz zu sehen.



Bei diesem Jubiläumslogo «spring» die Zahl 25. Einmal wird sie zur Figur, dann zum Hintergrund.

Gesetz der Kontinuität (Gesetz der fortgesetzt durchgehenden Linie). Reize, die eine Fortsetzung vorangehender Reize zu sein scheinen, werden als zusammengehörig angesehen.

Linien werden immer so gesehen, als folgten sie dem einfachsten Weg (A). Kreuzen sich zwei Linien, so gehen wir nicht davon aus, dass der Verlauf der Linien einen Knick macht (B).



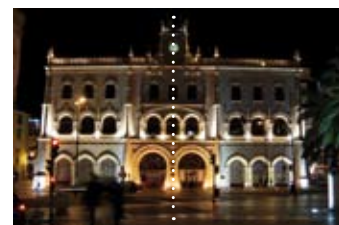
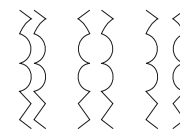
Das Diagramm links ist besser zu erkennen, obwohl es genau dasselbe aussagt. Das Gesetz der Kontinuität sorgt dafür.



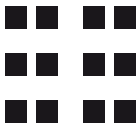
Die Erfahrung lehrt, welche Linien «durchgehend» sind.

Gesetz der Symmetrie. Aus der Erfahrung des «Oben» und des «Unten» tendieren wir automatisch zu einer Vertikalachse, die symmetrisch bevorzugt wahrgenommen wird.

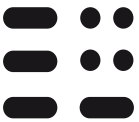
Die Linien links erscheinen als parallele Linien, nicht als Form. Die mittleren symmetrischen Linien mit den eher konvexen Formen werden am ehesten als Form wahrgenommen.



Gesetz der Nähe. Elemente mit geringem Abstand werden als zusammengehörig empfunden.

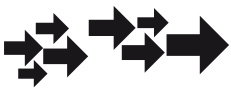


Gesetz der Ähnlichkeit. Einander ähnliche Elemente werden eher als zusammengehörig erlebt als einander unähnliche.



Aufgrund des Ähnlichkeitsprinzips (Schräglage, Grünton, Oberfläche) nehmen wir die Einzelfiguren als Gruppe wahr.

Gesetz der Gleichzeitigkeit (Gesetz des gemeinsamen Schicksals). Elemente, die sich gleichzeitig verändern (bewegen), werden als zusammengehörig empfunden.



Gesetz der Geschlossenheit. Optische Reize werden nach dem Gesetz der Prägnanz zu ganzen geschlossenen Figuren gedeutet.



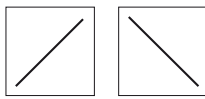
Links ist keine Ergänzung möglich, rechts deutet man automatisch einen Kreis.



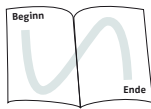
Dreieck und Quadrat existieren nur im Auge des Betrachters, die schwarzen Figuren bilden Scheinkanten.



Blickrichtung von links nach rechts. Eine Diagonale von links unten nach rechts oben deuten wir als aufwärts, eine von links oben nach rechts unten als abwärts.



Beide Schilder sagen das Gleiche aus, das linke deuten wir als Steigung, das rechte als Gefälle.

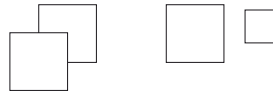


Hier geht der Blick bergwärts.

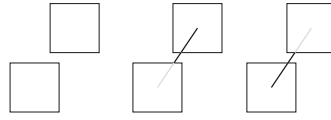


Hier tendiert der Blick bergab.

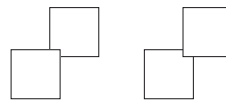
Räumliches Sehen. Unser Hirn produziert automatisch eine räumliche Vorstellung, gleich, ob wir ein Bild oder eine Szene vor uns haben.



Hier nehmen wir an, dass das unvollständige, verdeckte Quadrat hinten liegt. Bei der rechten Abbildung kann man das kleinere Quadrat gleich groß, aber weiter hinten sehen.



Je nach Interpretation kann die Figur links von unterschiedlicher Seite her gesehen werden.



Erst die Verdeckung des hinteren Objektes schafft eindeutige Klarheit, unabhängig von oben oder unten. Das ganze Objekt kann nicht hinter dem Verdeckten stehen.



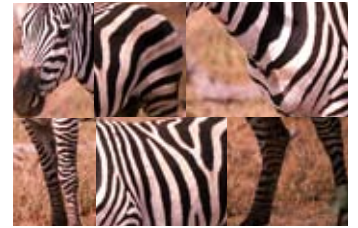
Die visuelle Sinneserfahrung ist auch eine zeitlich bedingte. Bei einer Bewegung im Blickfeld scheint das vorbeiziehende Objekt immer langsamer zu werden, je weiter es sich von uns entfernt, obwohl wir wissen, dass die Geschwindigkeit konstant ist.



In unserer Erfahrung stehen klare Farben im Vordergrund, weiter hinten gegen den Horizont sind die Farben durch die Atmosphäre weniger scharf oder etwas trüber.



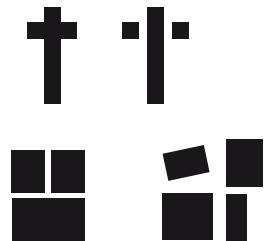
Sinnndeutung. Die übereinstimmende Ähnlichkeit mit der Originalszene ist nicht unbedingt erforderlich, um ein Bild als solches zu deuten. Ähnlichkeit besteht aus der Form, der Farbe und der Textur. «Fehler» in Bezug auf Ähnlichkeit werden vom Hirn relativ tolerant behandelt.



Das Zebra wird auch dann erkannt, wenn der Umriss des Tieres in Teilbilder aufgelöst wird. Das bestimmende Merkmal dieses Tiers ist nicht der eselähnliche Umriss, sondern das typische Fellmuster.



Gesetz der Einfachheit. Das Auge tendiert dazu, einfache Formen bevorzugt wahrzunehmen.



Bilder mit einfachen und klaren Figuren (oben) werden schneller erkannt als solche mit vielen Details (unten). Dies ist ein Gesetz, welches sich aufs Design von Logos sowie auf die Werbekommunikation anwenden lässt.