

II MEDIENKULTUR

Gerhard Braun: Grundlagen der visuellen Kommunikation.- München: Bruckmann 1987, 190 S., DM 38,-

Der Anspruch dieses Buches ist sehr hoch, denn es "steht exemplarisch für Studium, Lehre und Forschung an der Hochschule der Künste Berlin, die 1975 als wissenschaftlich-künstlerische Hochschule gegründet wurde", so der Präsident der HdK Berlin, Ulrich Roloff-Momin im Vorwort. Was der Band eigentlich vermitteln will, wird nur durch Vorwort und Klappentext deutlich (eine Einleitung fehlt): Zum einen will das Buch einen "anschaulichen, systematischen Einblick in die Entstehung, Herstellung, Bedeutung und Benutzung von sichtbaren Zeichen" geben, zum anderen will es jedoch "über die reine Grundlagenvermittlung hinausgehen" und "eine aufklärerische Mediendidaktik" praktizieren (S. 7).

Auch wenn der Bezug zur massenmedialen Praxis vom Leser oft selbst hergestellt werden muß, eignet sich der Band doch hervorragend als Einführung in die 'Grundlagen der visuellen Kommunikation'. Vergleicht man ihn mit anderen Darstellungen zur visuellen Wahrnehmung (Vernon, Gombrich, Arnheim, Gibson, Metzger, Stadler/Seeger/Raeithel, Murch, Murch/Woodworth, Ruch/Zimbarido, Hagen), dann fällt auf, daß er a) sehr viele Illustrationen enthält, die den Text optimal unterstützen, daß er b) in einer Sprache geschrieben ist, die auch von Nicht-Wissenschaftlern akzeptiert und verstanden werden kann, daß er c) einen fast vollständigen Überblick über die wichtigsten Erkenntnisse gibt und d) daß der Autor und seine Mitarbeiter ganz offensichtlich Erfahrungen durch eigene Untersuchungen gewonnen haben. Wer ein Seminar zur visuellen Wahrnehmung plant, sollte sich dieses Buch für die erste Veranstaltung vormerken. Es eignet sich vor allem für Leser aus nicht-psychologischen Disziplinen, denn dank der vielen Abbildungen kann jeder für sich selbst nachvollziehen, wie Informationen aufgenommen werden können. Für diejenigen, die mit dem Thema bereits vertraut sind, enthält das Buch nur wenig Neues. Mitunter vermißt man gerade bei den weniger bekannten Informationen Untersuchungsbelege (Wer hat z.B. herausgefunden, daß Kinder beim Köhlerschen Maluma-Takete-Test weniger eindeutige Zuordnungen treffen als Erwachsene? s.S. 152).

In dieser Arbeit geht es um Grundlagen zur Perzeption und nicht, wie der Buchtitel suggeriert, um die zur Kommunikation. Gerhard Brauns Analyse zu diversen "Zeichenprozessen im Kommunikationsfeld" (S. 159 ff) ist zu dürftig und ungenau, als daß sie den Begriff "Kommunikation" im Titel rechtfertigen könnte (vgl. dazu die Terminologiediskussion von Roland Posner 'Nonverbale Zeichen in öffentlicher Kommunikation' in der Zeitschrift für Semiotik 1985, Heft 3, S. 235-271).

Am besten gelungen sind die ersten vier Kapitel. Im ersten werden vor allem die neun Merkmale des Blickfeldes (Farbe, Helligkeit, Anordnung, Bewegung, Form, Größe, Richtung, Textur, Räumlichkeit) erläutert. Im zweiten Kapitel geht es darum, wie sich die Umwelt

(z.B. die Schwerkraft der Erde) auf unsere Wahrnehmung und Erfahrung auswirkt. Räumliches Sehen und optische Täuschungen (im dritten Kapitel) und die Grundlagen der Gestaltpsychologie (im vierten Kapitel) folgen als weitere thematische Schwerpunkte. Die beiden letzten Kapitel (5. Sinn im Kontext und 6. Pragmatik der Zeichen) gehen über die Grundlagenforschung hinaus und sind praxisbezogener, allerdings auch zu lückenhaft und oberflächlich. Es fehlt vor allem der medien-spezifische Teil der visuellen Wahrnehmung (Wie wirken medien-spezifische Gestaltungsmittel wie etwa Kameran Schnitte und -bewegungen, mikro- und makrotypographische Gestaltungsmittel?). Aber vielleicht können Autor und Verlag eine noch stärker auf Medien bezogene Fortsetzung dieses Buches ins Auge fassen?

Karin Böhme-Dürr