

Theorie und Praxis

S. H. Begenau

Die Sichtbarkeit als Verhältnis

Gedanken zur visuellen Kommunikation



Schema 1

Theorien sind manchmal wie ein Versprechen. Oft gelten sie als Ausweis der Wissenschaftlichkeit, auch dann, wenn das Gebiet, um das es sich handelt, noch nicht zureichend analysiert, abgegrenzt und erfaßt worden ist. Die visuelle Kommunikation ist ein solches Gebiet. Zwar wird sie überall praktiziert, auch in unserer Republik, aber nach verschiedenen Auffassungen und mit divergierenden Absichten, nach verschiedenen Methoden und entsprechend den verschiedenen Gesellschaftsordnungen und Wirtschaftsformen. In Fachzeitschriften, Hoch- und Fachschulen sowie Fachinstitutionen sind Grenzen der visuellen Kommunikation unterschiedlich gezogen, so daß selbst ein Gremium von berufenen Fachleuten kaum dahin zu bringen wäre, sich bestimmt über den „Gegenstand“ der visuellen Kommunikation zu äußern.

Unter diesen Umständen wundert es niemanden, daß eine Theorie der visuellen Kommunikation noch aussteht. Sie kennt also keine Systematik, obwohl sie wünschenswert wäre, allein schon um die Praxis ein wenig aufzuhellen. Der Autor bekennt aber, daß er solche anspruchsvolle Erwartungen nicht erfüllen kann.

Was soll hier unter visueller Kommunikation verstanden werden? Seit wann besteht sie? Mit welchen Problemen beschäftigt sie sich? Und – vor allem – welche Bedeutung haben Wirkung und Auswirkung visueller Kommunikation für die Gestaltung?

Visuelle Kommunikationen sind unmittelbar durch Sichtbarkeit vermittelte Beziehungen zwischen dem Kommunikator (Mitteilungsgeber) und dem Empfänger mit Hilfe einer Mitteilung (siehe Schema 1).

Die rückläufige Information, die über die Wirkung der Mitteilung auf den Empfänger dem Kommunikator berichtet, nennt man Rückkopplung (feedback).

Menschen werden heute in vielfältiger Weise in allen Bereichen des modernen Lebens angesprochen, gelenkt, informiert oder mitein-

Schema 2

